

5

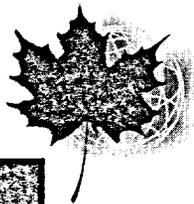
161926937(F)

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

MAR 14 2002

Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère

Mission en environnement  
au Maroc  
le mois prochain  
(voir p. 15)



## DANS CE NUMÉRO

- 4 Pérou — Le marché minier
- 6 La Chambre de commerce Canada-Liban
- 7 Sondage 1999 du SDC
- 8 Carrefour États-Unis
- Encart :**  
**Commerce canadien en revue**
- 11 Occasions d'affaires
- 12 Le secteur automobile en France
- 13 Le marché allemand des TIC
- 14 Foires et missions



# Coup d'œil sur l'an 2000 avec le ministre Pettigrew

**P**our marquer l'arrivée de l'an 2000, CanadExport s'est entretenu avec le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, sur les perspectives que les marchés mondiaux offrent aux entreprises canadiennes, et sur la façon dont le Ministère peut les aider à les saisir.

**CanadExport :** Vous avez été nommé récemment ministre du Commerce international. Comment trouvez-vous l'expérience jusqu'à maintenant?

**Le ministre Pettigrew :** Jusqu'ici, ça a été un véritable défi, mais cela me plaît énormément. Comme vous le savez, le contexte du commerce international dans lequel nous évoluons et la concurrence à laquelle doivent faire face les Canadiens dans le monde deviennent chaque jour plus complexes. Dans le cadre d'une économie mondiale qui ne cesse d'évoluer et de se spécialiser, ma première

priorité est d'ouvrir des portes pour nos entreprises et de leur offrir le soutien dont elles ont besoin pour profiter pleinement des débouchés des marchés étrangers.

Lorsque j'ai accepté le portefeuille du commerce international, j'ai indiqué que je comptais maintenir la direction de la politique commerciale du Canada, c'est-à-dire libéraliser les échanges dans notre hémisphère par l'entremise de l'Accord de libre-échange nord-américain et de la Zone de libre-échange des Amériques, ainsi que dans les autres régions du monde, par le biais notamment de la Zone européenne de libre-échange, et en Asie-Pacifique.

Mais ce n'est là qu'un volet de l'ensemble de mon portefeuille. Il est tout aussi important de fournir à nos exportateurs les outils et services indispensables à leur réussite sur les marchés internationaux.

Voir page 2 - Coup d'œil

## Les exportateurs autochtones à la une

De gauche à droite :  
M<sup>me</sup> JoAnna Townsend,  
directrice des Services  
à l'exportation pour  
les PME (TSME), MAECI;  
M. Steven Bearskin;  
M<sup>me</sup> Dorothy Grant;  
M. William Clarke;  
M. Ray Ahenakew;  
M<sup>me</sup> Rosi Niedermayer,  
Portefeuille  
autochtone (TSME).  
En médaillon :  
M. Phil Fontaine.



M. Phil Fontaine, chef national de l'Assemblée des Premières Nations (APN), était le conférencier-invité lors d'un exposé intitulé « Les exportateurs autochtones canadiens — L'année 2000 et au-delà », qui a eu lieu le 9 décembre dernier au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

Cet événement, tenu à Ottawa, marquait une étape importante des activités du gouvernement au profit des exportateurs autochtones du Canada. Dans la foulée de

Voir page 10 - Les exportateurs

# Coup d'œil sur l'an 2000 avec le ministre Pettigrew

Suite de la page 1

C'est ce que nous faisons et ce que nous continuerons de faire, tout en cherchant sans cesse des moyens de mieux atteindre nos buts.

**CanadExport :** Dans le contexte de l'intensification de la libéralisation des échanges et de la mondialisation, comment le Ministère aide-t-il les sociétés canadiennes sur les marchés étrangers?

**Le ministre Pettigrew :** Tout d'abord, nous avons un réseau bien établi de délégués commerciaux et d'agents de commerce — le Service des délégués commerciaux du Canada [SDC] — dans quelque 130 bureaux aux quatre coins du monde. Ils représentent à mon sens l'un des principaux atouts du Ministère. En effet, ils sont fin prêts et bien préparés à aider les Canadiens à relever les défis du commerce international. Leur devise est d'ouvrir des portes pour nos entreprises.

Nous avons également compris que dans le cadre des percées technologiques dans les domaines de l'information et des communications et dans la gestion des affaires, les besoins des entreprises ont évolué. Par conséquent, nous avons entrepris d'importants changements dans les activités du SDC à l'étranger. Tout d'abord, nous avons procédé à des consultations poussées auprès de notre clientèle du secteur privé, afin de cerner les meilleurs moyens de les aider à réussir sur les marchés étrangers. Nos clients nous ont indiqué que la valeur du Service des délégués commerciaux réside dans sa connaissance des marchés locaux, et dans sa capacité à repérer des débouchés commerciaux et à établir des réseaux. Quant à sa valeur ajoutée, elle provient de notre travail sur le terrain, lorsque nous nous familiarisons avec les principaux intervenants et les créneaux commerciaux des marchés étrangers.

Nous avons donc rationalisé nos services pour cibler six domaines clés [présentés dans chaque numéro de *CanadExport*] que nos clients ont désignés comme étant les plus importants pour les aider à soutenir la concurrence. Nos agents peuvent maintenant centrer leurs efforts sur ces services essentiels et, ainsi, mieux cibler les affaires et les besoins des clients.

Nous voulions également rendre nos bureaux de commerce à l'étranger plus accessibles à nos clients. Ainsi, vous pouvez maintenant accéder électroniquement à nos bureaux dans les marchés qui vous intéressent, par l'entremise du site internet d'InfoExport. Nous sommes donc à votre disposition 24 heures sur 24.

Ces efforts ont déjà porté leurs fruits. En effet, notre premier sondage annuel auprès de notre clientèle a révélé que 81 % de nos clients sont satisfaits de nos services. Ces résultats sont non seulement encourageants, mais ils nous éclairent également sur les domaines où nous pouvons nous améliorer. Nous devons, avant tout, être à l'écoute de nos clients. C'est pourquoi nous sommes en train de mettre en œuvre un plan d'action qui tient compte des commentaires que nous avons reçus, et nous effectuerons un autre sondage ce printemps.

**CanadExport :** Les délégués commerciaux sont-ils affectés seulement à l'étranger? Quel service le gouvernement offre-t-il ici au Canada pour aider les entreprises à l'échelle internationale?

**Le ministre Pettigrew :** Nous avons également des délégués commerciaux, qui font partie du réseau du SDC, en poste dans toutes les régions du Canada, dans nos Centres du commerce international. Ils sont là pour aider les exportateurs. Mais là où nous avons accompli beaucoup, c'est

dans la préparation des entreprises à l'exportation. En effet, celles-ci peuvent économiser beaucoup de temps et d'argent en se préparant à exporter ici même au Canada. Comment? Simplement en communiquant avec Équipe Canada inc, qui les mettra automatiquement en contact avec un spécialiste du commerce international dans leur région.

Équipe Canada inc est véritablement un « guichet unique » des services que le gouvernement offre aux exportateurs et aux investisseurs canadiens qui abordent les marchés étrangers pour la première fois. Nous avons investi énormément de temps et d'efforts pour regrouper et offrir sous un même toit toutes les ressources et les compétences que possède le gouvernement fédéral. Équipe Canada inc s'est aussi dotée d'un réseau efficace dans les régions par le biais de partenariats conclus avec les provinces et la mise en place de réseaux commerciaux régionaux. Grâce à ces mesures, nous avons mis nos services à la portée des exportateurs, où qu'ils se trouvent au pays, tout en éliminant une grande partie du mystère qui

Rédacteur en chef : **Bertrand Desjardins**  
Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**  
Rédacteur : **Vince Chetcuti**  
Mise en page : **Yen Le**

Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Télec. : (613) 996-9276

Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consultez l'adresse Internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

entourait l'entrée et la concurrence sur les marchés mondiaux. Je suis extrêmement fier d'Équipe Canada inc et bien persuadé qu'elle aidera un plus grand nombre de sociétés à se lancer dans l'exportation tant pour leur propre prospérité que pour celle de notre pays, qui est fondée sur le commerce.

Pour ce qui est des outils nécessaires à l'exportation, nous sommes aussi en train d'élaborer une base de données exhaustive qui renferme des rapports détaillés, à jour, sur les marchés étrangers. On dénombre actuellement plus de 500 rapports et leur nombre ne cesse de croître. Pour vous renseigner sur ces services et ces outils, et également sur toute une gamme d'autres services offerts aux entreprises canadiennes, il suffit de contacter notre guichet unique : Équipe Canada inc.

**CanadExport :** Les expressions « libéralisation des échanges » et « mondialisation » sont devenues à la mode dans les années 90. Quelle est leur portée pour les entreprises canadiennes et pour le Canada dans son ensemble?

**Le ministre Pettigrew :** Elles signifient beaucoup, précisément parce que le commerce international est vital pour notre prospérité et notre bien-être. En effet, les exportations génèrent un emploi sur trois au Canada et elles représentent 43 % de notre PIB, contre 30 % il y a à peine cinq ans. Par ailleurs, l'investissement au Canada et nos investissements à l'étranger ont progressé encore plus rapidement.

Mais nous ne sommes pas devenus une nation commerçante en travaillant en vase clos, loin de là. Il nous a fallu la sécurité d'un système commercial fondé sur des règles. La mondialisation est un fait incontournable, que nous devons comprendre, apprécier et gérer beaucoup mieux que nous ne le faisons. De surcroît, c'est un phénomène que ni les gouvernements, ni personne ne peuvent freiner ou arrêter.

**CanadExport :** À la lumière des négociations de l'Organisation mondiale du commerce [OMC] à Seattle en novembre dernier, quelle direction prendront, à votre avis, les futures négociations commerciales?

**Le ministre Pettigrew :** Nous insistons, depuis toujours, sur l'importance de règles commerciales qui soient claires, transparentes et équitables. C'est là une nécessité pour une économie de taille moyenne comme la nôtre, qui doit entrer en concurrence avec des économies plus grandes et plus fortes. C'était là notre but à Seattle, où les pourparlers — qui mettaient en jeu des questions complexes et 135 pays — n'ont été que suspendus, faute de temps. Tous les participants y ont cependant beaucoup appris. Les travaux reprendront donc où ils ont été interrompus et nous poursuivrons les négociations à Genève ce mois-ci, comme prévu, sur l'agriculture et les services. Et cela est vrai non seulement pour l'OMC, mais aussi pour la ZLEA, la ZELE, la Coopération économique Asie-Pacifique [APEC] et d'autres négociations que nous comptons poursuivre.

Je tiens toutefois à souligner que les objectifs du Canada figurent intégralement dans les documents de travail finaux. Et, comme nous l'avons promis aux Canadiens, nous n'avons pas mis en jeu nos intérêts en matière de santé et d'éducation, et nous ne le ferons pas. Nous sommes, en effet, déterminés à faire progresser la dimension sociale du commerce, et à ce que nos valeurs et nos programmes sociaux soient protégés. Car la mondialisation doit avoir un visage humain. Elle ne peut pas simplement être imposée aux gens, mais doit au contraire leur offrir des avantages. La transparence est donc essentielle et c'est là, je crois, que le Canada a joué un rôle de tout premier plan à Seattle.

En effet, par rapport à toutes les délégations, notre démarche a été parmi les plus transparentes — sinon la plus transparente.

Les autres ministères fédéraux et les provinces n'étaient pas que des figurants au sein de notre délégation. Nous les avons consultés tout au long des négociations, tout comme les représentants du secteur privé et du monde de l'éducation. Nous avons aussi rencontré quotidiennement les organisations non gouvernementales [ONG] pour discuter de l'évolution des pourparlers. Cela atteste, je crois, notre engagement à l'égard de la transparence au sein de l'OMC.

**CanadExport :** Vous avez mentionné l'OMC, la ZLEA, la ZELE et l'APEC, mais qu'en est-il des États-Unis, notre plus grand partenaire commercial?

**Le ministre Pettigrew :** Notre objectif consiste toujours à développer les marchés qui offrent les meilleurs débouchés, partout, à nos exportateurs. Les États-Unis ne sont pas simplement notre premier partenaire commercial, mais aussi une importante source d'investissements étrangers directs et ils continueront de stimuler l'innovation et les progrès technologiques dans notre pays.

Nous avons beaucoup travaillé pour faire en sorte que les échanges entre nos deux pays se fassent harmonieusement et de façon transparente. Avec l'ALENA, nous disposons d'un cadre efficace, fondé sur des règles, grâce auquel nous pouvons commercer avec nos voisins du Sud. Ainsi, nos exportations vers les États-Unis ont augmenté de plus de 80 % au cours des cinq dernières années, en grande partie grâce à l'environnement stable et prévisible qu'a créé l'ALENA.

Mais nous pouvons faire encore plus. Nous envisageons donc l'ouverture de nouveaux bureaux de commerce aux États-Unis, en particulier dans les nouveaux « berceaux » de la technologie, et nous avons affecté un plus grand nombre de spécialistes du commerce, surtout dans le domaine de l'investissement.

Le marché américain demeure, bien sûr, celui que choisissent la plupart de nos entreprises pour se lancer dans l'exportation. Nous allons donc renforcer nos programmes d'aide comme celui des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers [NEEF] et le NEEF Plus. L'expérience directe que peuvent ainsi acquérir les nouveaux exportateurs leur donne les connaissances et les capacités nécessaires pour commercer dans d'autres régions du monde.

Voir page 16 - Coup d'œil



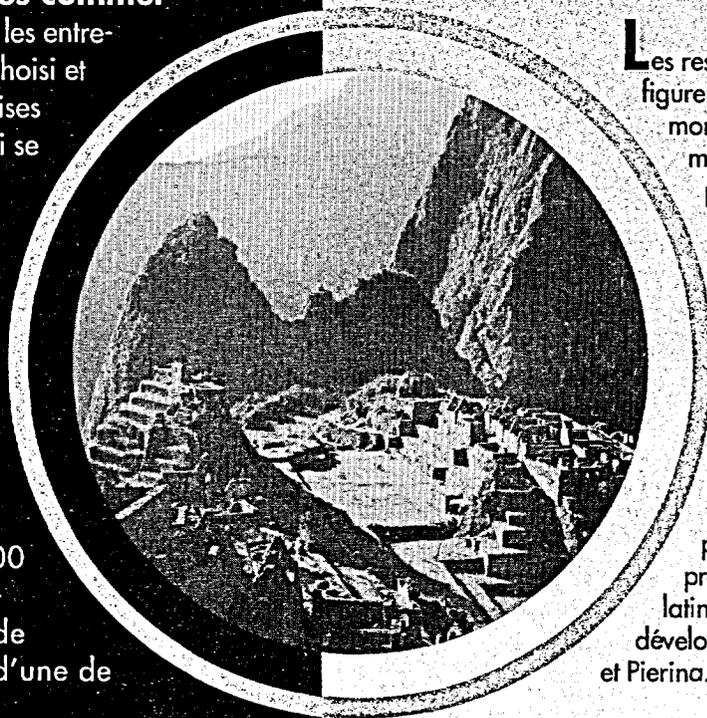
Le ministre du Commerce international M. Pierre S. Pettigrew

# PÉROU — Le marché

## Le Service des délégués commerciaux du Canada

aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Centre des études de marché et le Service des délégués commerciaux ont préparé à votre intention plus de 500 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



Les ressources minières péruviennes figurent parmi les plus riches au monde. Les revenus tirés d'activités minières représentent 11 % du produit intérieur brut (PIB) péruvien et 50 % environ des exportations péruviennes totales. De plus, l'activité minière rapporte au Pérou 2,3 milliards de dollars canadiens en devises chaque année. L'essentiel de la production minérale péruvienne concerne surtout le cuivre, le zinc, l'argent, l'étain et le plomb. Le pays est le plus grand producteur d'or en Amérique latine, en particulier depuis le développement des mines Yanacocha et Pierina.

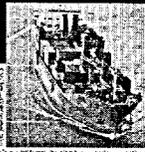
En 1998, des investissements directs étrangers d'environ 2 milliards de dollars ont été faits dans l'industrie minière péruvienne. La contribution du Canada était de 203 millions de dollars (ce qui nous classe au troisième rang des investisseurs).

## VOTRE ACTIF COMMERCIAUX DU CANADA

- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les investisseurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour le marché minier Amérique latine et dans les Antilles





Équipe Canada inc • Team Canada Inc

# é minier

**la prochaine décennie**  
Le ministère péruvien de l'Énergie prévoit qu'au cours des dix prochaines années, la somme de 15 milliards de dollars sera

conseil pour les infrastructures portuaires, routières, électriques et minières, de même que pour les fournisseurs d'équipements de toutes sortes.

adopté des lois qui assurent aux investisseurs le rapatriement intégral des bénéfices, des capitaux et des redevances. Enfin, grâce à un système d'enregistrement efficace, les sociétés minières canadiennes peuvent avoir rapidement accès à des concessions minières.

## Activités de privatisation du secteur minier au Pérou

Projet de privatisation	Contenu	Réserves/Potentiel
Uicay	Or	10,76 millions t, 160 g/t Au (553 315 oz or)
Prospect	Polymétallique	Information préliminaire
Chiquillay	Cuivre	544 millions t (0,69 % Cu)
Pomochu	Cuivre	364 millions t (0,67 % Cu)/ potentiel 457 millions t
Puy	Cuivre/or	5,24 millions t (0,27 % Cu)/ potentiel 20 millions t
Chicama	Houille anthraciteuse	270 millions t (62 % maigre)/ 450 MW
Antonio de Potos	Or alluvionnaire	193 millions m <sup>3</sup> (0,249 g/m <sup>3</sup> Au)
Yavar	Saumures phosphatées	262 millions t (30 % P <sub>205</sub> )
Bambas	Cuivre/fer	Formalités juridiques en cours

### Le potentiel vous intéresse?

Pour obtenir la liste des foires commerciales péruviennes et en savoir plus sur les débouchés, veuillez lire le rapport intégral, « Le marché minier au Pérou » préparé par le Centre des études de marché. Le rapport est disponible en ligne à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

investie dans la prospection et la mise en valeur, l'expansion des mines et de nouveaux projets. Par ailleurs, la demande d'équipements et de services importés dans le secteur minier va continuer de progresser au fur et à mesure que les mines adopteront de nouvelles technologies, moderniseront leur matériel et amélioreront leur production minière. Le secteur minier péruvien offre des débouchés aux entreprises canadiennes dans les domaines suivants : technologies de prospection, services de génie-



De nombreuses sociétés minières d'État ont été privatisées au Pérou. Une liste d'autres sociétés minières nationales proposées à la vente par appel d'offre figure au tableau ci-dessus.

### Accès plus facile

Le Pérou a introduit de nombreuses réformes économiques en vue de libéraliser le commerce et l'investissement, ce qui a entraîné la privatisation de sociétés d'État. Le pays a également

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

Est-ce un marché pour vous?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

  
Le marché minier

Consultez nos études de marché

# La Chambre de Commerce et d'Industrie Canada-Liban

**F**ondée en 1989 par des hommes et des femmes d'affaires canadiens d'origine libanaise, la Chambre de Commerce et d'Industrie Canada-Liban (CCICL) est un organisme à vocation bilatérale et à but non lucratif, du secteur privé des affaires.

La Chambre, qui traite sur un même pied d'égalité, des intérêts du Canada et de ceux du Liban, s'adresse aux gens d'affaires et aux entreprises qui sont engagés dans le commerce et l'investissement et qui sont désireux de développer les relations économiques et commerciales entre les deux pays.

Elle intéresse particulièrement les Canadiens désireux d'exporter leurs biens et leurs services au Liban et les Libanais attirés par le marché canadien. Ils peuvent tous compter sur la coopération de la Chambre et profiter de ses services sans lourdeur bureaucratique et sans intervention gouvernementale. Dans ce sens, les objectifs et les fonctions de la CCICL dépassent de loin ceux d'une représentation commerciale.

## Objectifs

La Chambre vise avant tout à favoriser les échanges économiques entre le Canada et le Liban, et à promouvoir et à favoriser l'expansion des entreprises par la coordination des efforts de développement économique. Elle constitue un atout de poids offrant aux entreprises canadiennes des opportunités d'affaires au Liban.

Ses objectifs précis comprennent :

- représenter les entreprises auprès des intervenants politiques de tous les niveaux;
- tenir diverses activités d'intérêt pour ses membres sur les dossiers d'actualité;
- tenir les membres au courant des développements économiques locaux et libanais par l'intermédiaire de publications régulières.

- renseigner sur les marchés et les créneaux de distribution, sur les statistiques, sur les droits de douanes et accise et sur les règlements et taxes.

## Services

Pour les Canadiens, la Chambre tient à jour une banque de données sur les sources des produits et des services : fabricants, agents, représentants, distributeurs, importateurs et exportateurs. Elle les renseigne sur les marchés et créneaux de distribution, sur les statistiques, sur les droits de douane et accises et sur les règlements et taxes.

Les membres ont la possibilité de faire la promotion de leur entreprise, de leurs produits, de leurs services ou de leurs activités par le biais du courrier de la Chambre et de son site Internet.

D'autres services de la Chambre incluent :

- la légalisation des documents commerciaux destinés à l'exportation au Liban et aux pays arabes;
- un programme d'assurance collective adapté à la petite entreprise;
- une banque de données informatisées sur toutes les compagnies opérant sur le territoire libanais.

La Chambre met aussi en liaison directe les gens d'affaires et les entreprises des deux pays, avec d'éventuels associés, acheteurs ou fournisseurs. En outre, elle offre des services de conciliation et d'arbitrage en matière commerciale et organise des réunions pour les membres avec des délégations commerciales en visite au Canada.

## Activités

Ainsi, durant les cinq dernières années, la Chambre a organisé plusieurs missions commerciales dirigées par des ministres du gouvernement : au fédéral, avec M. André Ouellet, ancien ministre des Affaires étrangères, durant laquelle fut réinstallée l'ambassade du Canada au Liban; au provincial, avec M. Ciaccia, ancien ministre du commerce international du Québec; et une mission dirigée par le maire de Montréal, M. Pierre Bourque.

En octobre dernier, le ministre de l'Industrie et du Commerce du Liban, M. Nasser Saidi, est venu au Canada à la tête d'une délégation de 23 hommes d'affaires libanais pour établir des échanges commerciaux avec leurs vis-à-vis canadiens.

Pour tout renseignement sur les activités à venir, communiquer avec la Chambre, 40, rue Jean-Talon est, Montréal, tél.: (514) 495-8000, téléc.: (514) 495-1109, courriel.: [ccicl@ccicl.ca](mailto:ccicl@ccicl.ca) Internet : [www.ccicl.ca](http://www.ccicl.ca) \*

## Marchés des IFI : « Faire des affaires avec les pays en développement »

Branchez-vous sur IFInet :  
[www.dfait-maeci.gc.ca/IFInet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/IFInet)

Grâce à IFInet, vous découvrirez des milliers d'occasions d'affaires financées par les institutions financières internationales (IFI) dans quelque 130 pays en développement à travers le monde. Ce site vous permet d'avoir accès à des renseignements sur les projets financés par les IFI et sur ceux que réalisent des entreprises d'experts-conseils canadiens pour les IFI, à une liste des projets de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et à des guides d'affaires pour les exportateurs. Aussi, n'oubliez pas de consulter la nouvelle page « Projets d'investissement internationaux ».

**A P E R C U I D U**  
**sondage** *auprès* **des clients (1999)**

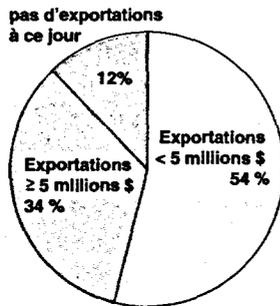
Comme les entreprises prospères, le Service des délégués commerciaux du Canada est à l'écoute de sa clientèle. Voici certains points saillants de notre sondage auprès des clients de 1999. Pour obtenir de plus amples renseignements sur nos services ou davantage de détails sur les résultats de ce sondage, vous pouvez nous rendre visite au [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca). Nous serions heureux de recevoir vos observations et vos propositions et nous vous invitons à appeler notre ligne service à la clientèle au 1 888 306-9991.

**Sommaire des conclusions sur les services fournis en 1998**

- plus de 2 000 entrevues téléphoniques
- taux de réponse de 90 %
- la majorité des clients sont de petites et de moyennes entreprises (PME)
- 2/3 des clients ont eu recours à plus d'un bureau en 1998
- les PME et les grandes entreprises ont des profils et des expériences semblables
- les clients ont recours à nous depuis quatre ans en moyenne

**Qui sont nos clients?**

La plupart des clients sont dans des PME.

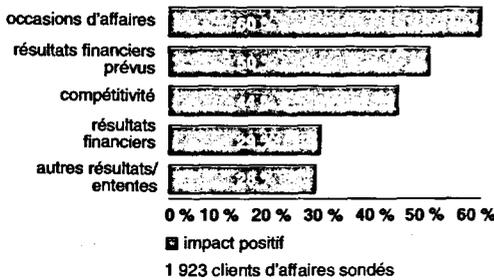


**Ce que vous avez dit de nos services**

- 81 % des clients d'affaires sont satisfaits
- 91 % disent que la prestation est au moins aussi bonne qu'ils l'espéraient
- 89 % recommanderaient notre Service à un associé.

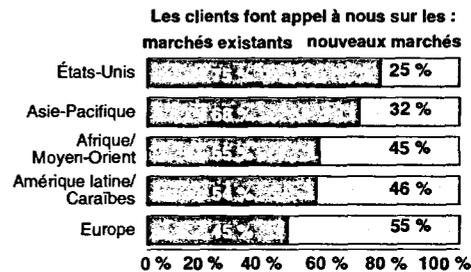
**Comment nous contribuons aux résultats des clients à l'étranger**

Contribution d'une mission aux résultats des entreprises clientes



**Comment les clients mettent-ils à profit nos services?**

Les clients ont recours à nous sur les marchés existants et nouveaux. Les services les plus demandés sont : les conseils de base et la recherche de contacts. Le soutien logistique, le dépannage et l'aide dans le cadre des soumissions figurent parmi les autres services demandés.



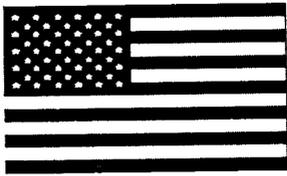
**Vous avez indiqué où nous pourrions apporter des améliorations**

**Domaines à améliorer**

- Règlement des plaintes
- Expliquer les délais d'exécution
- Apprentissage du secteur des affaires
- Connaissances du marché
- Faire preuve de créativité/Être proactif dans la recherche de solutions
- Établir des réseaux
- Des services profitables

**Démarches et mesures adoptées**

- Ligne de service 1-888-306-9991
- Engagement de répondre en cinq jours ouvrables
- Identifier des possibilités d'apprentissage pour les agents
- Donner plus de temps aux agents pour se concentrer sur les principaux secteurs et les services de base
- Donner aux agents plus de temps pour le travail essentiel et soutenir les agents à l'aide de formation
- Consacrer plus de temps au réseautage local
- Continuer à se concentrer sur les services à valeur ajoutée



# CARREFOUR ÉTATS-UNIS

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca). Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## Mission NEEF virtuelle

**A**vez-vous déjà envisagé de participer à une mission NEEF (Nouveaux exportateurs aux États frontaliers), mais estimiez avoir besoin de plus d'information de première main?

Dans l'affirmative, pourquoi ne pas profiter d'un nouvel outil Internet qui sera lancé ce mois-ci et où, par un simple clic de la souris, vous pouvez participer, dans le monde virtuel, à une mission NEEF typique. Enregistrée au cours d'une mission multisectorielle à Buffalo (New York), cette « mission NEEF virtuelle », présentée par M<sup>me</sup> Mary Mokka, agent de promotion commerciale au consulat général à Buffalo, propose une série de très courts films vidéo des nombreuses activités offertes aux participants et permet aux visiteurs de voir et d'entendre des conférenciers traitant d'un large éventail de sujets ayant rapport à l'exportation vers les États-Unis.

Vous pouvez :

- visiter un point d'entrée pour y voir les formalités de dédouanement des marchandises transportées par camion;
- visiter un entrepôt offrant un lieu où stocker vos produits et une adresse aux États-Unis;
- visiter un consulat du Canada pour y rencontrer l'agent responsable du secteur de votre produit ou service;
- entendre des exposés présentés par des douaniers américains, un courtier en douane, un transitaire et un représentant de fabricant;

- recueillir des renseignements essentiels sur les méthodes de distribution, les formalités d'immigration pour gens d'affaires, le système bancaire américain et les modes d'imposition américains à l'égard des entreprises canadiennes faisant affaire dans ce pays;

- obtenir de précieux conseils d'un comptable et d'un avocat.

Pour les entreprises qui souhaitent participer à une mission, mais ne sont pas en mesure de le faire en raison du coût ou du lieu, nous produisons actuellement un CD-ROM qui renfermera une présentation complète de six heures sur la mission. Un autre projet à l'étude est la construction

d'un site servant de groupe de discussion à l'intention des participants éventuels à une mission NEEF. Consultez la section « Carrefour États-Unis » de *CanadExport* pour en savoir plus sur ces nouveautés et sur d'autres à venir!

Pour renseignements sur NEEF, ou pour s'inscrire, s'adresser au Centre du commerce international le plus près. La liste des prochaines missions NEEF figure sur notre site Internet (voir ci-dessous). \*

### Saviez-vous que...

- Plus de 12 000 entreprises canadiennes ont participé au programme NEEF depuis sa création en 1982.
- La majorité de ces entreprises exportent maintenant vers les États-Unis et bon nombre d'elles ont étendu leurs activités à des marchés à l'échelle mondiale.

## Mission NEEF à la Foire de San Francisco

Les consulats généraux du Canada à Los Angeles, à Seattle et à Minneapolis organisent ensemble une mission NEEF (Nouveaux exportateurs aux États frontaliers) à la **San Francisco International Gift Fair**, qui aura lieu du 5 au 8 février 2000. Cette mission a pour but de permettre à des fabricants d'articles cadeaux et à des artisans canadiens de connaître l'une des cinq plus importantes foires d'articles cadeaux aux États-Unis, et de leur donner l'occasion de se renseigner sur les marchés voisins.

Pendant la mission, les participants pourront aller voir des détaillants de San Francisco, et visiter la foire ainsi que la **San Francisco Gift and Jewellery Mart**. Au

cours d'un colloque d'une demi-journée, ils pourront entendre des exposés d'un expert de la Douane américaine, d'un agent et d'un acheteur locaux et d'un agent de promotion du commerce de chacun des trois consulats. Les entreprises auront l'occasion de se rendre compte si l'ouest des États-Unis est un marché qui convient à leurs produits et, si elles doivent se lancer sur ce marché en participant à des foires ou en ayant recours à des agents.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Carl Light, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 346-2756, téléc. : (213) 346-2767, courriel : [carl.light@dfait-maeci.gc.ca](mailto:carl.light@dfait-maeci.gc.ca) \*

CONSULTEZ LE TOUT NOUVEAU SITE DE LA SECTION COMMERCIALE DES RELATIONS CANADA-ÉTATS-UNIS ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

# LE COMMERCE CANADIEN EN REVUE

## Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada

Troisième trimestre de 1999

Ce rapport trimestriel sur le commerce et l'investissement fait état de la croissance économique du Canada au cours du troisième trimestre de 1999 et souligne les résultats au plan du commerce et de l'investissement dans des secteurs et des marchés clés.



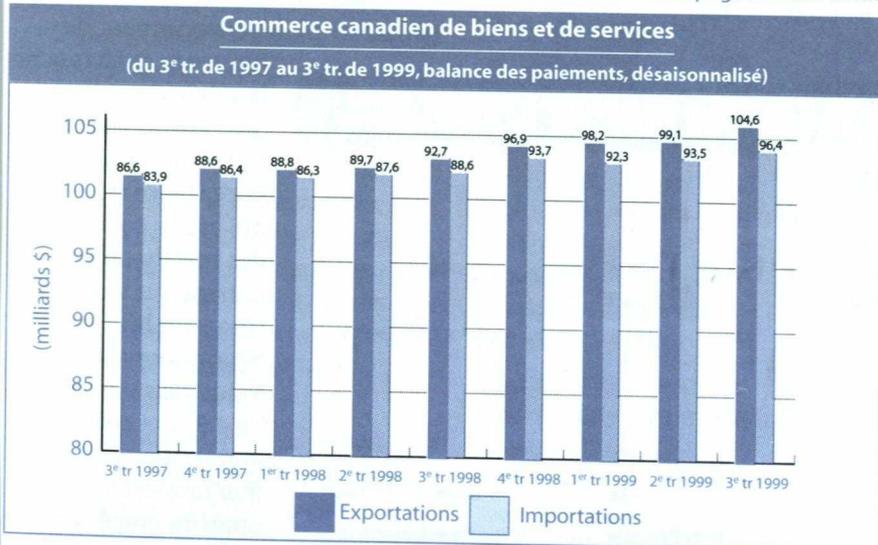
### Une évolution en parallèle : les données économiques et commerciales du Canada

Au troisième trimestre de 1999, l'économie canadienne a maintenu sa performance vigoureuse, son produit intérieur brut (PIB) réel ayant progressé à un taux annualisé de 4,7 % (soit largement supérieur au taux de

croissance du trimestre précédent). La croissance observée au troisième trimestre est due en bonne partie à l'augmentation des exportations, mais la demande intérieure a

Indicateurs économiques et commerciaux du Canada	
	Pourcentage de variation/niveau 3 <sup>e</sup> tr. par rapport au 2 <sup>e</sup> tr. de 1999
PIB réel (variation annualisée)	4,7 %
Emploi (nombre)	+96 800
IPC (variation par rapport au trimestre précédent)	
Ensemble des composants	2,6 %
Composants de base (exclut les aliments et l'énergie)	1,7 %
\$CAN en devise US (3 <sup>e</sup> tr.)	0,6718
Exportations de biens et services (variation par rapport au trimestre précédent)	5,1 %
Importations de biens et services (variation par rapport au trimestre précédent)	3,0 %

Voir page 2 — Les données



### Les faits saillants du commerce et de l'investissement

Les données trimestrielles les plus récentes reflètent un bondissement soudain du commerce canadien des marchandises au troisième trimestre de 1999, instaurant ainsi de nouveaux records dans un certain nombre de catégories. Ces résultats, qui font suite à plusieurs années consécutives de croissance exceptionnelle, se sont traduits par le fait que, pour les trois premiers trimestres de 1999, les exportations et les importations de marchandises ont dépassé les totaux pour l'ensemble de l'exercice 1995. Au chapitre des services, les échanges bilatéraux du Canada ont augmenté selon un taux robuste de 1,8 % par rapport au trimestre précédent.

#### Les échanges bilatéraux quotidiens entre le Canada et les É.-U. dépassent 1,5 milliard \$

Pour le troisième trimestre, la valeur des échanges bilatéraux entre le Canada et les États-Unis a été de 142,5 milliards \$, soit 79 milliards \$ en exportations et 63 milliards \$ en importations. La vigueur des ventes aux États-Unis était à l'origine de 4,6 milliards \$ des 4,8 milliards \$ d'augmentation globale des exportations de marchandises au Canada pour le trimestre. Cela représente la plus importante hausse trimestrielle en valeur absolue en ce qui a trait aux États-Unis enregistrée par le Canada depuis les années 1960 (en dépit du léger fléchissement observé en septembre à la suite de l'ouragan Floyd).

Voir page 2 — Les faits saillants



Les données — Suite de la page 1

également été vive, stimulée par une hausse des dépenses de consommation. Le ralentissement tant de l'investissement dans le secteur du logement que de l'investissement des entreprises a eu un effet mitigé sur les résultats du trimestre. Les prix à la consommation ont augmenté à un taux annuel de 2,6 %, tandis que l'inflation de base s'est maintenue au centre de la tranche de 1 à 3 % ciblée par la Banque du Canada.

Pour la période allant de juillet à septembre, les indicateurs économiques soulignent l'évolution positive du marché de l'emploi et des marchés financiers au Canada. Au chapitre de l'emploi, les gains sont dus à une augmentation du nombre des emplois à plein temps qui a fait régresser le taux de chômage. Pour le trimestre, ce dernier enregistre un taux moyen de 7,6 %; en septembre, le taux de chômage est descendu aussi bas que 7,2 %. Le dollar canadien est demeuré stable, enregistrant un cours moyen de 0,672 \$US, soit légèrement inférieur à celui du deuxième trimestre.

Bien que la hausse des prix des biens industriels et de l'énergie ait donné de l'élan au commerce des marchandises canadiennes dans des secteurs spécifiques, les résultats exceptionnels du Canada pour le commerce des biens et des services sont attribuables à divers facteurs, notamment :

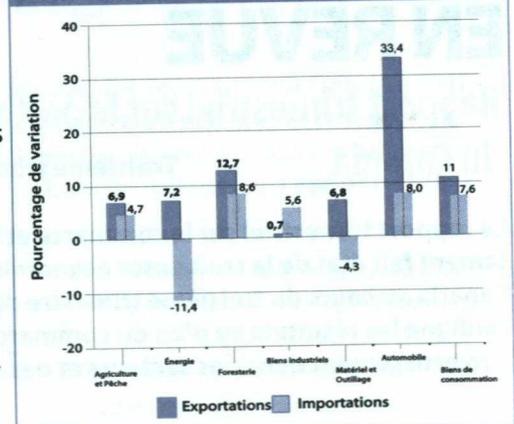
- une expansion économique plus forte que prévu aux États-Unis;
- la poursuite de la reprise et la stabilisation de la croissance économique à l'étranger, en particulier en Asie et en Europe;
- une demande intérieure vigoureuse.

Les faits saillants — Suite de la page 1

Depuis le début de l'exercice, la vigueur des exportations automobiles du Canada à destination des États-Unis a marqué les échanges bilatéraux, encore que les exportations dans les divers secteurs clés aient généralement affiché des gains substantiels. Pour la période allant de janvier à septembre, les exportations de produits automobiles ont augmenté de 33 % par rapport à la même période en 1998. Globalement, les exportations à destination des États-Unis se sont accrues de 15,7 % au cours des neuf premiers mois de 1999; les importations totales ont également augmenté, et ce, en dépit de la baisse enregistrée pour le secteur de l'énergie et pour celui du matériel et de l'outillage.

La hausse du PIB réel des États-Unis observée au troisième trimestre selon un taux annualisé de 5,5 % était due en bonne partie à une augmentation des dépenses de consommation, à un bondissement de l'investissement fixe des entreprises (principalement au titre des logiciels et du matériel) de même qu'à un regain de l'investissement dans les stocks. Certains de ces facteurs ont entraîné une demande plus importante de biens et de services au Canada.

Commerce du Canada avec les É-U par secteur  
Depuis le début de l'exercice (de janv. à sept.)  
(Variation, 1999 par rapport à 1998)



Nota : Les calculs sont basés sur les données douanières non désaisonnalisées.

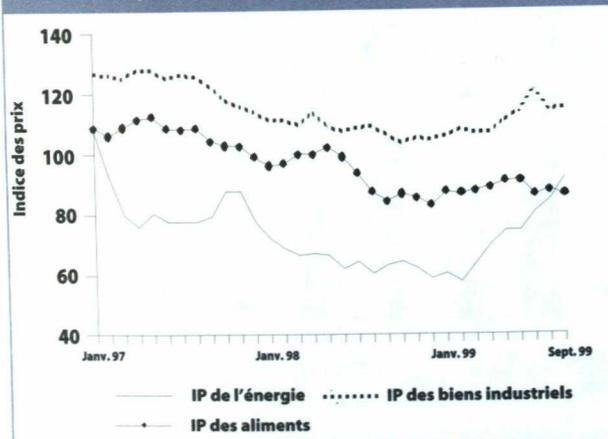
La hausse des prix des marchandises a renversé la tendance du commerce des biens industriels

La remontée des prix de l'énergie (y compris le pétrole brut, le gaz naturel et le charbon) et des prix des matériaux industriels (les métaux, minéraux et produits forestiers) a continué d'être un facteur déterminant de la croissance des échanges dans les secteurs de l'énergie et des biens industriels au Canada.

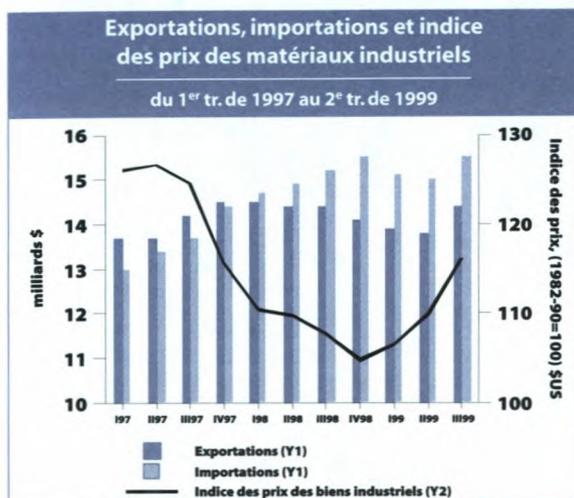
Les exportations de produits dans le secteur de l'énergie ont augmenté de 12,3 % (ou 895 millions \$) par rapport au trimestre précédent. Cependant, le fait marquant de cette période a été le renversement de

tendance qui a touché la valeur des échanges de biens industriels, troisième secteur en importance pour ce qui est du commerce des marchandises au Canada. Au troisième trimestre, la valeur des exportations de biens industriels s'est accrue de 4,3 % et celles des importations de 3,3 % (par rapport au trimestre précédent), après une baisse en série des exportations

Indice des prix des marchandises, de janvier 1997 à septembre 1999 (1982-1990=100) \$US



Source : Banque du Canada



Source : Statistique Canada; Banque du Canada

trimestrielles depuis le deuxième trimestre de 1998, et des importations depuis le premier trimestre de 1999. La hausse de la demande de biens industriels sur la scène internationale ainsi que la remontée des prix ont préparé le terrain pour cette croissance récente. Néanmoins, il est encore trop tôt pour parler d'une reprise véritable.

**Des gains vigoureux pour le commerce des marchandises dans tous les autres grands secteurs**

Au cours du troisième trimestre, les exportations canadiennes de tous les produits (à l'exception des biens de consommation) ont augmenté. Le secteur du matériel et de l'outillage et celui de l'automobile ont enregistré, à eux deux, une augmentation de 2,5 milliards \$; le secteur des produits forestiers a pour sa part connu une augmentation de 5,4 % par rapport au trimestre précédent. Dans le cas des produits agricoles et des produits de la pêche, on note une augmentation de 3 % par rapport au trimestre précédent, et ce, même si les prix mondiaux des produits agricoles (notamment ceux du blé) sont demeurés bas.

En ce qui concerne les importations, les résultats trimestriels du Canada témoignent de la vigueur de l'économie canadienne, la demande de produits étrangers ayant une large

hausse des exportations (2 %) et des importations (1,6 %) au troisième trimestre de 1999 par rapport au trimestre précédent, ce qui donne un déficit de la balance commerciale des services de 1,8 milliard \$ — soit sensiblement équivalent à celui du trimestre précédent. L'augmentation des exportations de services témoigne du nombre plus élevé des recettes dans les secteurs des services commerciaux, du transport et des voyages.

En ce qui a trait aux importations, les gains les plus importants correspondent aux services commerciaux et au transport, les voyages et les services gouvernementaux ayant enregistré une baisse.

**L'augmentation des acquisitions des entreprises canadiennes à l'origine du niveau record de l'IED**

Au troisième trimestre, l'investissement étranger direct (IED) au Canada a atteint le niveau record de 12,6 milliards \$, en raison surtout des acquisitions des

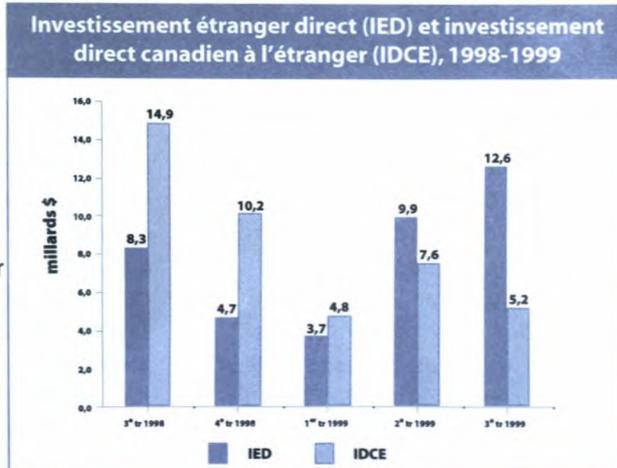
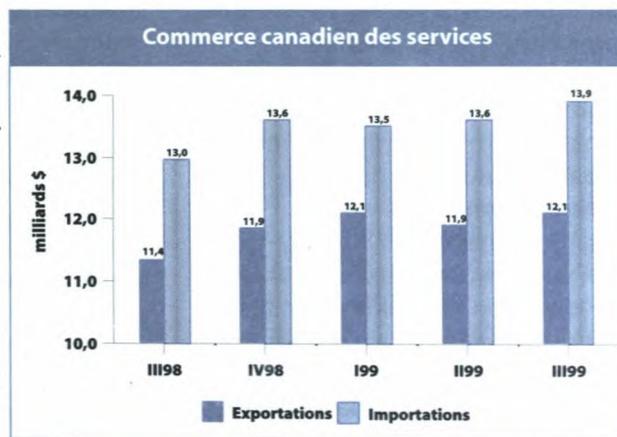
assise. Les importations ont augmenté par rapport au deuxième trimestre en ce qui a trait à l'énergie (16,5 %), aux biens automobiles (5,6 %), aux biens industriels (3,3 %), aux produits forestiers (3,5 %), au matériel et à l'outillage (1,9 %) et aux biens de consommation (2,7 %).

**La balance commerciale des services est demeurée stable**

Dans le secteur des services, on note une

entreprises canadiennes et d'autres investissements faits par les États-Unis. On a également enregistré une hausse des investissements dans les secteurs des machines, du matériel de transport, des finances et des assurances. Une grande partie des entrées d'IED au Canada au cours du troisième trimestre visait néanmoins d'autres secteurs, notamment les communications, les produits électriques et les produits électroniques.

Au troisième trimestre de 1999, l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) a été de 5,2 milliards \$, soit de 31 % inférieur à celui du trimestre précédent. Au cours du dernier trimestre, les mouvements des investissements canadiens à l'étranger visaient principalement les États-Unis et étaient concentrés dans les secteurs financier et des assurances.



## Nouvelles

### De nouvelles tendances dans le secteur automobile reflètent la position du Canada sur le marché mondial de l'automobile

Depuis les années 1960, le secteur automobile est un pilier de l'économie canadienne. Pour la seule année 1998, les exportations canadiennes de produits automobiles ont augmenté de 10,9 % par rapport à l'année précédente. Cependant, cette hausse ne peut être comparée au bondissement des exportations survenu plus tôt cette année; pour les neuf premiers mois de 1999, les exportations ont augmenté de 32,3 % sur une base annuelle.

La vigueur du commerce automobile est attribuable essentiellement à la demande américaine. L'augmentation des exportations du Canada à destination des États-Unis est le fruit de la vive demande du marché américain pour les véhicules légers (automobiles, fourgonnettes, voitures familiales, voitures utilitaires et camionnettes) — un segment de marché où la capacité de production canadienne a connu une récente expansion. Au cours des cinq dernières années, les ventes d'automobiles et de camions légers non commerciaux aux États-Unis ont été d'environ 15 millions d'unités, un chiffre record pour ce pays. Sur l'ensemble des ventes de véhicules légers, 45 % correspondaient aux camions légers; cela représente une forte augmentation par rapport aux 32 % enregistrés en 1997.

La hausse de la demande de camions légers reflète l'intérêt des consommateurs pour des voitures de tourisme polyvalentes et hybrides combinant les meilleures caractéristiques des voitures de tourisme ainsi que la capacité d'utilisation et la robustesse des camions utilitaires. Un autre facteur est la convergence en voie de réalisation des normes de sécurité

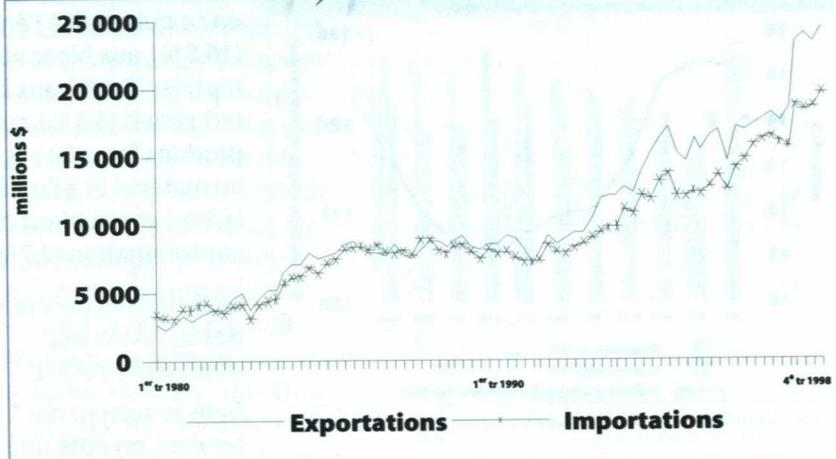
du gouvernement fédéral américain relatives aux camions légers et aux voitures de tourisme, ainsi que la réduction des différences entre ces deux parts du marché au plan des normes relatives à la réduction de la consommation d'essence et aux émissions de gaz. Cette tendance du marché américain est confirmée par la popularité d'un nouveau type d'automobile, la « voiture utilitaire de luxe », apparue pour la première fois en 1997.

Cependant, le marché américain n'est pas le seul marché où les exportations canadiennes d'automobiles ont obtenu de bons résultats. D'autres marchés ont également affiché une excellente croissance, bien que, souvent, leur base soit petite. Par exemple, pour la période allant de janvier à septembre, les exportations d'automobiles canadiennes à destination du Japon ont augmenté, passant de 49 millions \$,

en 1998, à 95 millions \$, en 1999. Également, sur une base annuelle, les exportations d'automobiles canadiennes à destination de l'Union européenne (UE) sont passées de 224 millions \$, en 1998, à 292 millions \$, en 1999. Les données les plus récentes en matière de commerce pour la période allant de janvier à septembre indiquent que les exportations à destination des nouveaux pays industrialisés (en particulier la Corée du Sud) ont affiché une hausse pouvant aller jusqu'à 96,6 % par rapport à la même période en 1998. Cette hausse a compensé la diminution enregistrée dans d'autres pays.

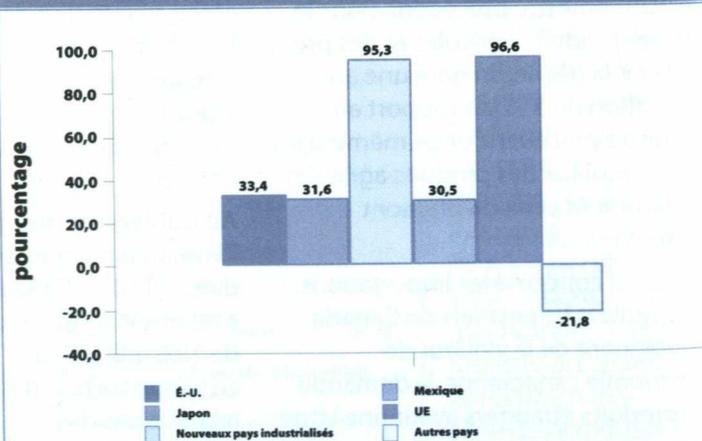
### Commerce canadien des produits automobiles

(du 1<sup>er</sup> tr. de 1980 au 3<sup>e</sup> tr. de 1999, balance des paiements internationaux, désaisonnalisé)



### Pourcentage de variation des exportations canadiennes d'automobiles

De janv. à sept. 1999 par rapport à la même période en 1998



**L**es produits et les services des entreprises canadiennes du secteur de la défense ont une incidence considérable, qui dépasse les frontières du pays. La Corporation commerciale canadienne (CCC) continuera donc de fournir à ces entreprises un appui important.

Dans l'allocution qu'il a prononcée à Ottawa en octobre dernier, à l'occasion de la réunion de l'Association de l'industrie de la défense du Canada (AIDC), le président de la CCC, M. Douglas Patriquin, a souligné la croissance de cette industrie dans plusieurs domaines de même que la part de la CCC dans ce succès.

Les véhicules blindés légers (VBL) construits à London (Ontario) sont un excellent exemple, d'une part, de l'ampleur du marché et de la réputation mondiale de cette industrie canadienne et, d'autre part, du rôle déterminant de la CCC. Fabriqués par la General Motors et vendus par l'intermédiaire de la CCC, les VBL ont été utilisés au Koweït, au Kosovo et, plus récemment, en Indonésie pour les casques bleus australiens au Timor-Oriental.

« Le VBL est tout à fait représentatif des produits militaires canadiens », a expliqué M. Patriquin devant un auditoire de représentants du secteur de la défense, d'invités internationaux et de parlementaires. « Le Canada est un chef de file mondial dans le domaine. Fruit de technologies élaborées par des entreprises

canadiennes de neuf provinces, les VBL sont utilisés au Canada et à l'échelle internationale par nos alliés. Et surtout, ils jouent un rôle clé dans les opérations de maintien et de rétablissement de la paix. »

## Les industries de la défense : appui de la CCC

**Ventes de VBL : 2,5 milliards de \$US**  
M. Patriquin a rappelé que, depuis 1981, la CCC avait contribué à des ventes de VBL à l'étranger se chiffrant à plus de 2,5 milliards de dollars américains, garantissant l'exécution du contrat pour chaque commande. Depuis près d'un demi-siècle qu'elle existe, la CCC a fourni le même soutien commercial stratégique à des milliers d'autres entreprises canadiennes.

« Nous avons fourni cet appui dans des domaines aussi divers que les accumulateurs et les systèmes de vidéoconférence, les hélicoptères et les systèmes de surveillance de la circulation, d'expliquer M. Patriquin. Quatre-vingt pour cent de nos clients sont des entreprises exportatrices de petite ou moyenne taille. Nous aidons l'ensemble de nos clients à conclure des ventes avec des acheteurs étrangers à des conditions plus avantageuses, en leur permettant de tirer parti de notre statut de société d'État fédérale et en garantissant intégralement aux acheteurs l'exécution des contrats, avec l'appui du gouvernement du Canada. »

Il a ajouté que, grâce aux accords de production et de mise au point du matériel de défense, le Canada bénéficiait d'un accès aux marchés américains de la défense et de l'aéronautique « équivalent à celui que lui garantit l'ALENA ». Ces accords qui permettent au Canada et aux États-Unis d'exploiter une base industrielle intégrée ont des retombées avantageuses.

Par exemple, de nombreuses entreprises canadiennes du secteur de la défense se sont taillé de bonnes places sur les marchés des produits civils aussi bien que militaires en produisant de nouvelles technologies mixtes. (Sur les 1 500 entreprises visées par l'enquête de l'AIDC, une cinquantaine environ seulement ont déclaré fabriquer exclusivement des produits à vocation militaire.)

**ITAR : résolution des problèmes**

M. Patriquin a souligné l'importance cruciale du règlement américain relatif au commerce international des armes (ITAR) pour la vigueur du secteur canadien des exportations. Les dispositions de l'ITAR ont une incidence sur une grande diversité d'exportateurs canadiens œuvrant dans nombre de secteurs technologiques.

« Les Canadiens acceptent qu'il y ait un contrôle rigoureux des technologies militaires, et ils souhaitent qu'il en soit ainsi, a précisé M. Patriquin. Il est extrêmement important pour nos entreprises du secteur de la défense que l'on arrive à une résolution saine des problèmes liés aux modifications proposées relativement au règlement américain. Cela est tout aussi important pour une bonne partie des secteurs de fabrication de pointe de l'économie canadienne — de même que pour nos clients des États-Unis et pour nos partenaires commerciaux. »

En conclusion, M. Patriquin a souhaité que l'on continue de promouvoir les entreprises canadiennes exportatrices de produits liés à la défense. « Le secteur de la défense est une importante source d'avantages commerciaux, tant d'un point de vue économique que technologique. La CCC a pour mandat d'aider les entreprises canadiennes à pénétrer les marchés mondiaux. Fort de notre expérience du commerce lié à la défense, nous aidons les entreprises canadiennes à faire des affaires partout dans le monde. » ☆

### Vous cherchez à faire des affaires avec le gouvernement fédéral des États-Unis?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site Internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.canadianembassy.org](http://www.canadianembassy.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

Suite de la page 1

la diffusion du Plan de Développement du commerce autochtone international (DCAI), mis au point par le comité de DCAI — un comité de 27 membres coprésidé par le MAECI, DCAI et le ministère des Affaires indiennes et du Nord canadien — et de la publication du Répertoire des exportateurs autochtones, le moment est venu de donner la parole à plusieurs

# Les exportateurs autochtones

représentants des collectivités et des meilleurs des affaires autochtones.

Le chef de l'APN, M. Fontaine, dont l'organisation représente 633 communautés des Premières Nations et compte plus de 800 000 membres, a insisté sur l'importance d'intégrer les collectivités autochtones du Canada à la culture économique et commerciale du pays : « Tout comme les exportateurs canadiens se donnent beaucoup de mal pour comprendre d'autres cultures, a-t-il déclaré, le Canada doit faire de même quant à la population et les gens d'affaires autochtones. »

M. Fontaine a félicité le gouvernement pour le PDCAI et pour la construction d'une base de données sur les exportateurs autochtones. Il estime que ces deux mesures sont un « bon premier pas », en vue de la mise en place d'un cadre qui permettra aux entreprises autochtones de se lancer sur les marchés internationaux.

Il a ajouté : « Il reste cependant beaucoup à faire. Le gouvernement doit organiser d'autres missions commerciales à l'intention des Autochtones. Les missions qui ont eu lieu jusqu'ici portaient exclusivement sur l'art et l'artisanat autochtones. Mais les entreprises autochtones savent faire bien d'autres choses encore! »

« Nous avons prouvé nos qualités dans les secteurs traditionnels des arts, de l'artisanat et du travail du bois, mais nous sommes tout aussi capables dans de nombreux autres domaines, notamment dans les industries fondées sur le savoir

qui constituent le contexte actuel de l'économie mondiale. »

Le chef Fontaine a continué en disant que les gens d'affaires autochtones souhaitaient vivement bâtir un partenariat constructif avec le gouvernement canadien. Il a souligné la collaboration de deux ambassadeurs canadiens — MM. Stan Gooch à Mexico et Peter Boehm à l'Organisation des États américains à Washing-

ton — « qui ont été d'un très grand concours dans nos efforts pour développer des marchés en Amérique latine et aux États-Unis ».

Selon M. Fontaine, si on leur en donne la possibilité, les entreprises autochtones peuvent soutenir la concurrence des entreprises les plus performantes dans le monde. Il a ajouté : « L'ardeur des entrepreneurs autochtones ne fait aucun doute, mais la viabilité à long terme des entreprises est loin d'être acquise. »

C'est donc là que la collaboration est indispensable — pour créer un environnement qui permettra aux entrepreneurs autochtones du Canada de faire valoir leurs qualités d'entreprise.

Plusieurs exemples des talents des entrepreneurs autochtones ont été évoqués suite à l'exposé du chef Fontaine. M. Ray Ahenakew, président-directeur général de Meadow Lake Tribal Council en Saskatchewan, a donné un aperçu des nombreuses réalisations du Council, en particulier sa société forestière, qui figure parmi les 50 principales entreprises de la province, et Mystic Management, une des plus importantes entreprises canadiennes en environnement.

Il a fait écho aux propos du chef Fontaine en disant que les entrepreneurs autochtones ont beaucoup à offrir : « Il s'agit simplement de développer et de promouvoir cette mine de talents inexploités, au Canada et à l'étranger. »

M<sup>me</sup> Dorothy Grant, créatrice de modes

et artiste haida de Vancouver, a encouragé les gens d'affaires autochtones à se prévaloir des programmes et services du gouvernement canadien. Elle leur recommande les missions commerciales, par exemple les missions NEEF et NEXOS, et plus spécialement les missions d'Équipe Canada, ayant participé récemment à celle au Japon où elle a retenu les services d'un représentant solidement établi, formé un partenariat avec un important fabricant japonais et s'est familiarisée avec les goûts et les tendances dans les secteurs japonais de l'art et de la mode.

M. Steven Bearskin, président de Cree Construction and Development Co. Ltd., à la baie James, a lui aussi souligné l'utilité des programmes et des services gouvernementaux pour les entreprises autochtones désireuses de pénétrer des marchés étrangers. Cree Construction, qui est l'une des entreprises de construction les plus importantes et les plus florissantes au Québec, a commencé à vendre ses produits et services il y a cinq ans, d'abord aux Philippines dans le cadre du Programme de coopération industrielle de l'ACDI, puis en 1998, comme membre de la mission d'Équipe Canada en Amérique latine. Suivirent des voyages en Pologne, au Pérou, en Équateur, au Mexique, au Costa Rica et en République dominicaine.

Enchaînant avec les orateurs précédents, M. Bearskin a affirmé que « les peuples autochtones avaient les connaissances et les compétences voulues pour soutenir la concurrence et percer sur les marchés partout dans le monde ».

Cette rencontre, dont M. William Clarke, sous-ministre adjoint aux Affaires internationales et délégué commercial principal, était l'hôte et à laquelle M. Rob Wright, sous-ministre du Commerce international, a prononcé le mot d'ouverture, a été organisée par la Direction des services à l'exportation pour les PME, du MAECI. Pour obtenir un exemplaire du Répertoire des exportateurs autochtones, communiquer avec le Services de renseignements du Ministère, par téléphone (613-944-4000), ou par courrier électronique (enqserv@dfait-maeci.gc.ca). #

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Vous trouverez ci-après quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste complète, consulter le site Internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**JAMAÏQUE — Projet de concession de routes à péage** — Le gouvernement prévoit lancer un appel d'offres au début de l'année pour l'attribution de contrats de construction-exploitation-transfert (CET) de routes à péage. Le premier projet se rapporte au pont-jetée de Portmore, en banlieue de Kingston. Les études de faisabilité ont déjà été effectuées et les autori-

tés sont à la recherche d'assistance pour les travaux de conception. Le pont-jetée de Portmore, la route de Spanish Town à St. Ann's Bay ainsi que la déviation de Montego Bay, sont des routes existantes devant être améliorées et transformées en routes à péage. Date de clôture: le 29 février 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 19991104-03885.

**JORDANIE — Travaux d'adduction des sources Zarqu Maïen et Zara** — Le gouvernement est à la recherche d'entreprises canadiennes souhaitant réaliser des travaux d'adduction d'eau, puisque la Jordanie entre vraisemblablement dans une période de sécheresse qui, d'après les données climatologiques enregistrées dans le passé, pourrait durer entre cinq et dix ans. Le projet consistera à capter et à dériver 20 millions m<sup>3</sup> d'eaux « marginales » s'écoulant actuellement vers la mer Morte. L'eau sera acheminée par une canalisation de 600 mm sur 50 km de long, jusqu'au canal King Abdullah, puis à l'usine d'épuration Zai, où elle sera traitée pour la consommation par les ménages. Date de clôture: le 1<sup>er</sup> mars 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 19991207-04356.

**JORDANIE — Projet de dessalement des eaux saumâtres de Hisban** — Le gouvernement est à la recherche d'entreprises canadiennes souhaitant participer au projet de dessalement des eaux saumâtres de Hisban. Ce projet servira à fournir à Amman 30 millions m<sup>3</sup> d'eau dessalée par année pouvant être utilisée par les

municipalités et à des fins industrielles. Cette eau sera puisée dans une nappe de 75 millions m<sup>3</sup> d'eaux saumâtres (source renouvelable) trouvée dans le cadre d'un projet réalisé par des Japonais. Le projet, d'une durée de 14 à 18 mois, comporte trois étapes: forage de 17 puits; installation d'une canalisation de 22 km, de tuyaux de collecte et d'une station de pompage; installation d'unités de dessalement par osmose inverse. Date de clôture: le 1<sup>er</sup> mars 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635 en indiquant le numéro de dossier 19991207-04357.

**KENYA — Réseau en anneaux SDH à fibres optiques de Nairobi** — L'entreprise Telkom Kenya Ltd. (comité des appels d'offres), est à la recherche d'entreprises admissibles pouvant fournir, superviser, livrer, installer et mettre en exploitation le réseau en anneaux SDH à fibres optiques de Nairobi et l'équipement connexe, ainsi qu'à en assurer l'entretien et fournir la formation nécessaire. Les documents d'appels d'offres sont disponibles au prix non remboursable de 20 000 Ksh (400 \$) (indiquer le numéro d'appel DF:4004/FOSDH). Date de clôture: le 2 mars 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635 en indiquant le numéro de dossier 19991207-04350.

**ALGERIE — Système de granulation de nitrate d'ammonium** — La compagnie algérienne ASMIDAL a obtenu un prêt de la Banque mondiale pour financer le Projet de contrôle de la pollution industrielle. ASMIDAL finance sur ses propres fonds la réalisation d'un système de granulation pour l'Unité Nitrate d'Ammonium - Granulation. Coût du dossier d'appel d'offres: 2 000 FF ou l'équivalent canadien (\$453). Date de clôture: le 9 février 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 19991207-04225.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 21 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 13 500 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 7 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers et 1 500 ont été jumelées.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

**L**a France, qui est le deuxième marché de pièces et accessoires automobiles en Europe avec 17,5 % du marché européen, peut présenter de nombreux débouchés pour les sociétés canadiennes.

Le secteur automobile est en croissance en France. Le nombre d'immatriculations de voitures a augmenté de 14,8 % au

progressé de 18,5 % en un an. L'exportation d'équipements français avait augmenté de 11,2 % pendant la même période.

#### Débouchés : pièces et accessoires

La valeur du marché français des pièces et accessoires totalise plus de 6 milliards de dollars. Compte tenu de la croissance constante du parc automobile français

# Le secteur de l'auto en France : un marché en quatrième vitesse

cours des huit premiers mois de 1999. Le Comité des constructeurs français d'automobiles table sur un marché de plus de 2,1 millions d'unités cette année, contre 1,9 millions en 1998.

Les constructeurs automobiles français (Renault et PSA Peugeot Citroën) ont totalisé 57 % des immatriculations de voitures neuves en France en 1998.

#### Un marché record d'équipements

Les équipementiers automobiles profitent de cette tendance favorable. Et bien que la pression sur les prix de vente aux constructeurs reste permanente, cette bonne année devrait se traduire par des niveaux record des chiffres d'affaires pour les équipementiers français.

Ainsi, le chiffre d'affaires de Valéo a progressé de 33 % grâce à l'intégration de l'activité de systèmes électriques d'ITT; de son côté, Faurecia a vu ses ventes augmenter de 7,4 % et MGI de 11,7 %, pour ne citer que ceux-là.

L'an dernier, le haut niveau de production des constructeurs français avait entraîné une hausse de la demande d'équipements importés, dont le volume a

ainsi que des nouvelles technologies, ce marché est très ouvert. Même si la concurrence y est forte, il existe néanmoins dans ce marché de nombreux débouchés pour les sociétés canadiennes — d'autant plus que les distributeurs et importateurs français font de plus en plus appel à des fournisseurs étrangers.

Avec plus de 26,3 millions d'automobiles et plus de 4,6 millions de véhicules légers sur les routes, le marché des pièces et accessoires offre un avenir florissant aux importateurs.

Le marché traditionnel (freins, embrayages, filtres, batteries, et autres) n'est pas à négliger, mais les créneaux les plus prometteurs sont ceux de l'électronique et de la communication (systèmes de navigation, cartes électroniques, téléphone ou encore lecteurs de disques compacts et bientôt jeux vidéo à l'arrière des voitures pour les enfants).

Il faut également noter que le marché des produits de sécurité et des produits liés à l'environnement sont en hausse (ceintures de sécurité à l'arrière, systèmes de freinage automatique ABS, contrôle des émissions, etc.).

#### Exportations canadiennes : hausse

La qualité des produits canadiens et leur caractère novateur facilitent leur importation en France, bien que les sociétés canadiennes connaissent quelques difficultés liées aux barrières tarifaires européennes et aux coûts de transport.

En 1998, le Canada a exporté vers la France pour environ 12 millions de dollars de pièces détachées (notamment pièces de carrosserie, freins et composantes électroniques). Les exportations canadiennes ont augmenté de 92 % entre 1996 et 1998. C'est dire les possibilités!

#### Un système de distribution avancé

La France possède un système de distribution très évolué, composé de deux réseaux : le secteur indépendant et le secteur dit « captif ». Ce dernier, qui appartient aux constructeurs eux-mêmes, est représenté essentiellement par des franchises. Il a couvert 33 % du marché l'an dernier, alors que le secteur indépendant contrôlait les 67 % restants. Étant donné la popularité grandissante des hypermarchés et des centres-auto, le marché captif décline d'année en année au profit du secteur indépendant.

#### Une présence indispensable

Les sociétés canadiennes voulant pénétrer efficacement le marché français doivent se rendre sur place, dans le cadre d'une mission, ou encore visiter les salons professionnels ou y exposer. Ce sont les moyens les plus sûrs de réussir.

Même avant de se rendre en France, les sociétés canadiennes pourront rencontrer des acheteurs de ce pays, ainsi que du monde entier, lors du **Salon international des produits de l'automobile (SIPA 2000)**, qui se tiendra à Montréal du 14 au 16 avril prochain. Organisé par l'Association des industries de l'automobile (AIA) du Canada, c'est le plus gros événement du marché secondaire de

Voir page 13 - Secteur automobile

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1-800-667-3802 ou (613) 944-1078; ou téléphoner au 1-800-551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



**P**our la première fois, le secteur des technologies de l'information et des communications (TIC) en Allemagne devrait surpasser le secteur automobile et prendre la première place dans l'économie allemande. En 1999, la taille globale du marché devrait augmenter de 7,8 %, dépassant 206 milliards de deutsche mark (189 milliards de dollars).

Le secteur allemand des TIC englobe les technologies de l'information, le matériel, les logiciels et les services, ainsi que les services et le matériel de télécommunication. L'emploi dans ce secteur va croître, l'effectif se montant à 1,5 million de personnes.

À la suite de la libéralisation du marché allemand, le 1<sup>er</sup> janvier 1998, et en dépit d'une chute des tarifs de téléphone, les services de télécommunication ont connu une croissance de 7 % totalisant 80 milliards de deutsche mark. Les commandes de matériel de télécommunications devraient afficher une forte remontée en 1999, après l'effondrement de 1997-1998 consécutif à la numérisation du réseau fixe de la Deutsche Telekom.

C'est dans les secteurs des logiciels et des services que la croissance des TIC est la plus forte : en 1999, elle devrait dépasser 10 % dans ces deux segments.

Au chapitre du matériel, les ventes sont particulièrement fortes dans les domaines suivants : réseaux locaux d'entreprise (LAN), serveurs NT et ordinateurs mobiles. Les ventes d'ordinateurs portatifs devraient dépasser un million de marks en 1999, ce qui représente une augmen-

## Secteur automobile

Suite de la page 12

l'automobile du Canada, qui alterne tous les deux ans entre Montréal et Toronto.

**Pour plus d'informations**, communiquer avec M. Musto Mitha, agent de commerce, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44 43 29 00, téléc. : (011-33-1) 44 43 29 98, courriel : [musto.mitha@dfait-maeci.gc.ca](mailto:musto.mitha@dfait-maeci.gc.ca), ou avec l'Association des industries de l'automobile du Canada, Ottawa, tél. : (613) 728-5821, téléc. : (613) 728-6021, ou consulter l'adresse internet de la Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile, [www.feda.fr](http://www.feda.fr) \*

# Allemagne : Le marché des TIC

tation de 25 % par rapport à 1998.

Les services de télécommunication ont beaucoup souffert de l'essor des communications mobiles. Le lancement du quatrième réseau GSM en Allemagne et la baisse subséquente des tarifs ont stimulé la demande, occasionnant une augmentation de 70 % du nombre total d'abonnés à la téléphonie mobile (14 millions sur une population totale de 80 millions).

La demande de réseaux de télécommunication fixes devrait augmenter durant les prochaines années, non seulement à cause de la baisse des tarifs, mais également par suite de l'introduction de nouvelles technologies d'accès telles que la boucle d'abonné numérique asymétrique (ADSL), pour les lignes existantes en cuivre, et la conversion de la télévision par câble en un réseau de transmission de données à très large bande pour Internet et pour le multimédia.

Les associations commerciales du

secteur des TIC se sont tournées vers le secteur public pour demander un ajustement du cadre afin de pouvoir poursuivre l'expansion du secteur. Elles incitent les autorités publiques, notamment les écoles, à intensifier leurs efforts pour adopter la communication en direct et lancer une « offensive de haute technologie ».

Les freins à l'établissement d'une économie électronique, tels que les droits de douane, les taxes imposées à la réception de la radiodiffusion et la réglementation visant le recyclage du matériel, doivent être revus en fonction de l'objectif global de maintien de la vigueur de l'économie allemande.

**Pour plus de renseignements** concernant le marché des TIC en Allemagne, communiquer avec M. Cliff Singleton, agent de commerce, consulat du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 21-99-57-0, téléc. : (011-49-89) 21-99-57-57, courriel : [cliff.singleton@dfait-maeci.gc.ca](mailto:cliff.singleton@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Nouveau débouché pour les entreprises canadiennes spécialisées dans les services aux municipalités

La Fédération canadienne des municipalités (FCM), en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, a établi un programme de développement du commerce international pour les firmes canadiennes spécialisées en services aux municipalités.

La Fédération élabore actuellement une base de données en ligne pour les entreprises canadiennes offrant leur savoir-faire à des municipalités dans des pays étrangers. Ce site sera relié à des municipalités à l'échelle mondiale, pour que les entreprises canadiennes puissent obtenir des contrats dans le cadre de grands projets réalisés par des municipalités partout dans le monde.

Le site Internet de la FCM ([www.fcm.ca](http://www.fcm.ca)) reliera quelque 1 000 entreprises cana-

diennes à 200 importantes administrations municipales dans les plus grandes villes d'Asie, d'Amérique latine et d'Afrique.

Les domaines d'activité comprennent : environnement, gestion des déchets, routes et infrastructure, logement et construction, technologie de l'information et télécommunications, systèmes de gestion des affaires et des administrations locales, éducation et formation, transports, énergie, tourisme, commercialisation et investissement.

Le nouveau site international sera aussi un outil clé pour les affaires et une importante source d'information pour institutions financières internationales, délégués commerciaux et ministères et organismes canadiens qui offrent aux municipalités des solutions canadiennes. \*

## Menu spécial pour manufacturiers de produits alimentaires visant les marchés étrangers

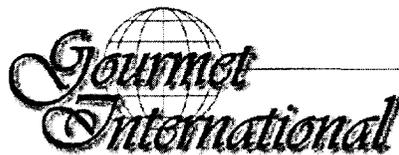
MONTREAL — 18 avril 2000 — **Gourmet International 2000 (GI2000)** est en train de recruter, pour sa 10<sup>e</sup> édition, des exposants canadiens de produits alimentaires fins, qui souhaitent exporter.

Les participants pourront rencontrer près d'une centaine d'acheteurs étrangers. Ils auront l'occasion de démontrer leur capacité d'exportateur et de prouver aux acheteurs étrangers que le Canada est en mesure de satisfaire leurs besoins de produits alimentaires uniques, qui se vendent dans le monde entier.

Déjà près d'une centaine d'acheteurs étrangers des cinq continents, principalement des États-Unis (importateurs, distributeurs, agents et courtiers), ont prévu de visiter **Gourmet International 2000**.

Des rencontres individuelles pré-établies seront organisées entre acheteurs étrangers et exposants inscrits.

**Gourmet International** est le seul salon consacré à l'exportation des produits alimentaires canadiens et réservé aux



acheteurs professionnels qualifiés. GI n'a en effet qu'un seul objectif : conclure des ventes à l'exportation. Les sondages réalisés auprès d'exposants et d'acheteurs des deux dernières éditions

## Occasions à saisir sur le marché pétrolier algérien

ALGER, ALGÉRIE — 16-19 avril 2000 — La quatrième édition des **Journées scientifiques et techniques (JST4)** de la Sonatrach aura lieu à Alger. Société d'État chargée de l'exploration, de l'exploitation, de la transformation et de la commercialisation des hydrocarbures algériens, la Sonatrach s'impose comme 12<sup>e</sup> groupe pétrolier à l'échelle mondiale.

Réunissant décideurs, responsables de projets, conférenciers et exposants, cet événement offre une occasion unique aux compagnies canadiennes souhaitant présenter leurs produits et leur savoir-faire. Quelque 1 500 participants, originaires d'une cinquantaine de pays, sont attendus à l'occasion de cette grande manifestation biennale.

Véritable pilier de l'économie algérienne, le secteur des hydrocarbures offre, depuis son ouverture progressive aux entreprises étrangères en 1994, de nouvelles perspectives d'affaires aux compagnies canadiennes. Soucieuse d'élargir sa dimension internationale tout en renforçant ses capacités nationales de production, la Sonatrach a multiplié au cours des dernières années les accords d'exploration et d'exploitation communes avec des groupes étrangers, y compris des sociétés canadiennes.

Les investissements liés au développement et à la modernisation du secteur au cours des cinq prochaines années sont estimés à quelque 18 milliards de dollars américains, dont un quart pourrait provenir de l'étranger (États-Unis).

Troisième exportateur d'hydrocarbures du continent africain, l'Algérie dispose de réserves estimées à 9 milliards de tonnes pour le pétrole et 5,1 milliards de tonnes pour le gaz naturel. La Sonatrach mise sur un renforcement significatif de ses capacités de production de brut d'ici 2002 à 1,4 million de barils par jour contre 900 000 barils par jour actuellement.

**Pour participer** à cet événement, communiquer avec M. Abdeslam Mimouni, président des JST4 et vice-président de la Sonatrach, Sonatrach/TRC, B.P.08 Sidi Arcine, Baraki, Alger, Algérie, tél.: (011-213-2) 68-54-02, téléc.: (011-213-2) 68-54-08.

**Pour renseignements**, voir le site Internet de la Sonatrach [www.sonatrach.dz](http://www.sonatrach.dz) ou communiquer avec M. Gilles Poirier, conseiller commercial, ou M. Rachid Benhacine, agent de commerce, ambassade du Canada à Alger, tél.: (011-213-2) 91-49-51, téléc.: (011-213-2) 91-47-20, courriel : [gilles.poirier@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gilles.poirier@dfait-maeci.gc.ca) ou [rachid.benhacine@dfait-maeci.gc.ca](mailto:rachid.benhacine@dfait-maeci.gc.ca) ✪

de GI ont indiqué des ventes de plus de 20 millions de dollars.

**Gourmet International 2000** est une réalisation conjointe d'Agriculture et Agro-Alimentaire Canada, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, et du Club Export Agro-Alimentaire du Québec.

L'inscription des exposants est en cours. Pour bénéficier du tarif préférentiel (700 \$, plus suppléments choisis), veuillez faire parvenir votre formulaire d'inscription et chèque au secrétariat de **Gourmet International** avant le 15 février 2000 (après cette date, frais d'inscription de 850 \$, plus suppléments choisis). Le salon publie un catalogue des exposants dont la circulation dépasse de beaucoup le public des acheteurs présents. Pour que votre entreprise y figure, votre matériel publicitaire doit parvenir au secrétariat au plus tard le 15 février.

**Pour tout renseignement** ou pour obtenir la documentation complète sur GI 2000, communiquer avec M<sup>me</sup> Céline Bernier, secrétariat de **Gourmet International**, tél.: (514) 873-9549, téléc.: (514) 873-2364, courriel : [gourmet.international@agr.gouv.qc.ca](mailto:gourmet.international@agr.gouv.qc.ca). Les formulaires d'inscription se trouvent aussi au site Internet du Service d'exportation agroalimentaire : [atn-riae.agr.ca/public/htmldocs/f1807.htm](http://atn-riae.agr.ca/public/htmldocs/f1807.htm)

## ITU TELECOM AMERICAS

RIO DE JANEIRO, BRÉSIL — 10-15 avril 2000 — **ITU TELECOM AMERICAS 2000** réunira les principaux intervenants du secteur des télécommunications de la région. Il s'agit du plus important salon des télécommunications qui ait jamais eu lieu en Amérique latine. **Telecom Americas 96** avait attiré plus de 19 000 visiteurs — des professionnels du monde des télécommunications venus voir les dernières technologies.

Si vous devez prendre une décision pour le prochain millénaire, prenez la bonne et venez à **TELECOM AMERICAS 2000**. Un pavillon parrainé par **DP Expos Services Inc.** avec l'appui d'**ITU-COM** est mis en place pour les Canadiens.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec **DP Expos Services Inc.**, tél.: (514) 871-3838. ✪

## Préparatifs en vue de la plus importante foire commerciale de la construction au Royaume-Uni

BIRMINGHAM, ROYAUME-UNI — 21-25 mai 2000 — Tenue tous les deux ans au National Exhibition Center, **Interbuild** est la plus importante foire commerciale de la construction du Royaume-Uni. L'an prochain, pour sa 105<sup>e</sup> édition, elle couvrira plus de 52 000 m<sup>2</sup>. Cette croissance notable par rapport à la foire de 1997 (celle de 1999 a été reportée au printemps 2000) est la conséquence directe de l'essor du marché de la construction au Royaume-Uni.

En 1997, **Interbuild** a attiré plus de 90 000 visiteurs — entrepreneurs, sous-traitants, manufacturiers, fournisseurs, agents, distributeurs, commerçants, professionnels du secteur privé, consultants, représentants du gouvernement, etc. Les exposants de 24 pays présentaient les produits de 1 450 manufacturiers.

Foire strictement commerciale, **Interbuild** présente une gamme complète de produits exposés dans des halls spécialisés : salles de bain, y compris la céramique; aménagement intérieur et revêtements de sol; installations électriques; chauffage et plomberie résidentiels; portes, fenêtres et façades; éléments d'architecture; éclairage; matériel, outils et ébénisterie; tuyauterie et canalisations; génie civil; services de construction.

Les entreprises canadiennes pourront

exposer leurs produits ou offrir leurs services au pavillon du Canada mis sur pied par **Unilink**, entreprise de Kingston (Ontario), avec le concours du haut-commissariat du Canada à Londres et d'Ontario Exports Inc. Le pavillon du Canada sera installé dans le Hall 4, hall international qui abrite les portes, fenêtres et façades (produits du bois). La participation à cette foire permet de bénéficier d'une campagne de promotion directe par la poste, soigneusement ciblée, effectuée avant le début de la foire, et de prendre part à une réception organisée par le haut-commissariat à l'intention des acheteurs du Royaume-Uni.

Pour exposer vos produits ou offrir vos services, communiquer avec la représentante canadienne d'**Interbuild**, M<sup>me</sup> Anne Heath, **Unilink**, tél. : (613) 549-0404, courriel : [ah@unilinkfairs.com](mailto:ah@unilinkfairs.com)

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jason Kee, agent de commerce, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-0) 20 7258 6664, téléc. : (011-44-0) 20 7258 6384, courriel : [jason.kee@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jason.kee@dfait-maeci.gc.ca), Internet : [www.infoexport.gc.ca/uk](http://www.infoexport.gc.ca/uk)



## Mission en environnement au Maroc le mois prochain

Les participants canadiens à une mission organisée en novembre ont confirmé les besoins énormes auxquels est confronté le Maroc ainsi que le potentiel de marché qui s'offre à l'industrie environnementale canadienne.

Dans ce but, une autre mission canadienne en environnement se rendra au Maroc du 21 au 23 février prochain (voir *CanadExport*, 1<sup>er</sup> décembre, p. 14). Les

## Agents commerciaux du Canada spécialisés en environnement en vedette à Globe 2000

VANCOUVER, COLOMBIE-BRITANNIQUE — 22-24 mars 2000 — Le Service canadien des délégués commerciaux (SDC) sera un des principaux participants à **Globe 2000**, une foire et conférence biennale sur l'environnement qui en est à sa sixième édition. Accompagnés de représentants commerciaux étrangers, des agents commerciaux spécialisés dans l'environnement du SDC seront sur place pour rencontrer les participants à cet événement important. Ces agents représentent plus de 40 marchés.

Un élément nouveau à **Globe 2000** sera le Mécanisme de développement propre du Canada et le Bureau chargé de sa mise en œuvre. À ces deux kiosques, des agents montreront aux visiteurs comment convertir le changement climatique en possibilités d'affaires viables.

On trouvera des détails supplémentaires, y compris une liste complète des agents commerciaux qui participeront à **Globe 2000** et la façon de s'y prendre pour les rencontrer, dans un numéro ultérieur de *CanadExport*.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Sherrill Owen, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, tél. : (613) 996-1758.

Rapports sur les marchés

Le Centre des études de marché du MAECI produit une gamme complète d'études de marché sectorielles pour aider les exportateurs canadiens à repérer les débouchés à l'étranger. Plus de 500 rapports sont actuellement disponibles, portant sur 25 secteurs allant de l'agroalimentaire et l'automobile aux produits de consommation, en passant par les industries forestières, le plastique, l'espace et le tourisme. Les rapports sont disponibles auprès du service FaxLink du Service des renseignements (613-944-4500), ou sur l'Internet à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

compagnies manufacturières sont encore invitées à faire connaître leur intérêt bien que le recrutement tire à sa fin.

Pour tout renseignement, communiquer avec M<sup>me</sup> Lucie Tremblay, Direction du Maghreb et de la Péninsule arabe, MAECI, tél. : (613) 944-6590, téléc. : (613) 944-7431, courriel : [lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca)

## Pavillon canadien au Salon de Hong Kong sur les technologies de l'information

HONG KONG — 16-19 mars 2000 — En collaboration avec Industrie Canada, le consulat général du Canada à Hong Kong organise un Pavillon du Canada à la Hong Kong Information Infrastructure Exposition & Conference 2000, HKII 2000. Conformément au thème du salon, le Pavillon mettra en valeur les technologies de l'information (TI) du Canada (commerce électronique, multimédia et éducation) reconnues à l'échelle mondiale.

Quelque 60 000 visiteurs sont attendus à cet événement majeur, qui représente l'une des nombreuses activités du Canada dans le cadre du protocole d'entente sur la coopération dans le domaine des TI qu'ont conclu Industrie Canada et le Hong

Kong Information Technology and Broadcasting Bureau.

En 1998, le Canada a exporté vers Hong Kong pour plus de 250 millions de dollars de produits et de services liés aux technologies des communications et de l'information, et pour 75 autres millions pour réexportation vers la Chine.

Cyberport, une initiative conjointe du gouvernement et des gens d'affaires de Hong Kong, dont le budget est évalué à 2,4 milliards de dollars, porte sur le développement du commerce électronique et du contenu multimédia. Les TI applicables à l'éducation figurent parmi les secteurs les plus prometteurs pour ce qui est des débouchés. En effet, le système d'éduca-

tion à Hong Kong est en train de passer d'un système axé sur l'enseignant et les manuels scolaires à un système plus interactif, tourné vers l'étudiant. Le gouvernement a engagé 750 millions de dollars pour mettre en œuvre, au cours des cinq prochaines années, une stratégie visant à promouvoir l'utilisation des TI dans les écoles. Des débouchés similaires existent pour exploitants de réseau, fournisseurs d'installations, constructeurs OEM, développeurs de logiciels et fournisseurs de services d'experts-conseils.

Pour renseignements sur le salon, voir le site Internet de HKII 2000 ([hkiiexpo.tdc.org.hk/](http://hkiiexpo.tdc.org.hk/)). Pour renseignements sur la participation du consulat et sur les débouchés à Hong Kong, communiquer avec M. Neil Clegg, délégué commercial, tél. : (011-852) 2847 7414, téléc. : (011-852) 2847 7441, courriel : [canadatrade.hkong@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canadatrade.hkong@dfait-maeci.gc.ca)

## Coup d'œil sur l'an 2000

Suite de la page 3

Car dans l'économie mondiale d'aujourd'hui, la diversité est la clé du succès. Nous avons des sociétés qui réussissent aux quatre coins du monde et nous continuerons de les soutenir.

**CanadExport :** Quelle place occupent les missions commerciales d'Équipe Canada dans le contexte commercial mondial, et pensez-vous qu'il y en aura d'autres dans un proche avenir?

**Le ministre Pettigrew :** J'ai participé pour la première fois à une mission d'Équipe Canada en septembre dernier, au Japon. J'y ai beaucoup appris. J'ai surtout été impressionné par le nombre de portes que nous avons pu ouvrir pour nos

exportateurs sur le marché japonais.

Comme vous le savez, ces missions ont été extrêmement fructueuses. Il serait donc logique de les poursuivre car le concept d'Équipe Canada démontre véritablement ce qu'on peut accomplir lorsque les gouvernements et les entreprises unissent leurs efforts.

Nous envisageons donc, avec l'encouragement du Premier ministre, la tenue d'une mission à l'automne prochain. Quant à la date et la destination, nous en discutons actuellement avec nos homologues provinciaux et d'autres participants clés. Les détails paraîtront dans le site internet d'Équipe Canada, dont une nouvelle version sera lancée sous peu.

Voilà donc quelques exemples de la façon dont nous cherchons, sans relâche, à aider les exportateurs canadiens, qu'ils

soient novices ou chevronnés. Pour connaître la gamme complète de nos services, adressez-vous à votre guichet unique : Équipe Canada inc!

**CanadExport :** Monsieur le ministre, merci. \*

### Principales sources d'aide et de renseignements pour le commerce international

- Équipe Canada inc  
Tél. : 1 888 811-1119  
Internet : [exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca)
- InfoExport  
Internet : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international  
Internet : [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)

## Service des renseignements

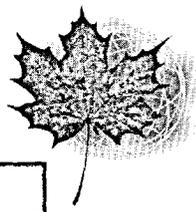
Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des rapports sur les marchés, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000)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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa, ON K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453025





# La Chine et Hong Kong

## comment profiter des occasions d'affaires

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

FEB 1 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

### DANS CE NUMÉRO

- 2 Débouchés d'affaires de l'ACDI
- 3 Équipe Canada : exemple de réussite
- 4 Iran : le marché de l'électricité
- 6 Débouchés en TI et T au Danemark
- 7 Marché de la TIC en Suède
- 8 Carrefour États-Unis
- 9 La CCC : Accès au préfinancement
- 10 Occasions d'affaires
- 12 Foires et missions
- 16 Au calendrier

Ce qui suit est le premier d'une série d'articles sur la Chine.

Lors de l'assemblée annuelle du Conseil commercial Canada Chine, en novembre dernier, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé la publication de l'édition 2000 du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong*.

Ce document signale aux entreprises canadiennes les débouchés d'importance, mais aussi les contraintes et les défis inhérents au marché chinois. Il décrit également les services qu'offrent les délégués commerciaux en poste dans nos cinq missions dans la région.

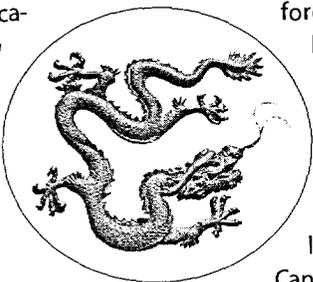
« Il s'agit de notre stratégie générale de partenariat commercial avec cette région clé, d'une stratégie qui, j'en suis persuadé, apportera des retombées positives et des réussites au Canada et à la Chine », a affirmé M. Pettigrew dans son allocution à l'assemblée annuelle du Conseil commercial Canada Chine.

Le *Plan d'action* renferme une présentation du contexte commercial, une

description des marchés régionaux, des profils de certains secteurs — agroalimentaire et pêcheries, construction, éducation, énergie électrique, environnement, foresterie, technologies de l'information, ressources naturelles et transports — un aperçu des industries culturelles, des services financiers et des industries de la santé, ainsi qu'une liste de points de contact au Canada et à l'étranger.

Le *Plan d'action commercial* est mis à jour régulièrement à la suite de vastes consultations auprès d'intervenants des secteurs public et privé.

Pour plus de renseignements ou pour obtenir un exemplaire du *Plan d'action*, communiquer avec le Service des renseignements du MAECI, tél. : 1 800 267-8376, (613) 944-4000 (région d'Ottawa), téléc. : (613) 996-9709, courriel : [enqserv@dfait-maeci.gc.ca](mailto:enqserv@dfait-maeci.gc.ca) On peut télécharger le *Plan d'action* en format html ou PDF à l'adresse [www.dfait-maeci.gc.ca/china/trade-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/china/trade-f.asp)



Vol. 18, N° 2 –  
1<sup>er</sup> février 2000

faites partie de l'Équipe gagnante



(voir encart à l'intérieur)

## Une petite société de logiciel de Miramichi se lance en exportation... aux États-Unis

*Vital Knowledge Software Inc. a remporté, devant 27 concurrents américains dont Microsoft et IBM, le titre de fournisseur attitré du ministère de l'Éducation du New Hampshire.*

Cet État de Nouvelle-Angleterre achète pour une valeur de 200 000 \$US d'exemplaires du Teachers' Tech Tutor™ (Maître Tuteur), le progiciel que Vital a mis au

point pour aider les pédagogues à comprendre les technologies de l'information et à les utiliser en classe.

Comment une équipe de cinq personnes, qui n'a jamais vendu ses produits ailleurs qu'au Nouveau-Brunswick, en vient-elle à faire concurrence à d'énormes multinationales — et à les supplanter —

Voir page 11 – Vital Knowledge



Votre entreprise s'intéresse-t-elle à des débouchés d'affaires à long terme en Asie, en Afrique, au Moyen-Orient ou en Amérique du Sud? Son chiffre d'affaires annuel dépasse-t-il 1 million de dollars?

Le Programme de coopération industrielle du gouvernement fédéral (PCI), géré par l'Agence canadienne de développement international (ACDI), est prêt à partager avec vous les risques initiaux pendant les étapes d'étude et de démarrage de projets d'investissement ou d'obtention de contrats à l'étranger,

## Les débouchés d'affaires et le PCI de l'ACDI

notamment les projets d'infrastructure de type construction-exploitation-transfert.

Avec plus de 20 années d'expérience, le PCI est en mesure de vous offrir conseils et aide financière, dans le cadre d'une entente de partage des coûts, pour

les dépenses relatives aux études de faisabilité et au démarrage de projets.

Pour plus de renseignements, tél.: (819) 953-5444, téléc.: (819) 953-5024, Internet: [www.acdi-cida.gc.ca/inc](http://www.acdi-cida.gc.ca/inc) (comprend des exemples de réussites). \*

## Un Centre canadien de formation en Ukraine célèbre son premier anniversaire

Il y a un an (le 27 janvier 1999), une nouvelle génération de Centres canadiens de commercialisation de l'éducation ont officiellement ouverts leurs portes à Kiev et à Ivano Frankivsk. Ces centres sont situés à l'ambassade du Canada et au Centre de privatisation, d'investissement et de gestion, à Kiev, et au Centre d'entreprises

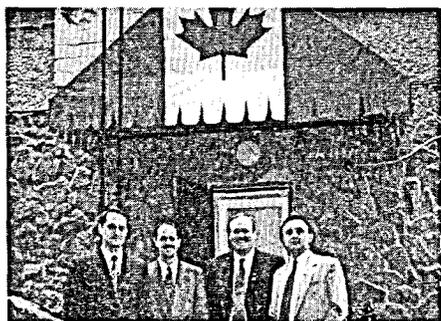
ukrainien-canadien, à Ivano Frankivsk.

Le Centre canadien de formation (CCF) est un nouveau type de centre conçu pour faire connaître l'expertise, les technologies d'apprentissage et les installations en ligne pour l'apprentissage dans les universités, collèges, écoles de langue et collèges professionnels du Canada. Parmi les services qu'il fait connaître, le Centre présente le Réseau scolaire canadien, l'université virtuelle pour les PME (VUSME) — à laquelle participent le Confederation College et l'Université de Calgary — et les technologies d'avant-garde (matériel et logiciels) pour l'apprentissage offertes par les entreprises du secteur privé.

Le CCF est situé dans des établissements importants en Ukraine, et les partenaires du secteur privé élaborent actuellement des plans en vue d'étendre le réseau à d'autres établissements d'enseignement, dont de grandes universités telles que

l'Université de Kiev-Académie Mohyla.

L'ouverture du CCF en Ukraine a coïncidé avec la signature, par le Canada et l'Ukraine, du Protocole d'entente sur la coopération en matière d'éducation, qui offre une structure pour stimuler les activités internationales entre les deux pays. \*



Devant le Centre d'entreprises ukrainien-canadien à Ivano Frankivsk (de gauche à droite): M. Anatoly Furda, directeur adjoint du Centre; M. Mario Houle, du MAECI; M. Gilles Séguin, du MAECI; et M. Alexander Pasichnyk, directeur du Centre.

## Saviez-vous que...

- En 1998, les exportations canadiennes de services vers les États-Unis se sont élevées à 27,7 milliards de \$, ce qui représente 60,3 % de l'ensemble des exportations canadiennes de services. La même année, les importations canadiennes de services en provenance des États-Unis ont totalisé 32,6 milliards de \$, ce qui correspond à 61,7 % des

importations totales de services du Canada.

- En 1998, les exportations canadiennes de produits et de services vers les États-Unis ont totalisé 297,2 milliards de \$, soit 80,7 % des exportations canadiennes totales, tandis que les importations canadiennes de produits et de services en provenance des États-Unis se chiffraient à 266,2 milliards de \$, ce qui correspond à 74,7 % des importations canadiennes totales. \*

Rédacteur en chef: Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué: Louis Kovacs  
Rédacteur: Vince Chetcuti  
Mise en page: Yen Le  
Tirage: 77 000  
Tél.: (613) 996-2225  
Téléc.: (613) 996-9276  
Courriel: [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet: [www.dfait-maeci.gc.ca/francais/news/newsletr/canex](http://www.dfait-maeci.gc.ca/francais/news/newsletr/canex)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse Internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à:  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

canadexport

**D**oté d'un des meilleurs systèmes de santé au monde, le Canada est bien placé pour fournir des renseignements médicaux et des services de formation médicale aux pays en développement. Et comme même les villages éloignés sont munis d'antennes paraboliques, les moyens de communication sont déjà en place.

C'est ici que PentMed Systems Inc. d'Ajax, en Ontario, entre en scène. Cette jeune entreprise, fondée en 1998, a entrepris de tirer parti de ces tendances et débouchés en mettant à contribution son équipe de plus de 20 conseillers et techniciens provenant de la société mère, le Groupe Pentranic.

« Des initiatives telles que nos projets internationaux dans le secteur de la télé-médecine prouvent que les ressources du Canada sont loin d'être limitées au charbon et au bois », déclare M. Tim Patterson, directeur général de PentMed. Cette société, spécialisée dans la technologie de la télé-médecine, fournit des systèmes de vidéoconférence aux professionnels de la santé partout dans le monde. « Notre but est de permettre aux médecins de régions peu développées d'exercer leur profession dans leur pays, plutôt que dans des pays industrialisés et, au bout du compte, de sauver des vies », explique M. Patterson.

### Participation fructueuse

Pour mieux faire connaître son entreprise et atteindre ses objectifs, M. Patterson s'est joint à la mission d'Équipe Canada au Japon en septembre dernier.

« Le fait de participer à la mission a accru notre crédibilité, particulièrement auprès des entreprises étrangères qui ne nous connaissaient pas, et a grandement élargi notre marge de manœuvre, dit-il. Depuis, des investisseurs japonais se sont mis en rapport avec nous, et je suis persuadé que ces rencontres donneront lieu à des projets concrets dans la région. »

La participation de M. Patterson à la mission d'Équipe Canada a aussi produit des résultats imprévus, mais opportuns. Pendant son séjour au Japon, M. Patterson a rencontré le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, et son conseiller en politique, M. André Albinati. Ces derniers ont pu faire progresser la

négociation d'un accord important avec l'Union européenne (UE) concernant un mégaprojet.

Ce projet, qui intéresse aussi au moins quatre centres médicaux canadiens, prévoit la prestation de services d'information, de consultation et de formation médicale permanente qui seraient fournis

possibilité de rencontrer d'autres participants dans la même situation, de comparer leurs expériences respectives et de faire des affaires ensemble », de dire M. Patterson.

Il s'est dit étonné par certains comptes rendus des médias, qui selon lui ont souvent donné une idée fautive de la mission.

# Une firme ontarienne en télé-médecine bien traitée par une mission d'Équipe Canada

à au moins huit pays de diverses régions du monde, allant de l'Asie à l'Amérique du Sud.

### Solide appui du MAECI

« J'ai aussi eu l'occasion de présenter le projet de l'UE, en particulier ses retombées à l'échelle provinciale, à certains des premiers ministres et à M. Robert Wright, sous-ministre du Commerce international, ajoute M. Patterson. Au cours d'une de ces rencontres, il a été décidé que je prendrais la parole lors d'un colloque. Le personnel d'Équipe Canada a rapidement modifié le programme à cette fin, et mon exposé a suscité beaucoup d'intérêt et d'attention. »

M. Patterson ne tarit pas d'éloges à l'endroit du personnel du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et de celui de l'ambassade du Canada, qui se sont montrés très serviables pendant son séjour au Japon. « Ils ont contribué à la concrétisation du projet européen et ont déployé des efforts considérables pour organiser des réunions, notamment M. Gilles Séguin, agent principal de la promotion de l'éducation au MAECI, qui a aussi participé à quelques-unes de nos séances. »

Tout comme de nombreux autres participants aux missions d'Équipe Canada, PentMed a profité énormément des liens créés avec d'autres entrepreneurs. « Les petites entreprises comme la nôtre ont la

« Il nous aurait fallu déboursé des centaines de milliers de dollars pour établir nous-mêmes des contacts à ce niveau. Le voyage en valait vraiment la peine. »

### Un produit exportable

Quelles sont les perspectives d'avenir de PentMed Systems? Selon M. Patterson, les retombées de la technologie de la télé-médecine sont vastes, tant sur le plan humanitaire que sur le plan économique.

« En plus d'élever les normes sanitaires à l'échelle mondiale, le savoir-faire canadien, en tant qu'exportation de première importance, représente aussi un investissement judicieux dans l'économie nationale », explique-t-il. L'exportation de notre propriété intellectuelle est une activité lucrative pour les consultants et les hôpitaux du Canada et favorise l'emploi à de nombreux échelons. Mais nous avons aussi la responsabilité sociale, en tant que Canadiens, d'offrir ces services de base aux pays en développement. »

**Pour plus de renseignements** sur PentMed Systems Inc., communiquer avec le directeur général, M. Tim Patterson, tél. : (905) 428-7020, sans frais en Amérique du Nord : (1-800) 207-4090, téléc. : (905) 428-7023, courriel : tim.patterson@pentserv.com Internet : www.pentserv.com

# IRAN

Le Service des délégués commerciaux du Canada aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Centre des études de marché et le Service des délégués commerciaux ont préparé à votre intention plus de 500 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



## Le marché l'électricité

Au cours des prochaines années, l'augmentation d'environ 7,5% par an de la demande nationale en électricité posera un défi au gouvernement iranien qui devra faire concorder l'offre et la demande. Dans le but de gérer la hausse prévue de la demande, le gouvernement a inscrit des mesures d'accroissement de la production dans son plan quinquennal de développement 1995-2000. Ces mesures prévoient l'expansion de la capacité installée qui passera de 25 gigawatts (GW) à environ 35 GW grâce à des investissements totalisant 29,5 milliards de dollars sur dix ans (jusqu'en 2005). Les fonds sont surtout dirigés vers des centrales hydroélectriques dont la construction est prévue ou déjà en cours.

### Débouchés

Une quantité de projets en cours de construction pourra offrir des débouchés aux sociétés canadiennes d'équipement et de services. Ces projets ont pour but d'augmenter

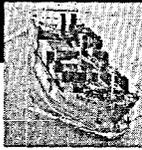
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour le marché
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour le marché l'électricité en Afrique et au Moyen-Orient



Équipe Canada inc. - Team Canada Inc

# de cité

capacité de génération hydro-  
électrique de 8 000 mégawatts  
(MW) et la capacité de généra-  
tion thermique et à cycle mixte

- J Tabriz : centrale à cycle mixte de 1 000 MW, et
- J Shirvan : centrale à cycle mixte de 1 000 MW.

## Production d'électricité en Iran (MW)

Type de centrale	1997	1998
Vapeur	11 685	12 400
turbines à gaz et à cycle mixte	8 896	9 422
hydroélectriques	1 999	1 999
diesel	677	616
<b>Total</b>	<b>23 257</b>	<b>24 437</b>

Sources : Tavanir Management Organization. *An Introduction to Iran Electric Power Industries*, mai 1999.

3 500 MW. De plus, on prévoit l'aménagement de 3 nouvelles centrales hydroélectriques et de 11 centrales thermiques d'ici 2005 tandis que plusieurs centrales au diesel sont en voie de conversion au gaz naturel.

Parallèlement, le ministère iranien de l'Énergie et l'IPDC (Iran Power Development Company) considèrent mener les projets qui existent dans le secteur de la production et du transport de l'électricité selon les modalités de construction-exploitation-transfert (CET) :

- Jalal : centrale à cycle mixte de 1 000 MW,
- JGhazvin : centrale à cycle mixte de 1 100 MW,
- JPareh Sar : centrale à cycle mixte de 1 000 MW,



## Projets de privatisation

L'Iran restructure actuellement son secteur de l'électricité. Le gouvernement envisage en effet d'accroître la participation du secteur privé à l'approvisionnement en électricité et de réduire les subventions publiques à l'industrie. Un plan visant à privatiser Tavanir, société d'État chargée de la production et du transport de l'électricité, est en outre à l'étude.

## Participation du Canada au secteur de l'électricité en Iran

La présence canadienne dans le secteur iranien de l'électricité s'accroît. Depuis plus de 20 ans, des firmes de génie

conseil participent activement dans le marché. Au cours des trois dernières années, on a pu noter un accroissement de l'activité des fournisseurs d'équipements et de services canadiens qui tentent d'obtenir des contrats. Les entreprises canadiennes qui souhaitent accéder au marché iranien sont invitées à communiquer avec la section commerciale de l'ambassade du Canada à Téhéran.

## Ce marché vous intéresse?

Consultez le rapport complet préparé par le Centre des études de marché, intitulé « Le marché de l'électricité en Iran », pour obtenir une liste de foires commerciales en Iran et pour en savoir plus au sujet des débouchés dans ce pays. Ce rapport est disponible en ligne à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

**L**e Danemark, marché avant-garde et dynamique, se classe cinquième au monde pour le taux de pénétration des technologies de l'information.

### Profil du marché

Le secteur des technologies de l'information (TI) et des télécommunications du Danemark regroupe quelque 10 000 entreprises, mais le pays est un importateur net

mentale), son gros aéroport international et son infrastructure de transport et de télécommunications sont des caractéristiques importantes qui en font l'un des endroits les plus avantageux en Europe pour la distribution de produits.

### L'internet et autres services

Au Danemark, le marché de l'internet se distingue par son dynamisme et son évolution accélérée. Jusqu'à 68 % de

noms des acheteurs et distributeurs du Danemark dans le secteur des télécommunications; son personnel est à votre disposition afin d'évaluer les débouchés pour votre produit ou service.

### Réussites canadiennes

Divers fabricants canadiens de logiciels ont percé sur le marché danois : **Mobile Data Solutions, Arrix Canada, ACL, Corel, Jetform, Cognos, MGI, Softimage, Discreet Logic, MKS, Hummingbird, Alias.**

### Importante foire commerciale

Localement, le salon annuel de la transmission de données et de la connectivité, appelé **Netværk & Telecom**, est fortement recommandé. Il devrait avoir lieu en juin 2000.

Pour avoir de plus amples informations sur ce marché, communiquer avec M. David Horup, agent de promotion du commerce, ambassade du Canada à Copenhague, tél. : (011-45) 33 48 32 58, téléc. : (011-45) 33 48 32 21, courriel : david.horup@dfait-maeci.gc.ca \*

# Les débouchés en informatique et en télécommunications au Danemark

de TI. L'Observatoire européen des technologies de l'information (EITO) estimait la valeur de ce marché à 9,2 milliards de dollars américains en 1998 et à 9,5 milliards en 1999.

Lorsqu'on examine le pourcentage du PIB que représente ce secteur, le Danemark arrive aussi parmi les premiers au monde avec un taux de 2,9 % — chiffre très supérieur à la moyenne de 2,3 % pour l'Europe de l'Ouest. Le marché des TI progresse à un rythme annuel d'environ 8 % (moyenne de 7,2 % en Europe de l'Ouest). Il existe toujours une solide demande à l'égard des solutions de TI au Danemark. En raison du coût élevé de la main-d'œuvre et de la dépendance de l'économie danoise face au commerce international, il y a en effet une demande constante de logiciels et d'outils visant à améliorer l'efficacité, l'automatisation et les communications.

Beaucoup de fabricants de logiciels canadiens estiment que les affaires au Danemark sont relativement simples, sans doute parce que la plupart des Danois parlent et écrivent couramment l'anglais. La situation géographique du Danemark (entre la Scandinavie et l'Europe conti-

toutes les entreprises danoises ont accès à l'internet et il en sera de même pour 25 % des ménages à la fin de 1998.

Dans un pays comptant seulement 5,1 millions d'habitants, des services d'accès à l'internet ont été vendus l'an dernier pour l'équivalent de 142 millions de dollars américains. Ce marché devrait connaître des taux de croissance annuelle de 20 à 30 % jusqu'en 2002.

En principe, il existe un marché au Danemark pour pratiquement tous les types de logiciels, sauf les progiciels administratifs destinés aux entreprises : deux sociétés danoises, Damgaard/Axapta et Navision, dominant en effet ce segment. L'ambassade du Canada à Copenhague peut effectuer une évaluation du marché concernant votre produit.

Le marché danois des télécommunications est dynamique : de nouveaux services sont continuellement offerts aux consommateurs de même qu'aux entreprises. Des solutions sans fil introduites récemment visaient tout particulièrement les applications institutionnelles.

L'ambassade du Canada tient une base de données à jour où figurent les

## Marchés des IFI : « Faire des affaires avec les pays en développement »

**Branchez-vous sur IFInet :**  
[www.dfait-maeci.gc.ca/IFInet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/IFInet)

Grâce à IFInet, vous découvrirez des milliers d'occasions d'affaires financées par les institutions financières internationales (IFI) dans quelque 130 pays en développement à travers le monde. Ce site vous permet d'avoir accès à des renseignements sur les projets financés par les IFI et sur ceux que réalisent des entreprises d'experts-conseils canadiens pour les IFI, à une liste des projets de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et à des guides d'affaires pour les exportateurs. Aussi, n'oubliez pas de consulter la nouvelle page « Projets d'investissement internationaux ».

**L**e marché de la technologie de l'information et des communications (TIC) de la Suède représente 6 % du PNB de ce pays, ce qui atteste le niveau élevé d'informatisation de la société suédoise. En ce qui concerne les produits, l'accent est mis sur les besoins ergonomiques et environnementaux et la sécurité des travailleurs.

et 30 % des habitants utilisent un téléphone mobile.

En 1998, la valeur des achats par Internet a été de 400 millions de dollars, dont 40 % ont été effectués à l'échelle internationale. Plus de 10 % de la clientèle des banques utilise l'internet pour ses transactions et 25 % des transactions boursières se font en ligne.

électronique, l'Internet mobile et le protocole WAP, les réseaux locaux (LAN) sans fil, la technologie sans fil de 3<sup>e</sup> génération et l'exploitation de l'internet, du multimédia et de la réalité virtuelle (tant au niveau matériel qu'au niveau du contenu).

D'autres débouchés existent dans les domaines de l'intégration des solutions géomatiques — télédétection, orientation géographique (GPS) et information géographique (GIS) — de l'exploitation de systèmes de télévision à large bande et numérique, des outils et des logiciels utilitaires permettant de faire face aux pénuries de professionnels et de faciliter la croissance des PME.

#### Présence canadienne en Suède

Parmi les entreprises canadiennes bien établies en Suède, on trouve notamment Ad Opt, Arkipelago Interactive, Cognos, Corel, Critical Mass Productions, CRS Robotics, Datamirror, Devtek, FastLane Technologies, Groupe Informission, Hummingbird, JetForm, Leitch Technology, Mitel, Moore Paragon, Newbridge Networks, Nortel, Perle Systems, SR Telecom, Technor et Telecom Advanced Systems.

Des dizaines d'autres sociétés canadiennes sont présentes sur le marché suédois et y font des ventes directes ou y ont des agents ou des distributeurs.

Pour plus de renseignements ou pour obtenir les rapports de marché intégraux, communiquer avec M. Robbin M. Battison, agent de commerce, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3013, téléc. : (011-46-8) 24-24-91, courriel : [robbin.battison@dfait-maeci.gc.ca](mailto:robbin.battison@dfait-maeci.gc.ca), internet : [www.canadaemb.se](http://www.canadaemb.se)

# Le marché de l'informatique et des télécommunications en Suède

L'anglais étant couramment utilisé comme langue des affaires en Suède, il est facile aux entreprises canadiennes de s'adapter à la pratique des affaires de ce pays. La Suède n'est pas seulement un bon marché-test, ouvert aux nouveaux produits de haute technologie, mais un pays qui a toujours adopté très tôt la haute technologie et qui consacre 3 % de son PNB à la recherche et en développement.

Le marché de la TIC en Suède est en pleine expansion : il affichait récemment des augmentations de plus de 25 % pour les chiffres d'affaires, et de plus de 40 % pour les profits. Le secteur suédois de la TIC exporte plus de 60 % de sa production. Les entreprises du pays sont donc particulièrement favorables à la création de partenariats avec des entreprises complémentaires et la Suède joue souvent le rôle de centre de commercialisation et de services pour les marchés scandinave et balte.

#### Profil du marché

Le marché suédois des télécommunications est très libéral et très concurrentiel, et les droits de douane y sont parmi les plus faibles au monde. Environ 34 % de la population est connectée à l'internet — 15 % des utilisateurs ont plus de 50 ans —

L'État suédois s'était donné comme objectif d'effectuer 95 % des achats gouvernementaux par EDI (échange de données informatisé) avant la fin de 1999.

La Suède possède également une compétence technique très évolutive dans les domaines de la cryptographie, du multimédia et de la réalité virtuelle.

#### Débouchés

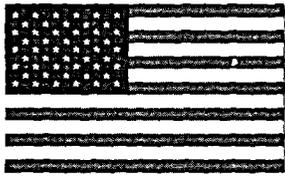
La Suède offre des débouchés aux entreprises canadiennes dans nombre de domaines, notamment les produits intégrant les anciens systèmes, l'automatisation industrielle, l'EDI et le commerce

## Nouveaux bureaux du consulat du Canada à Düsseldorf

Le ministre du Revenu national du Canada, M. Martin Cauchon, l'ambassadeur du Canada en Allemagne, M. Gaëtan Lavertu, et le maire de la ville de Düsseldorf, M. Joachim Erwin, ont participé à l'ouverture officielle des nouveaux bureaux du consulat du Canada à Düsseldorf.

En raison de la réorganisation des responsabilités de la mission en Allemagne, le consulat du Canada à Düsseldorf est maintenant responsable des secteurs suivants : santé; matières plastiques; produits du poisson; machines industrielles;

Voir page 16 - Nouveaux bureaux



# CARREFOUR ÉTATS-UNIS

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## La culture canadienne brille de tous ses feux à Pittsburgh

Tous les deux ou trois ans, le monde des arts se tourne vers Pittsburgh, une ville dont la réputation dans le domaine des arts contemporains est aussi solide que les moules d'acier qui l'ont lancée sur la voie de la prospérité. The Carnegie International, établie à la fin des années 1880 et généralement considérée comme la plus importante exposition d'art contemporain en Amérique du Nord, attire régulièrement les amateurs d'art de tous les coins du pays et du monde. La date coïncidait avec la tenue du congrès bisannuel de l'Association des études canadiennes aux États-Unis (ACSUS), qui a lieu à Pittsburgh en novembre 1999.

Le consulat du Canada à Buffalo avait conçu un programme culturel à plusieurs facettes dans le cadre du congrès de l'ACSUS : des artistes de talent provenant des milieux des arts visuels et des arts de la scène sont donc venus présenter leurs travaux à Pittsburgh. Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, l'un des conférenciers invités, a donné le ton au congrès par son allocution intitulée « The Changing Faces of Canada », sur les aspects économiques de la culture.

Afin de célébrer la création du Nunavut le 1<sup>er</sup> avril, le consulat avait organisé avec la collaboration de M<sup>me</sup> Judith Varney Burch, d'Arctic Inuit Art, à Richmond (Virginie), des expositions d'art inuit au congrès de l'ACSUS et à la Four Winds Gallery, galerie de prestige qui se spécialise dans les arts autochtones.

M. George Arlook, sculpteur inuit, a donné une démonstration spéciale de sculpture au Polar World Hall du musée Carnegie d'his-



M<sup>me</sup> Judith Varney Burch, propriétaire d'Arctic Inuit Art, de Richmond (Virginie), discute de sculpture inuit avec le ministre Pettigrew (à g.) et le consul général, M. Mark Romoff (Buffalo).

toire naturelle. M. Arlook a fait partie d'une équipe de consultants qui ont prêté assistance au musée dans le montage de sa première exposition au début des années 1980.

Plusieurs séances du congrès étaient consacrées à la culture et à la politique culturelle, y compris une série de réunions avec un groupe d'experts parrainées par l'Association canado-américaine Fulbright et financées par la USIA (United States Information Agency). Ce groupe d'experts a lancé une série de discussions théoriques et de recherches sur la politique culturelle qui donneront lieu à une publication spéciale conjointe de la *Canadian Review of American Studies* et de l'*American Review of Canadian Studies*.

Pour couronner le congrès de l'ACSUS, les organisateurs ont offert aux participants une soirée de spectacle mettant en vedette quatre ensembles canadiens de réputation internationale : Stuart McLean et le Vinyl Café Orchestra, Carmen Romero et la Candela Flamenca, Matapat : musique et danse du Québec, et les Barra MacNeil. ✽

## La tortue Franklin en vedette à Los Angeles

Dans le cadre du 8<sup>e</sup> festival international de la télévision pour enfants, tenu à Los Angeles en novembre, le consulat général du Canada, le Museum of Television and Radio et Air Canada ont commandité conjointement deux ateliers d'animation mettant en vedette M<sup>me</sup> Brenda Clark, diplômée et professeur adjoint du collège Sheridan. Elle est surtout connue pour l'illustration



de la série de livres La tortue Franklin et pour les émissions d'animation télévisées mettant en vedette ce personnage.

Créés il y a 16 ans par une ancienne Ottavienne, M<sup>me</sup> Paulette Bourgeois, les Franklin se sont vendus à plus de 25 millions d'exemplaires. Ce charmant petit

Voir page 9 – Franklin

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

# Accès au préfinancement par l'entremise de la CCC

Le Programme de paiements progressifs (PPP) aide les petites et les moyennes entreprises à surmonter leurs difficultés en les aidant à financer leurs ventes à l'exportation. La Corporation commerciale canadienne (CCC) a conclu des accords avec 17 institutions financières pour donner accès à des crédits de préfinancement au moyen de marges de crédit qui couvrent les coûts de production de certaines ventes à l'exportation.

## Qui peut utiliser le PPP?

Les entreprises canadiennes dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas 50 millions dollars et qui sont en règle avec leur banque principale.

## Comment fonctionne le PPP

- Une institution financière identifie un client susceptible d'être admissible au PPP et l'oriente vers la CCC.

## Vous cherchez à faire des affaires avec le gouvernement fédéral des États-Unis?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.canadianembassy.org](http://www.canadianembassy.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

- La CCC évalue le risque et approuve la demande de l'exportateur.
- L'institution financière effectue sa propre évaluation et, si elle juge la demande recevable, elle accorde à l'exportateur une marge de crédit afin de couvrir les coûts de la vente à l'exportation.
- La CCC émet ensuite un ordre de versement qui permet à l'exportateur de se servir de la marge de crédit.

## Franklin

(Suite de la page 8)



personnage canadien est maintenant à la tête d'un empire de plusieurs millions de dollars qui comprend une trentaine de livres, une émission télévisée, des vidéos et toute une gamme de produits allant des draps à des casse-tête.

Le festival, d'une durée de deux jours, offrait une excellente occasion de faire connaître le collège Sheridan. Des bulletins et des documents d'information concernant le collège, soulignant le talent et la créativité des animateurs-graphistes et des illustrateurs canadiens y ont été présentés. Le festival a également permis d'attirer l'attention du public américain sur la notoriété qu'a acquis le Canada dans le domaine de la littérature, de la télévision et du divertissement pour enfants.

Les représentants du Musée ont souligné le succès de cette activité, qui a été très courue et très appréciée par les enfants et par les parents en quête d'une école pour leurs jeunes artistes. Ils ont précisé que, compte tenu de ce succès, le Musée prévoyait d'inclure chaque année un volet canadien et qu'il s'efforcera de travailler conjointement avec le consulat pour élaborer de nouvelles façons de mettre en valeur les réalisations canadiennes dans le domaine du divertissement pour enfants. \*

- Les biens et les services sont livrés à l'acheteur étranger selon les conditions contractuelles.
- La CCC reçoit le paiement de l'acheteur étranger et rembourse la marge de crédit à l'institution financière.
- Si l'exportateur ne peut pas payer, la CCC achète l'en-cours et rembourse la marge de crédit.

## Limites de la marge de crédit

Les marges de crédit sont limitées à 2 millions de dollars par transaction pour une période allant jusqu'à deux ans. Des augmentations de marges de crédit sont accordées sous réserve d'une approbation spéciale.

La CCC est l'organisme officiel du gouvernement du Canada chargé des ventes à l'exportation. Elle fournit aux exportateurs canadiens une gamme de services à l'exportation, des conseils, la gestion des contrats et facilite l'accès au préfinancement des ventes à l'exportation pour les aider à conclure des contrats à de meilleures conditions dans un grand nombre de marchés très diversifiés du monde entier. \*

## Prochaine mission « 5 ans en 5 jours »

Une mission de commercialisation baptisée « Cinq ans en cinq jours » est organisée pour ce printemps par le consulat général du Canada à Atlanta, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Industrie Canada et les bureaux commerciaux des provinces.

La mission, du 4 au 9 avril, comporte une visite à l'**International Home Furnishings Market**, ou **High Point**, le plus grand salon du meuble au monde (voir le n° du 15 septembre 1999 de *CanadExport*, p. 10).

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Bill Stolz, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2017, téléc. : (404) 532-2050; courriel : [william.stolz@dfait-maeci.gc.ca](mailto:william.stolz@dfait-maeci.gc.ca) ou avec le Centre du commerce international de votre région. \*

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Vous trouverez ci-après quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**MAROC — Projet d'aménagement de la décharge de la ville de Meknès** — La Communauté Urbaine de Meknès assure actuellement la gestion d'une décharge non contrôlée, située à l'intérieur du périmètre urbain. Les conditions de cette décharge posent des problèmes majeurs de santé et d'impact sur l'environnement. Des études effectuées à ce sujet ont toutes recommandé sa fermeture. Le nouveau ter-

rain, site de la nouvelle décharge, est situé à 6 km au nord de la ville sur un sol argileux. Une route d'accès doit être aménagée afin de permettre aux véhicules de ramassage des déchets, d'environ 200/jour, d'atteindre le site en question. Il faudrait donc construire une chaussée de 7m revêtue, sur une distance de 3km. Le terrain est traversé par des lignes de haute tension qu'il faudrait déplacer. Le site de la décharge sera entouré d'une clôture grillagée; son exploitation se fera selon les règles de l'art, en alvéoles imperméables où les déchets seront compactés puis recouverts. Toutes les dispositions seront prises afin d'éliminer toute sujétion qu'occasionnera l'exploitation de la décharge à l'environnement. Date de clôture : **3 avril 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **19991230-04618**.

**GHANA — Aide financière - Prêt pour la construction d'une usine de production de solutions intraveineuses** — EPISTLE Consortium Ltd. est à la recherche de fonds, de prêts et d'aide financière pour entreprendre la construction d'une usine de production de solutions intraveineuses au Ghana. Le projet, évalué à environ 1,1 million de dollars, inclut la construction de l'usine, l'achat de l'équipement et des installations, les services, le matériel et les fournitures. On peut se procurer une copie du plan d'entreprise. Date limite : **15 mars 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **19991208-04359**.

**SUISSE — Restaurant et Centre de conférence suisses - Partenariat** — Fassbind

Hotels, groupe suisse qui possède des hôtels à Lausanne, Genève et Berne, ouvrira un nouvel hôtel quatre étoiles dans le centre-ville de Lausanne en 2001, qui comprendra plusieurs restaurants, 190 chambres, une terrasse, une aire de stationnement souterraine, des boutiques, un centre de conditionnement physique, trois ascenseurs vitrés et une salle de conférence pouvant accueillir 1 000 personnes. À l'heure actuelle, la planification de l'espace intérieur est encore en cours et peut être adaptée aux exigences d'un partenaire éventuel. Le concours, sous quelque forme que ce soit, d'un partenaire canadien est recherché pour l'exploitation des restaurants et de la salle de conférence. Date limite : **17 mars 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **19991215-04498**.

**THAÏLANDE — Projet pilote de consolidation du sol au moyen de végétaux** — Le gouvernement a obtenu un prêt de la Banque asiatique de développement (BAD) qu'il affectera à la réalisation de ce projet. On procède actuellement à l'établissement d'une liste de diffusion des soumissionnaires éventuels invités à fournir du matériel de construction, des services de consultation, des véhicules et des matériaux de construction. Date limite : **15 mars 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **19991213-04399**.

**SINGAPOUR — Voies grande vitesse 3-rails** — Singapore MRT Ltd. est à la recherche de fournisseurs et de fabricants voulant présenter des soumissions pour la fourniture et la livraison de voies grande vitesse 3-rails. Date limite : **10 mars 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **19991123-04142**.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 21 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 13 500 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 7 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers et 1 500 ont été jumelées.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

# Vital Knowledge Software Inc.

## réalise un coup de maître aux États-Unis

(Suite de la page 1)

sur un marché aussi concurrentiel que le marché américain?

### Coup de pouce du gouvernement

« Nous avons tout d'abord participé à un colloque de sensibilisation à l'exportation organisé par Industrie Canada, qui nous a ouvert les yeux sur les débouchés d'affaires qu'offrent les États-Unis, » explique M. Michael Cormier, président de Vital. « Nous avons choisi la Nouvelle-Angleterre comme étant notre marché naturel en raison de l'importance de sa population et de sa proximité géographique : elle n'est qu'à un jour de voiture et se trouve proche de grands centres comme New York, Boston et Philadelphie. »

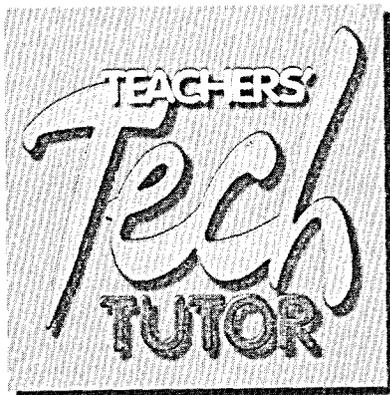
Vital a également participé au programme de création de partenariats à l'exportation et sollicité les conseils de l'Équipe du commerce du Nouveau-Brunswick et du Centre du commerce international (CCI), à Moncton. « En tirant parti des ressources gouvernementales, nous avons mis au point un plan solide pour entrer sur le marché de la Nouvelle-Angleterre, dit M. Cormier. Ce que nous avons fait ensuite équivalait à aller frapper aux portes. Notre première visite nous a menés à Boston, où le personnel du consulat général du Canada nous a aidés en nous conseillant sur les clients potentiels et en nous suggérant les meilleures approches possibles. Nous n'avions aucune idée de l'expertise et des conseils que le Service des délégués commerciaux (SDC) peut offrir aux entreprises canadiennes présentes partout dans le monde. »

Avec l'aide du SDC, des rencontres ont été organisées avec des distributeurs potentiels et le personnel de la formation en technologie des ministères de l'Éducation du Connecticut et du New Hampshire.

### Être au bon endroit, au moment opportun

Le ministère de l'Éducation du New Hampshire travaillait justement à la mise au point d'un plan de perfectionnement professionnel destiné à ses enseignants. Vital n'aurait pas pu trouver meilleur moment pour proposer son produit.

« Nous avons présenté notre produit et démontré notre compréhension des problèmes qui se posent couramment



aux enseignants du monde entier en faisant en sorte que l'intégration de la technologie soit pratique et profitable pour les enseignants. Nos interlocuteurs ont exprimé un vif intérêt pour notre solution CD-Internet unique et nous leur avons laissé une documentation complète pour un examen plus approfondi.»

Dans les semaines qui ont suivi, Vital a été conviée à répondre à une demande de propositions (DP) concernant la formation dans le domaine de la formation en technologie pour plus de 14 000 enseignants du New Hampshire.

« Nous avons beaucoup travaillé sur cette proposition et créé un document très important qui montrait clairement notre capacité de livrer un progiciel com-

plet répondant à leurs besoins. Notre produit est excellent, mais, en tant que petite entreprise d'une petite ville et d'une province peu peuplée, nous savions que pour nous cette proposition était cruciale. »

« Après plusieurs semaines, qui nous ont paru des années, reconnaît M. Cormier, nous avons appris que notre offre avait été retenue. Quand nous avons appris qu'on nous avait préférés aux "grands", nous étions ravis. Il est flatteur de savoir que notre produit a été choisi uniquement pour sa qualité et sa valeur, et non en raison de la taille de notre entreprise ou des dollars consacrés au marketing. »

### Une réussite en attire d'autres

L'aval du ministère de l'Éducation d'un État aidera sans aucun doute dans les négociations qui ont lieu en ce moment avec d'autres États comme le Massachusetts, la Floride et le Texas.

La société envisage-t-elle d'autres marchés que les États-Unis?

« Oui, à très court terme, » dit M<sup>me</sup> Nola Chiasson, vice-présidente de Vital, « bien que nous ayons beaucoup à faire pour le moment. La prochaine étape consiste à continuer à établir notre crédibilité et notre renommée chez nos voisins du sud pour faciliter la mise en marché d'autres produits et services. »

« Il existe des besoins de formation technique partout dans le monde, dit-elle, et un marché international s'ouvre manifestement pour nous. Lorsque le moment sera venu, nous rechercherons les occasions de partenariat avec des concepteurs ou des éditeurs de logiciels dans d'autres pays. Il semble que cela soit la méthode la plus rentable. »

Dans l'intervalle, la société — qui a reçu le prix du meilleur produit éducatif de 1998 des New Brunswick Multimedia Awards ainsi que l'approbation de la New Brunswick Teachers' Association — est en train de doubler ses effectifs de rédacteurs et de programmeurs, dont le nombre passe à 10, et cela grâce au résultat de ses activités aux États-Unis.

**Pour plus de renseignements sur Vital Knowledge Software Inc., communiquer avec M. Michael Cormier, président, tél. : (506) 773-8108, téléc. : (506) 778-6708, courriel : vital@nbnet.nb.ca, Internet : www.vitalknowledge.com** ✦

## Deux nouveaux Cafés-Carrefour

Depuis la création de Traverser l'Atlantique, plus de 250 compagnies et associations du secteur des technologies de l'information ont participé aux Cafés-Carrefour, organisés à Ottawa, Toronto, Calgary et Vancouver. Les commentaires sont unanimes : les PME apprécient cette formule simple et dynamique qui leur permet de recevoir des conseils et des suggestions utiles afin d'accélérer leur expansion en Europe.

Cette fois-ci, les partenaires de Traverser l'Atlantique, en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, l'Association canadienne des exportateurs à l'alimentation, et le Club Export du Canada Atlantique, innovent et préparent deux Cafés-Carrefour dans le secteur de l'agroalimentaire. Le premier



### TRAVERSER • L'ATLANTIQUE

Cinq pays d'Europe seront représentés lors de ces activités soit le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Italie et les Pays-Bas. Si vous pensez faire affaires en

Europe et voulez en savoir davantage sur la façon de percer ce marché, ne manquez pas les prochains Cafés-Carrefour.

Pour recevoir plus d'information, envoyez vos coordonnées par télécopieur au (613) 995-6319 (a/s Véronique

Duhamel). N'oubliez pas de visiter notre site internet au [www.traverserlatlantique.com](http://www.traverserlatlantique.com). Traverser l'Atlantique est un partenariat d'« Équipe Canada inc » fondé par le

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, la société d'avocats de Toronto Grasset|Fleisher et CIBC. \*

## Forum mondial des ministères des Mines et de Rendez-vous minier 2000

TORONTO, ONTARIO — 5-10 mars 2000 — Ministres des Mines, hauts fonctionnaires, cadres de sociétés minières et représentants d'organisations non gouvernementales des quatre coins du monde se réuniront le 10 mars à Toronto à l'occasion du Forum mondial des ministères des Mines.

Le forum aura lieu dans le cadre du Rendez-vous minier 2000 (du 5 au 10 mars), l'un des plus grands congrès internationaux du secteur à l'aube du nouveau millénaire. Cet événement sans précédent permettra

Voir page 16 - Forum mondial

## Promotion publique-privée des ventes de produits alimentaires vers l'Asie

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), en collaboration avec ses bureaux régionaux et provinciaux en Alberta, en Colombie-Britannique, en Ontario et au Québec, et les missions du MAECI à Hong Kong, Taïwan, Singapour et aux Philippines ont organisé de concert une mission en Asie à l'intention de chroniqueurs alimentaires.

Au nom de M. Lyle Vanclief, ministre de l'Agriculture, M. Neil Clegg, délégué commercial du Canada à Hong Kong, a décerné le prix d'Excellence en matière de partenariats à M. Derek Galpin, directeur général pour l'Asie des Lignes aériennes

Canadien International. Ce prix voulait souligner l'appui de la compagnie aérienne.

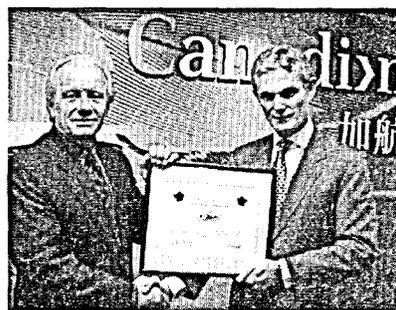
En collaboration avec AAC, la mission du Canada à Hong Kong organise un pro-

gramme d'ateliers qui se tiendront d'un bout à l'autre du Canada en mars prochain et qui porteront sur les débouchés existant sur le marché des produits alimentaires en Asie. Hong Kong sera également l'hôte du salon Hong Kong Sweets Expo Asia 2000 (consacré au marché asiatique des

bonbons et des sucreries), qui aura lieu du 27 au 29 juin et de la foire Hong Kong International Healthfood, Healthcare Products & Fitness Equipment Exhibition, qui se tiendra du 7 au 9 juillet.

Pour plus de renseignements sur les programmes ci-dessus ou sur d'autres activités concernant le marché asiatique des

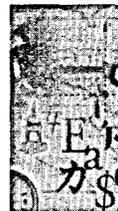
produits alimentaires, communiquer avec M. Neil Clegg, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : [canadatrade.hkong@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canadatrade.hkong@dfait-maeci.gc.ca) \*



M. Neil Clegg (à droite), délégué commercial du Canada à Hong Kong, a décerné le prix d'Excellence en matière de partenariats à M. Derek Galpin, directeur général pour l'Asie des Lignes aériennes Canadien International.

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1-800-667-3802 ou (613) 944-1078; ou téléphoner au 1-800-551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



SINGAPOUR, PHILIPPINES, VIËT-NAM — 9-25 mars 2000 — Une délégation commerciale se rendra dans plusieurs pays de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN). Organisée par le centre de commerce international de Toronto et la Société canadienne d'hypothèques et de logement, cette mission est axée sur les produits de la construction et du génie du bâtiment.

La mission commencera à **Singapour** (du 9 au 12 mars), où sont organisées des séances de jumelage entre acheteurs et vendeurs, des rencontres avec des fonctionnaires et des représentants du secteur privé, dont la Commission de développement du logement de Singapour, l'Agence de développement industriel et de construction de Singapour et l'Association des entrepreneurs en construction de Singapour, ainsi que diverses visites, notamment de chantiers.

À **Manille** (du 13 au 21 mars), les délégués auront la possibilité de participer à **WorldBex**, une des principales foires commerciales des produits d'architecture et de construction de la région. Ils pourront exposer seuls ou partager un stand. Outre

## Produits de la construction et du génie du bâtiment : mission dans les pays de l'ASEAN en mars

l'exposition, plusieurs événements sont prévus : séances de jumelage aux fins de l'exportation, de l'établissement de coentreprises et du transfert de technologie, rencontres avec des fonctionnaires et des représentants du secteur privé, comme l'Agence nationale du logement, le Conseil de coordination du logement et de développement urbain et l'Ordre des architectes des Philippines, ainsi que de gros distributeurs.

La mission prendra fin à **Ho Chi Minh-Ville** (du 22 au 24 mars), où les délégués participeront encore une fois à des séances de jumelage, des visites de chantiers et des réunions avec des fonctionnaires, dont les représentants de la nouvelle Agence spéciale d'exploitation, qui a pour mandat d'orienter les efforts du Viêt-nam en vue de l'établissement d'une économie de marché. **BuildTech**

**International**, entreprise de Richmond Hill, présentera aussi son Showcase Distribution Model, approche novatrice pour l'exploration et la pénétration du marché vietnamien. **BuildTech**, qui a signé un protocole d'entente avec l'Agence, a installé un bureau à Ho Chi Minh-Ville et offre ses services aux exportateurs et importateurs canadiens.

**Pour de plus amples informations** ou pour s'inscrire, communiquer avec M<sup>me</sup> Carol Kerley, tél. : (416) 218-3345, M<sup>me</sup> Kathy Tangorra, tél. : (416) 218-3343, téléc. : (416) 250-3203; ou, au Centre de commerce international de Toronto, avec M<sup>me</sup> Lynn Fisher, tél. : (416) 973-5063, M. Alan Ballak, tél. : (416) 952-4771, ou M<sup>me</sup> Laurie D'Souza (OEI), tél. : (416) 325-6514. ✽

## Semez au plus important salon agricole et agroalimentaire du Viêt-nam

HO CHI MINH-VILLE, VIËT-NAM — 18-20 mai 2000 — Les entreprises agricoles et agroalimentaires canadiennes qui veulent étendre leurs marchés d'exportation au Viêt-nam sont conviées à participer à **Agro Mart 2000**, le seul salon professionnel international de ce pays consacré aux secteurs de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la transformation des produits alimentaires.

**Agro Mart**, qui a fait ses preuves pour favoriser la conclusion d'affaires fructueuses, offre aux exportateurs canadiens une excellente occasion de mettre au point une stratégie d'entrée sur le marché vietnamien de l'agriculture et de l'agro-alimentaire ou d'y étendre leurs activités actuelles.

Organisé annuellement par **Jaarbeurs** (une société néerlandaise), **Agro Mart** a attiré depuis 1991 plus de 500 entreprises de 17 pays. Un sondage effectué à l'issue

du salon de 1999 a montré qu'une très grande majorité d'exposants et de visiteurs projettent d'y revenir cette année et que 84 % des exposants considèrent leurs nouveaux contacts d'affaires au Viêt-nam et dans la région comme excellents, bons ou satisfaisants.

Le consulat général du Canada à Ho Chi Minh-Ville invite les entreprises canadiennes de l'agroalimentaire ainsi que les spécialistes de l'élevage, de la transformation et du conditionnement à se joindre à la représentation officielle canadienne qui participera à cette importante manifestation. Si vous ne pouvez vous rendre au Viêt-nam cette année, le consulat pourra y présenter le matériel promotionnel de votre société (vidéos, brochures, échantillons).

**Agro Mart 2000** donne accès aux nouveaux débouchés d'un important secteur

économique, dont les besoins en technologie et en expertise sont en pleine croissance. En outre, la hausse du niveau de vie et du pouvoir d'achat des consommateurs vietnamiens a suscité l'apparition d'un marché dynamique pour les importations de produits alimentaires et de boissons.

**Agro Mart 2000** devrait attirer environ 12 000 visiteurs, parmi lesquels un fort pourcentage de gestionnaires ayant pouvoir de décision et d'achat.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Bonny Berger, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Ho Chi Minh-Ville, tél. : (011-848) 824-5025, téléc. : (011-848) 829-4528, courriel : [bonny.berger@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bonny.berger@dfait-maeci.gc.ca), ou avec M<sup>me</sup> Carolyn Knobel, déléguée commerciale, Direction de l'Asie du Sud-Est, MAECI, tél. : (613) 995-7662, téléc. : (613) 944-1604, courriel : [carolyn.knobel@dfait-maeci.gc.ca](mailto:carolyn.knobel@dfait-maeci.gc.ca) ✽

## Branchez-vous sur Maroc Telecom 2000

CASABLANCA — 4-7 avril 2000 — La première foire commerciale internationale des télécommunications du Maroc — **Maroc Telecom 2000** — doit avoir lieu au Casablanca International Fairgrounds, sous l'égide de Fairtrade, entreprise allemande spécialisée dans l'organisation des grandes expositions commerciales internationales sur les télécommunications au Moyen-Orient, en Afrique du Nord, en Europe et en Asie centrale.

Pour faire en sorte que **Maroc Telecom 2000** tire parti de toutes les connaissances et compétences et de tous les contacts locaux, Fairtrade collabore avec Forum 7, principale agence de publicité marocaine spécialisée dans la mise sur pied de manifestations sur les communications au Maroc.

On s'attend à ce que les principaux fabricants de systèmes et fournisseurs de services qui sont actifs sur le marché participent à la foire, notamment Alcatel, Arabsat, Arianespace, Ericsson, France Telecom, Iridium, Marconi, Motorola, PanAmSat, Philips, Portugal Telecom, Siemens, Sofrecom, Telecom Italia et Telefónica d'Espagne.

Le **Forum sur les télécommunications du Maroc**, au cours duquel les exposants pourront présenter leurs produits, technologies et services les plus récents, se déroulera conjointement à la foire. Il constituera aussi un cadre idéal pour les échanges entre les hauts fonctionnaires régionaux et les entrepreneurs, spécialistes et conseillers participant aux projets de télécommunications d'envergure internationale.

### Débouchés prometteurs

Avec l'expansion rapide de son secteur des communications, le Maroc comble une lacune entre l'Europe et l'Amérique du Nord du fait qu'il constitue un lien géostratégique idéal entre l'Afrique et le monde arabe.

L'entreprise nationale Maroc Telecom a réussi à raccorder le Maroc à l'Europe et à l'Amérique du Nord au moyen de câbles à fibres optiques sous-marins et d'un réseau de satellites d'Intelsat et d'Arabsat. Pourvu d'un des plus grands réseaux de télécommunications d'Afrique, le Maroc a un taux de télédensité qui a triplé au

cours des six dernières années et s'établit actuellement à 5,5 %. Le nombre de lignes de téléphonie fixe de Maroc Telecom est passé de seulement 250 000 en 1982 à 1,5 million vers le milieu de 1999.

On prévoit aussi une forte expansion des réseaux de téléphonie mobile, avec l'octroi d'une deuxième licence d'exploitation d'un réseau de téléphonie mobile (GSM) à Médi Telecom, consortium qui regroupe Telefónica d'Espagne, Telecom Portugal, BCME, la deuxième banque marocaine et Afriquia. Le nombre d'abonnés au réseau de téléphonie mobile devrait augmenter rapidement : de 116 000 en juillet dernier et 200 000 au début de cette année, il devrait passer à 2,5 millions en 2004 et à 6 millions en 2014.

Outre ses investissements considérables, Maroc Telecom veut améliorer la qualité et la gamme de ses services. Entre 2000 et 2014, Médi Telecom investira 700 millions de dollars américains, dont la moitié sera dépensée durant la première année de la licence de 14 ans.

Les activités de financement international sont aussi déjà bien entamées. L'ANRT, agence nationale de réglementation des télécommunications, recevra 5 millions d'écus de la Commission européenne et obtiendra de la Banque mondiale 100 des 350 millions de dollars américains constituant l'ensemble du prêt accordé pour le secteur des télécommunications.

L'ANRT a aussi investi environ 450 millions de dirhams (70 millions de dollars) dans un projet visant à relier plus de 80 % des villes du pays au réseau existant.

Toutes ces données viennent valider la tenue de cette foire internationale des communications, qui servira de point de rencontre à tous les fournisseurs de services et fabricants de matériel du Maroc et de l'étranger, aux gens d'affaires du Maroc et aux utilisateurs des services de télécommunications privés.

Pour plus de renseignements sur la foire ou sur la façon d'y participer, communiquer avec M<sup>me</sup> Asmae Amrouche, agente de commerce, ambassade du Canada au Maroc, tél. : (011-212-7) 67 28 80, téléc. : (011-212-7) 67 21 87, courriel : [asmae.amrouche@dfait-maeci.gc.ca](mailto:asmae.amrouche@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Occasion de bâtir des liens avec des constructeurs venant de l'Asie

VANCOUVER — 22-25 février 2000 — Le Forum **CanAsia Housing 2000** offrira aux fournisseurs et aux fabricants canadiens de produits de construction et de finition intérieure une excellente occasion de rencontrer des acheteurs asiatiques éventuels.

Les exposants et les participants canadiens pourront présenter leurs produits et leurs services à quelque 300 délégués de divers pays et régions de l'Asie — notamment le Japon, la Chine, la Corée et Taïwan — qui donneront un aperçu des besoins de leurs marchés respectifs.

Outre des rencontres individuelles, le Forum — parrainé entre autres par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et la Japan External Trade Organization (JETRO) — a prévu des ateliers pratiques et des démonstrations sur les nouvelles technologies, et les dernières conceptions architecturales, et il propose des visites de projets en cours et de nouvelles installations.

Pour plus de renseignements sur cette manifestation ou sur la façon d'y participer, communiquer avec les organisateurs du Forum, Trade Works International Ventures Ltd., tél. : (604) 844-1965, téléc. : (604) 844-1893, internet : [www.CanAsiaHousing.com](http://www.CanAsiaHousing.com) ou avec M<sup>me</sup> Nellie Cheng, SCHL, tél. : (604) 666-8064, téléc. : (604) 666-3020, courriel : [ncheng@cmhc-schl.gc.ca](mailto:ncheng@cmhc-schl.gc.ca) ✪



**BAHREÏN** — 27-29 mars 2000 — La quatrième exposition et conférence des sciences de la terre du Moyen-Orient, **GEO 2000**, se tiendra au Centre d'exposition international de Bahreïn. Outre la participation des grandes pétrolières internationales telles que Chevron, Shell, Elf et Texaco, cette exposition bénéficie de l'appui des sociétés pétrolières nationales des États du Golfe, Saudi Aramco, BANOCO, PDO, ADNOC et la Kuwait Oil Company.

Les chefs de file du marché international du secteur des sciences de la terre présenteront la technologie la plus pointue nécessaire à l'exploration pétrolière et gazière au XXI<sup>e</sup> siècle. En outre, la France, le Royaume-Uni et les États-Unis y auront

## Bahreïn se prépare à l'exposition des sciences de la terre du Moyen-Orient

des pavillons nationaux; plus de 200 entreprises y présenteront leurs produits.

En parallèle à cette exposition aura lieu une conférence de haut niveau — intitulée « Nouveau millénaire, nouveaux horizons » — où seront abordés les nouveaux enjeux dans le secteur de l'exploration pétrolière et gazière au Moyen-Orient.

Plus de 300 communications ont déjà été reçues de spécialistes des sciences de la terre du monde entier.

Des représentants de haut niveau des sociétés pétrolières nationales des États

du Golfe devraient également participer à cette conférence, de même que des représentants de l'American Association of Petroleum Geologists et de l'European Association of Geoscientists & Engineers.

Pour plus de renseignements sur l'exposition et la conférence ou sur la façon de s'y inscrire, communiquer avec le représentant canadien UNILINK, à Kingston, tél.: (613) 549-0404, téléc.: (613) 549-2528, courriel : [info@unilinkfairs.com](mailto:info@unilinkfairs.com) \*

## ExpoCHACRA 2000 : technologie agricole, agroindustrie et biotechnologie en vedette

**ROSARIO, ARGENTINE** — 16-19 mars 2000 — Le matériel agricole et la technologie d'agrinégoce canadiens sont bien adaptés aux besoins du marché agricole du Mercosur, qui est en plein essor. De la préparation des sols et la gestion du bétail jusqu'à l'entreposage des céréales en passant par le moissonnage et la maintenance des grains, la foire commerciale **ExpoCHACRA 2000** est à la recherche de nouvelles technologies que votre société

est en mesure d'offrir au marché argentin.

**ExpoCHACRA 2000** est la neuvième édition nationale et la quatrième édition internationale de la plus grande exposition en plein air au monde, qui présente des machines agricoles en démonstration. Elle est reconnue comme la plus importante exposition d'Argentine dans le domaine de l'agriculture. Près de 300 000 visiteurs y sont attendus, dont 85 % exercent des activités liées au secteur agricole national, et l'on prévoit que plus de 400 entreprises y auront des kiosques. Pour les sociétés canadiennes, **ExpoCHACRA 2000** est l'endroit idéal

pour apprendre à mieux connaître le secteur agricole local.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Alfred Durhack, coordonnateur général du bureau de Commerce Manitoba à Winnipeg, tél.: (204) 945-1722, courriel : [adurhack@gov.mb.ca](mailto:adurhack@gov.mb.ca) ou avec M<sup>me</sup> Catherine Gosselin, déléguée commerciale, Argentine, Uruguay et Paraguay, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, tél.: (613) 996-5549, téléc.: (613) 943-8806, courriel : [Catherine.Gosselin@dfait-maeci.gc.ca](mailto:Catherine.Gosselin@dfait-maeci.gc.ca) Voir l'adresse internet d'**ExpoCHACRA** : [www.expochacra.com](http://www.expochacra.com) \*

### Rapports sur les marchés

Le Centre des études de marché du MAECI produit une gamme complète d'études de marché sectorielles pour aider les exportateurs canadiens à repérer les débouchés à l'étranger. Plus de 500 rapports sont actuellement disponibles, portant sur 25 secteurs allant de l'agroalimentaire et de l'automobile aux produits de consommation, en passant par les industries forestières, le plastique, l'espace et le tourisme. Les rapports sont disponibles auprès du service FaxLink du Service des renseignements (613-944-4500), ou sur l'internet à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

## Pavillon du Canada au National Hardware and Building Products Show

**CHICAGO** — 13-16 août 2000 — Réservez dès aujourd'hui votre place afin d'être au nombre des exposants du pavillon du Canada à la plus importante foire commerciale de l'hémisphère occidentale destinée aux marchés de la quincaillerie, du bricolage et des matériaux de construction. Le **National Hardware and Building Products Show** (foire de l'équipement et

des produits de la construction), qui se tiendra à la Place McCormick de Chicago, présente 3 000 exposants et recevra la visite de plus de 70 000 professionnels de l'industrie, provenant de plus de 100 pays.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Monique Deschamps, de Kadoke Exhibition Services, tél.: (613) 241-4088. \*

## Conférence de partenariat de la Chicago Software Association

Le consulat général du Canada à Chicago est l'un des commanditaires de la conférence de partenariat de la Chicago Software Association (CSA), qui se tiendra le 27 avril 2000 au Hilton Palmer House de Chicago. Les producteurs canadiens de logiciels qui souhaitent trouver des partenaires pourront y faire de courtes présentations. De plus, une matinée d'information est prévue pour les entreprises canadiennes qui veulent en savoir davantage sur le marché du Midwest.

C'est la quatrième année que le consulat de Chicago est co-commanditaire de

la conférence de partenariat de la CSA. De 10 à 15 entreprises canadiennes y ont participé ces dernières années.

Les producteurs canadiens que cette manifestation intéresse doivent communiquer avec M. Michael Muth avant le 25 mars 2000, tél.: (312) 616-1870, poste 3365, téléc.: (312) 616-1878, courriel: [mike.muth@canada.com](mailto:mike.muth@canada.com) Étant donné que cette manifestation gagne sans cesse en popularité auprès des producteurs de logiciels, il est recommandé de communiquer avec le consulat de Chicago le plus tôt possible. ✪

## Nouveaux bureaux du consulat du Canada à Düsseldorf

(Suite de la page 7)

produits agricoles et agroalimentaires; mines, métaux et minerais; pétrole et gaz; automatisation et appareillages industriels.



Ouverture officielle du consulat. De gauche à droite: l'ambassadeur du Canada, M. Gaëtan Lavertu; le ministre du Revenu national du Canada, M. Martin Cauchon; et le maire de la ville de Düsseldorf, M. Joachim Erwin.

« De nombreux Canadiens vivent dans cette région, y étudient ou y sont de passage pendant leurs vacances, a indiqué M. Lavertu. Les nouveaux bureaux du consulat sont situés dans un quartier central et le personnel y est assez nombreux pour s'occuper convenablement de leurs intérêts et de leurs besoins. »

Dirigé par M. John Schofield, consul et délégué commercial principal, le consulat est maintenant situé à l'adresse suivante: Benrather Strasse 8, D-40213 Düsseldorf. Les autres coordonnées restent les mêmes, à savoir, tél.: (0211) 172 17-0, téléc.: (0211) 35 91 65, courriel: [ddorf@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ddorf@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Forum mondial des ministères des Mines et de Rendez-vous minier 2000

(Suite de la page 12)

de souligner les réalisations passées et les contributions à venir du secteur minier à l'échelle mondiale. Peu de secteurs d'activité économique se sont engagés aussi rapidement que l'industrie minière dans la mondialisation; celle-ci pose de nombreux défis aux gouvernements et aux sociétés minières. Ainsi, l'un des principaux objectifs du Forum mondial des ministères des Mines (lequel comprendra une séance plénière et un ensemble d'ateliers interactifs) est de permettre aux participants d'examiner ces défis et d'en discuter, de mettre en commun des solutions et de définir et d'évaluer les politiques qui pourraient être adoptées sur des questions précises.

Pour plus de renseignements sur le Forum mondial des ministères des Mines, communiquer avec M. John Gammon, tél.: (705) 670-5877, téléc.: (705) 670-5818, courriel: [john.gammon@ndm.gov.on.ca](mailto:john.gammon@ndm.gov.on.ca)

Pour plus de renseignements sur le Rendez-vous minier 2000, communiquer avec M<sup>me</sup> Patricia Dillon, tél.: (416) 978-5252, téléc.: (416) 978-4820, courriel: [pdillon@ecf.utoronto.ca](mailto:pdillon@ecf.utoronto.ca) ✪

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa, ON K1B 3V9



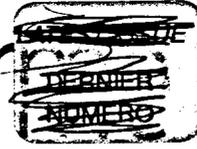
Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



FEB 16 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

# Une firme d'ingénierie de Montréal fait une percée géniale aux États-Unis



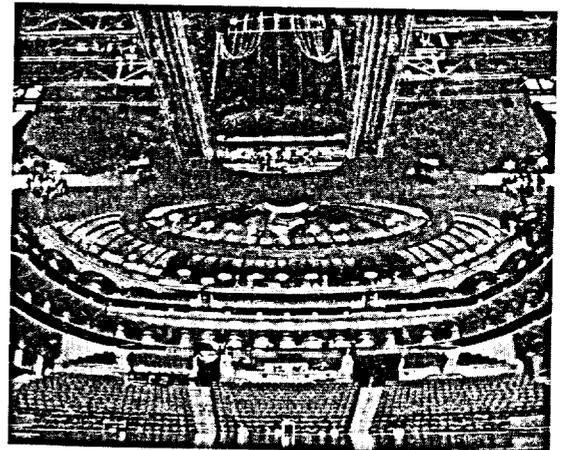
## DANS CE NUMÉRO

- 2 L'Iran-Canada Business Council
- 4 Le marché de l'artisanat et de l'article cadeau aux États-Unis
- 6 Le Service des délégués commerciaux : services additionnels
- 8 Aux frontières de l'exportation
- 9 Occasions d'affaires
- 10 Carrefour États-Unis
- 11 Vendre en Sibérie
- 12 Secteur de l'environnement de la Pologne
- 13 Technologies de l'information en Finlande
- 14 Foires et missions
- 16 Au calendrier

**L**a firme d'ingénierie *dupras ledoux* n'en était pas à ses premières réalisations, ni au Canada ni à l'étranger, lorsqu'elle s'est lancée sur le marché des États-Unis. C'est pourtant là que son chef-d'œuvre récent lui a donné le plus de notoriété mais aussi de fil à retordre, au sens littéral comme au sens figuré.

Tout avait commencé en 1994-1995 quand la société *dupras ledoux* a été chargée de la mécanique électrique des studios et des bureaux du siège social du célèbre Cirque du Soleil à Montréal. Par la suite, lorsqu'il a été décidé d'aménager une salle de spectacle permanente pour le Cirque à l'hôtel Bellagio de Las Vegas, la direction du Cirque avait suggéré aux architectes américains responsables des travaux de

communiquer avec *dupras ledoux*. « Les ingénieurs, les architectes et les représentants des propriétaires de l'hôtel Bellagio



Le théâtre « Ô » du Cirque du Soleil à l'hôtel Bellagio de Las Vegas.

sont donc venus faire notre connaissance à Montréal, » raconte le président de la firme montréalaise, M. André Dupras. « Ils  
*Voir page 7 - La firme*



## Le secteur aéroportuaire décolle en Chine

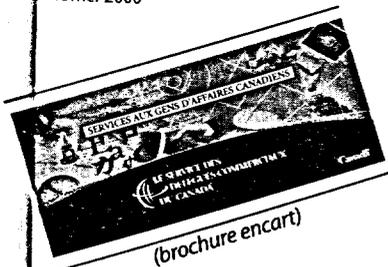
par Jordan Reeves

*Le colloque sur le développement et la commercialisation des aéroports, qui a eu lieu à Montréal en décembre dernier, a fourni aux entreprises canadiennes un plan de vol pour faire des affaires en Chine.*

Organisé conjointement par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et le ministère de l'Industrie et du Commerce international du Québec, le colloque a attiré 51 délégués de la Chine, principalement des

*Voir page 3 - Débouchés*

Vol. 18, No 3 -  
15 février 2000



(brochure encart)

Canada

**F**ondé en 1992, l'Iran-Canada Business Council, ou Conseil commercial Iran-Canada, exerce ses activités à l'échelle du Canada sous les auspices de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, principal réseau commercial du pays.

de devenir un lien important avec les républiques d'Asie centrale ».

L'ICBC — en collaboration avec l'Alliance, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et l'ambassade du Canada à Téhéran — a organisé une mission commerciale très fructueuse en

# L'Iran-Canada Business Council :

## promotion du commerce et de l'investissement

Mettant à contribution les ressources de l'Alliance, l'Iran-Canada Business Council (ICBC) a un double objectif : promouvoir et faciliter le commerce et l'investissement entre les deux pays, et conseiller le gouvernement du Canada sur les questions ayant trait aux relations commerciales et économiques avec l'Iran. L'ICBC est dirigé par M. Oskar Sigvaldason, président d'Acres International Limited, et se compose des représentants de 26 entreprises et organisations canadiennes de premier plan.

### Premier marché du Canada dans la région

L'Iran est le principal marché du Canada au Moyen-Orient. À l'heure actuelle, les échanges commerciaux entre les deux pays sont évalués à plus de 1,2 milliard de dollars par année. Selon M. Sigvaldason, le potentiel économique de l'Iran est énorme : « L'Iran, qui se classe au premier rang mondial pour ses gisements de zinc, au deuxième rang pour ses gisements de gaz et de cuivre et au quatrième rang pour ses gisements de pétrole, est en voie

février 1999, qui avait pour but de repérer de nouvelles occasions d'affaires en Iran. La délégation canadienne de gens d'affaires, la plus importante à visiter l'Iran en plus de 20 ans, se composait de représentants de 31 entreprises qui traitaient déjà avec l'Iran ou s'y rendaient pour la première fois.

Selon M<sup>me</sup> Doreen Ruso, vice-présidente, Développement du commerce international de l'Alliance, la mission a permis d'accroître « l'excellente coopération économique et commerciale qui existe entre le Canada et l'Iran sur les plans des échanges commerciaux, de l'investissement et des transferts de technologies ».

### Activités de l'ICBC pour l'an 2000

Voici un aperçu des principales activités de promotion à venir :

- délégation iranienne au **Canadian International Farm Equipment Show** : Mississauga (février);
- missions commerciales spécialisées en télécommunications et en géomatique : Iran (février);

- délégation iranienne au **congrès annuel de l'Association canadienne des prospecteurs et entrepreneurs** : Toronto (mars);
- délégation iranienne à **Globe 2000** (environnement) : Vancouver (mars);
- **Iran Oil Show** : Téhéran (avril);
- **Iran Agricultural Show** : Téhéran (mai);
- délégation iranienne au **Congrès mondial du pétrole et au National Petroleum Show** : Calgary (juin);
- troisième mission iranienne de raffineries et d'importateurs d'huile comestible au Canada (été);
- **26<sup>e</sup> foire commerciale internationale de Téhéran** : Téhéran (octobre).

Pour plus de renseignements sur l'ICBC, communiquer avec le Iran-Canada Business Council, a/s Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, tél. : (905) 568-8300, poste 229; téléc. : (905) 568-8330, courriel : osigvaldason@acres.com ✪

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédacteur : Vince Chetcuti  
Mise en page : Yen Le  
Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Téléc. : (613) 992-5791  
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca  
Internet : www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
*CanadExport* (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2  
ISSN 0823-3330

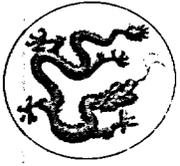
canadexport

## Changements aux numéros de téléphone en Côte-d'Ivoire

Les numéros de téléphone de la Côte-d'Ivoire sont passés à 8 chiffres, deux chiffres précédant désormais l'ancien numéro à 6 chiffres.

Les nouveaux numéros de l'ambas-

sade du Canada à Abidjan, section commerciale, sont les suivants : tél. : (011-225) 20.21.20.09, téléc. : (011-225) 20.22.05.30, (011-225) 20.21.77.28 (numéro général). ✪



# Débouchés aéroportuaires

## ça décolle en Chine

(Suite de la page 1)

représentants d'aéroports régionaux, de sociétés de transport aérien et d'organismes de planification municipaux et provinciaux. Des bénévoles chinois du programme de MBA en aviation internationale de l'Université Concordia y ont aussi assisté à titre d'interprètes.

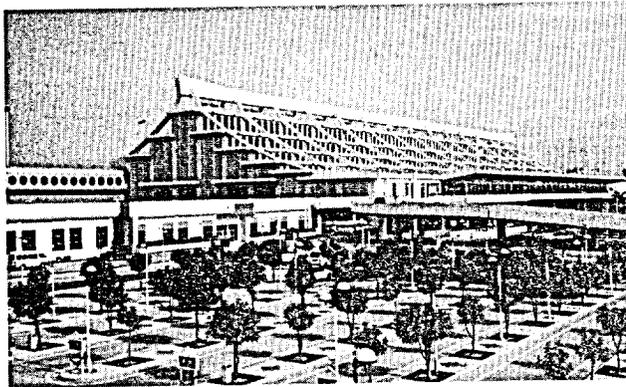
Le but du colloque était de démontrer la rentabilité des aéroports aux Chinois; d'ailleurs les représentants des entreprises canadiennes participantes avaient essentiellement le même objectif. Comme plus de 40 nouveaux projets aéroportuaires seront réalisés en Chine au cours des cinq à dix prochaines années, ce pays représente un marché lucratif pour les fournisseurs canadiens de services de consultation, de génie et de construction, de matériel et de technologies de l'information dans le domaine des aéroports.

Un des promoteurs du colloque, **Bombardier Aéronautique**, qui a signé un contrat de 170 millions de dollars pour la vente de cinq avions *CRJ200* à Shandong Airlines en novembre dernier, a organisé des visites des installations de production de son avion à réaction régional Canadair. D'autres promoteurs canadiens comme **SNC Lavalin** et **Aviation Strategies International** ont dirigé des groupes de discussion portant, entre autres, sur le développement du service de fret aérien, l'amélioration du service à la clientèle et le financement des projets aéroportuaires.

### La décentralisation, source de débouchés

Le colloque avait été organisé de façon à coïncider avec la décentralisation admi-

nistrative en cours des aéroports régionaux de la Chine. L'Administration de l'aviation civile de la Chine cède graduellement la place aux administrations locales. Certaines de ces dernières souhaiteraient toutefois que la transition s'effectue plus rapidement. Par exemple, les autorités de l'aéroport de Dalian doivent attendre d'avoir la haute main sur leur aéroport avant de pouvoir obtenir les fonds nécessaires à



L'aérogare de Xiamen, conçue par la société torontoise B+H Architects International Inc., est un des terminaux les mieux cotés en Chine par les voyageurs chinois.

sa mise en valeur. Les autres aéroports régionaux de la Chine sont à peu près dans la même situation, bien que plusieurs projets de construction aéroportuaire aient déjà été menés à terme au cours des dernières années.

Certains délégués chinois ont indiqué qu'ils aimeraient favoriser le développement de nouvelles activités telles que la distribution du fret et l'augmentation du nombre de voyageurs en transit, même s'il faut pour cela entrer en concurrence avec les aéroports régionaux des provinces voisines.

Selon un représentant de la province du Shandong, le secteur chinois des aéro-

ports offre de nombreux débouchés. Ainsi, à certains des aéroports dans le nord du pays, le brouillard hivernal peut retarder les vols jusqu'à deux jours, mais les services de restauration et d'hébergement offerts aux passagers en attente sont insuffisants.

### Un secteur prêt à prendre son envol

D'après les prévisions, le secteur de l'aviation en Chine devrait connaître une croissance annuelle de 15 % jusqu'en 2010, date à laquelle le volume de la circulation aérienne devrait se placer au quatrième rang mondial. Les données du gouvernement chinois indiquent que le nombre de voyageurs est passé de 30 millions en 1990 à plus de 100 millions en 1995, ce qui représente un taux moyen de croissance annuelle de plus de 25 %.

Le fret aérien est encore relativement faible, mais il progresse plus rapidement que le trafic passagers. Il est donc urgent de développer l'infrastructure.

L'Administration de l'aviation civile de la Chine a changé son fusil d'épaule au cours des dernières années : alors que sa priorité consistait auparavant à accroître le nombre d'aéronefs en service, elle met maintenant l'accent sur l'amélioration de l'infrastructure et de la capacité de formation. La demande de cours de formation plus poussés pour les pilotes et le personnel d'entretien fera naître des possibilités de coentreprise pour les sociétés canadiennes dans un avenir rapproché. Par ailleurs, plusieurs

plans d'expansion aéroportuaire prévoient l'actualisation des systèmes de surveillance et de contrôle des aéronefs civils.

**Pour plus de renseignements** sur les débouchés dans le secteur des aéroports de la Chine ou pour obtenir une liste des projets actuels ou prévus, communiquer avec M. Jordan Reeves, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-7256, téléc. : (613) 943-1068, courriel : [jordan.reeves@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jordan.reeves@dfait-maeci.gc.ca) ✱

# LES ÉTATS-UNIS

Le Service des délégués commerciaux du Canada aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 500 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



# Le marché et de l'

Les États-Unis représentent l'un des meilleurs débouchés pour les entreprises canadiennes d'artisanat d'articles cadeaux. Le marché est tout près, facile d'accès et offre un nombre de possibilités intéressantes en raison de sa diversité et de sa vitalité. Dans ce secteur, plusieurs créneaux peuvent être identifiés et ciblés, particulièrement : articles pour enfants, objets de collection, artisanat, produits d'aromatisation, meubles et accessoires de la maison, aliments fins, éco-produits, produits ménagers et de cuisine, articles de décoration vendus dans les musées, produits de plein air et de jardinage et articles de papeterie et accessoires de fête.

### Tendances

Parmi les produits qui devraient enregistrer des gains sur le marché des États-Unis au cours des prochaines années, on retrouve les produits qui s'adressent à la population vieillissante; les produits qui mettent l'accent sur la santé et la condition physique; les produits respectueux de l'environnement; les produits de bien-être spirituelle; les produits éducatifs. À l'heure actuelle, le jarc

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTI

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour le
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour le marché de l'artisanat et de l'article cadeau aux États-Unis



CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ

Plus de 500 études de marché portant sur  
25 secteurs sont disponibles à :

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

# le l'artisanat l'article cadeau

endance la plus marquante.  
uits de jardinage devraient  
en se vendre, surtout si le  
est unique.

## Distribution

La plupart des articles cadeaux  
sont vendus aux États-Unis par  
l'entremise d'un représentant qui

peut en faire la promo-  
tion constante dans son  
territoire. En plus des  
circuits habituels (par  
exemple les boutiques  
de cadeaux), il existe  
de nombreux autres  
canaux de distribution :  
les catalogues de vente  
par correspondance,  
les chaînes de télé-  
achats, les spécialistes  
du cadeau d'entreprise  
et la vente sur l'internet  
(voir l'encart).

Les entreprises cana-  
diennes peuvent ren-  
contrer des détaillants  
et des repré-  
sentants éven-  
tuels lors des

foires commerciales an-  
nuelles organisées dans  
toutes les régions. Il existe  
également des expo-  
marchés permanents où  
les représentants améri-  
cains exposent des pro-  
duits. Nombre d'expo-  
marchés permettent par  
ailleurs aux fabricants de  
présenter leurs produits  
dans des salles d'exposi-  
tion temporaires.

## La vente sur l'internet

a eu un impact foudroyant sur le marché de  
at et des articles cadeaux, permettant à toutes  
prises, même les plus petites, de faire de la  
détail direct. Les consommateurs achètent  
ge de biens non durables (comme l'artisanat  
articles cadeaux) que de biens durables sur l'in-  
pour plus de détails sur les débouchés offerts  
Internet, consultez l'étude complète intitulée  
américain de l'artisanat et de l'article cadeau.

La saison des fêtes a été incroyable sur l'internet.  
Les ventes ont dépassé celles de l'an dernier de plus  
de 300 %, atteignant 12 milliards de dollars US.

Cela surpasse les prédictions selon lesquelles  
les ventes doubleraient. »

R. Beck, Associated Press  
13 janvier 2000

## Débouchés

iste des débouchés pour l'arti-  
et les articles cadeaux à la  
deur des États-Unis. Il  
outefois souhaitable, car  
facile à gérer, de com-  
encer à exporter vers  
aines régions précises.  
n le type de produits



vous voulez exporter, certaines  
ous pourriez en effet offrir de  
leurs chances de succès. Pour  
de détails sur les régions que  
s pourriez cibler en premier,  
ultez l'étude complète intitulée  
ché américain de l'artisanat et  
article cadeau.

## Restez au courant

*Nouvelles Directions* est un bulletin d'informa-  
tion trimestriel sur le marché américain por-  
tant tout particulièrement sur l'industrie de  
l'artisanat et des articles cadeaux. Il traite des  
tendances de l'industrie et comprend un ca-  
lendrier des activités à l'intention des exporta-  
teurs canadiens. Pour un abonnement gratuit,  
communiquez avec M<sup>me</sup> Doreen Kilbride,  
MAECI, par télécopieur au (613) 944-9119  
ou par téléphone au (613) 944-6566.

## Cela vous intéresse ?

Pour un exemplaire gratuit de l'étude *Mar-  
ché américain de l'artisanat et de l'article  
cadeau*, appelez le Service des renseigne-  
ments du MAECI au 1-800-267-8376 ou au  
(613) 944-4000. L'étude complète est aussi  
disponible en ligne dans la section « Produits  
de consommation » à l'adresse internet du  
Service des délégués commerciaux,  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

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

Est-ce un marché pour vous?  
Étude complète sur l'internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Le marché de l'artisanat et  
de l'article cadeau

Consultez nos études de marché

**A**près avoir effectué votre recherche et ciblé le marché présentant le plus de potentiel pour votre entreprise, vous vous apprêtez à visiter ce marché et demandez à notre bureau à l'étranger d'identifier les bonnes personnes à rencontrer.

Notre bureau vous fait bénéficier de son service de recherche de contacts clés et vous fournit une liste adaptée à vos besoins. Il pourrait s'agir d'acheteurs, de

cible et que vous ne pouvez les organiser vous-même, le SDC peut vous aider à trouver les meilleurs candidats pour vous aider.

Dans la plupart des marchés, nous avons identifié des tierces parties qui pourront, sous contrat, préparer votre calendrier de rendez-vous. Ces fournisseurs de service sont des entreprises avec lesquelles nous travaillons régulièrement et en lesquelles nous avons la plus grande confiance. Notre rôle consiste alors à iden-

Il se peut que pour certains marchés vous éprouviez des difficultés à convaincre des hauts fonctionnaires ou des cadres supérieurs du secteur privé de vous rencontrer. Le SDC pourrait alors tenter d'augmenter vos chances d'obtenir une rencontre grâce à son service de « Dépannage ».

**Pour de plus amples renseignements** sur le Service des délégués commerciaux du Canada, voyez la brochure ci-incluse.

Pour obtenir la liste des fournisseurs locaux qui offrent de tels services dans votre marché cible, consultez notre site internet [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

### **Le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) : Services de base**

- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

## Le Service des délégués commerciaux du Canada Services additionnels que les clients jugent utiles mais pas indispensables

distributeurs, de partenaires, d'agents, d'importateurs, de fonctionnaires ou d'associations industrielles.

À vous maintenant de décider si vous allez mettre sur pied un calendrier élaboré de rendez-vous, par exemple sur une période de deux jours, ou si vous n'avez besoin que de quelques rendez-vous avec un ou deux contacts. Une fois que vous avez décidé quel scénario est le plus satisfaisant pour votre entreprise, vous pouvez au choix organiser vos rendez-vous vous-même ou demander l'aide du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC).

Si vous avez besoin d'un calendrier élaboré de rendez-vous dans un marché

tifier les fournisseurs les plus susceptibles de répondre adéquatement à vos besoins.

Il se pourrait toutefois que vous n'avez besoin que de quelques rendez-vous que, pour une raison ou autre, vous ne pouvez organiser vous-même.

Comme un petit programme commercial ne présenterait que

peu d'intérêt pour les fournisseurs de services locaux, le SDC pourrait alors, à titre exceptionnel, prendre un ou deux rendez-vous en votre nom (mais ne vous attendez pas à ce que, la prochaine fois, nous organisions plus que l'équivalent d'une journée de rendez-vous).



### **Services additionnels**

- Rendez-vous et réunions
- Soutien logistique
- Services d'affaires
- Participation à des événements
- Bureaux et salles d'exposition temporaires \*

## La technologie de l'information et des communications en Norvège

*Même si elle ne compte que 4,4 millions d'habitants, la Norvège est l'un des pays les plus avancés du monde sur le plan des technologies de l'information.*

Selon l'Observatoire européen des technologies de l'information (EITO), la valeur du marché norvégien des produits de technologie de l'information et des communications (TIC) atteignait, en 1997 et en 1998, 9,4 et

8,7 milliards de \$US, respectivement.

Le secteur des TIC représente environ 5 % du PIB du pays, et 32 % des Norvégiens possèdent un ordinateur personnel. À peu près 500 000 appareils ont été vendus en 1998, et l'on prévoit un volume de ventes similaire en 1999. D'après les estimations, approximativement 40 % de la population a accès à l'internet à la maison ou au travail. Le pays affiche aussi le taux le plus élevé d'Europe pour

ce qui est de la pénétration du RNIS (réseau numérique à intégration de services) dans les ménages; environ 60 % des Norvégiens sont munis de téléphones cellulaires, de sorte qu'ils se classent au deuxième rang après les Finlandais à ce chapitre.

Les solutions et les applications sans fil font l'objet d'une très forte demande en ce moment, tant pour les réseaux cellulaires que pour les réseaux locaux. Il y a aussi d'excellents débouchés relatifs à l'entreposage de données, au commerce électronique et aux produits Linux.

*Voir page 8 – Débouchés*

(Suite de la page 1)

sont repartis plus que satisfaits. Nous aussi, d'ailleurs, car nous venions de décrocher le contrat.»

### Le génie canadien brille aux États-Unis

C'est ainsi que les services de Dupras Ledoux furent retenus par les architectes américains chargés de construire un hôtel qui inclurait une salle de spectacle pour le Cirque.

« Il s'agissait du projet le plus compliqué que nous ayons entrepris jusque là, avoue M. Dupras, à qui on avait confié un contrat de 20 millions de dollars américains pour l'éclairage, les services, la ventilation et la plomberie d'une salle de spectacle de 50 millions de dollars américains.

Connue sous le nom de salle « Ô », la nouvelle enceinte terminée fin 1998 abrite deux micro-climats : l'aire des spectateurs, gardée à une température de 72 °F et à un taux d'humidité de 30 %; et l'espace scénique comportant une piscine où évoluent les artistes, à une température de 84 °F et à 45 % d'humidité.

« Le tour de force, dit fièrement M. Dupras, c'est d'avoir réalisé ces deux micro-climats côte à côte, dans une même salle et sans aucune barrière physique.»

### De l'audace, encore de l'audace

Les défis ne sont pas étrangers à la société Dupras Ledoux, une firme de conseil fondée il y a 40 ans et qui compte 35 personnes à son service.

« Nous œuvrons dans un seul domaine, soit la mécanique et l'électricité des bâtiments, explique M. Dupras : ventilation, climatisation, chauffage, éclairage, télécommunications, internet, systèmes d'alarme, protection d'incendie, bref, tout ce qui constitue les veines et les poumons d'un bâtiment.»

La société compte plusieurs réalisations à Montréal même, notamment les

systèmes électro-mécaniques du bâtiment Ex-Centris de la rue Saint-Laurent (qui comprend une salle de spectacle où chaque banc est alimenté en air frais) et la phase IV de l'UQAM, le seul bâtiment comportant des pupitres avec des systèmes à induction d'air.

la salle « Ô » de Las Vegas.

Le cabinet conseil ne compte pas pour autant se reposer sur ses lauriers : « Nous sommes déjà les seuls à faire de la simulation photo-réaliste d'éclairage; et à titre de projets en cours, nous sommes en train de simuler l'effet de l'éclairage extérieur

# La firme Dupras Ledoux de Montréal fait une percée géniale aux États-Unis



M. André Dupras,  
président de  
Dupras Ledoux

Comment cette petite firme décroche-t-elle de tels contrats? « Simplement grâce à la recommandation d'architectes ou de promoteurs de Montréal qui viennent à nous connaître, dit M. Dupras.

C'est ainsi qu'on nous a recommandés en 1995 pour mettre au point les systèmes mécanique et électrique d'un hôpital en Russie, et pour 6 lycées techniques (chacun comprenant 26 bâtiments) au Cameroun où nous avons introduit pour la première fois des plans de construction informatisés.»

### Reconnaissance et nouveaux défis

Il est peu étonnant que la créativité et les réalisations d'une telle firme aient été reconnues, il y a quelques mois, par la plus prestigieuse récompense d'ingénierie au Canada, le Prix Schreyer, qui a été décerné à Dupras Ledoux par l'Association des ingénieurs-conseils du Canada, et par la revue *Canadian Consulting Engineer* pour

sur l'intérieur d'un bâtiment », annonce M. Dupras qui se préoccupe constamment de la recherche du confort et de l'efficacité des ressources.

Persuadé que l'aide du gouvernement ne s'adressait qu'aux grandes sociétés canadiennes, M. Dupras n'avait jamais recouru à cet appui.

« Mais à la suite de l'entrevue pour cet article de *CanadExport*, admet-il, je comprends un peu mieux que les programmes gouvernementaux s'adressent justement à des PME comme la mienne. J'ai donc bien l'intention de communiquer avec le Centre du commerce international de Montréal pour voir comment les délégués commerciaux pourraient nous aider à mieux faire connaître notre expertise à l'étranger, entre autres grâce au réseau informatisé WIN Exports du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.»

Pour tout renseignement sur Dupras Ledoux, communiquer avec son président, M. André Dupras, tél.: (514) 381-9205, téléc.: (514) 381-1350, internet : [www.dupras.com](http://www.dupras.com) ✪

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1-800-667-3802 ou (613) 944-1078; ou téléphoner au 1-800-551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



# Aux frontières de l'exportation



par Scott Shepherd, président directeur général de NORTHSTAR Trade Finance Inc.

## Financement à l'exportation pour les PME

Il était une fois deux jeunes filles qui faisaient une randonnée dans ma province d'origine, la Colombie-Britannique.

Elles s'apprentent à traverser un ruisseau quand une grenouille saute hors de l'eau, et leur dit : « Embrassez-moi et vous deviendrez un banquier spécialisé dans le financement à l'exportation. »

L'une des jeunes filles attrape la grenouille et la jette dans son sac à dos.

« Tu ne l'embrasses pas? » lui demande sa compagne.

« Tu veux rire! répond la première. Les banquiers spécialisés dans le financement à l'exportation, ça court les rues. Mais une grenouille qui parle, ça vaut des millions sur les marchés d'exportation! »

Je ne suis pas certain que l'activité des banquiers finançant l'exportation ait si peu de poids. Par contre, je suis convaincu qu'en vous familiarisant avec cette activité, vous réaliserez le meilleur investissement que vous puissiez jamais faire.

Voici mon point de vue en tant qu'exploitant d'une petite entreprise qui s'applique à assister les nouveaux exportateurs canadiens et ceux qui souhaitent étendre leur activité, en finançant leurs acheteurs étrangers.

NORTHSTAR Trade Finance compte juste un peu plus d'une vingtaine d'employés, mais le rayonnement de notre équipe est sans rapport avec la petitesse de son effectif. Cela tient à ce que nous avons établi des liens professionnels étroits avec un certain nombre de grandes banques, telles que la Banque de Montréal, la Banque Royale du Canada et la HSBC Bank Canada. Le 15 février, la Banque Nationale du Canada se joignait au groupe de nos partenaires. Ensemble, ces institu-

tions nous fournissent plus de 300 millions de dollars de capitaux pour aider les chefs d'entreprise sur les marchés mondiaux.

À tout moment, NORTHSTAR peut

fournir du crédit à des entreprises dans des pays aussi divers que le Chili, la Chine, l'Islande, et bien d'autres.

Cela signifie que nous sommes engagés dans une grande variété de relations commerciales et de situations économiques. Chaque cas est particulier et différent des autres. On peut, cependant, en

tirer un certain nombre de leçons universelles qui intéresseront sûrement les lecteurs de *CanadExport*.

Dans les mois à venir, je vous présenterai, de mon point de vue de banquier spécialisé dans le financement à l'exportation, un certain nombre de tendances et de réalisations importantes. J'aborderai des sujets comme l'examen, par un comité du Sénat, du mandat de la Société pour



M. Scott Shepherd,  
p.d.g de  
NORTHSTAR

## Débouchés en Norvège

(Suite de la page 6)

En raison de la topographie et des grandes distances, la distribution en Norvège est beaucoup plus coûteuse que dans les autres pays scandinaves. Les plus gros distributeurs sont CHS Electronics, Ingram Micro, Computer 2000, Getronics, Actebis et Merkantidata (Norvège).

Il est très facile pour des entreprises canadiennes de faire affaire en Norvège : l'anglais est couramment utilisé, les marchés sont accessibles et il y a un minimum de formalités administratives. Les Norvégiens sont très directs et transparents dans leurs relations.

l'expansion des exportations. Je me pencherai sur les possibilités qu'offre la foison de débouchés à l'échelle du monde alors que le Canada concentre plus que jamais ses exportations sur les États-Unis. Ou sur quel parti les exportateurs pourraient tirer des possibilités qu'offre le commerce électronique.

J'aborderai aussi un certain nombre de sujets plus généraux, notamment où positionner votre entreprise dans le cycle du financement des exportations, et ce que doit savoir le petit exportateur pour faire affaire sans heurt avec les gros prêteurs.

Je ne manque pas de sujets. Globalement, en 1996, les banques canadiennes ont fourni 66 milliards de dollars en facilités de crédit aux exportateurs. Les coopératives de crédit offrent également toute une gamme de possibilités de financement des exportations et les groupes d'assurance, les sociétés d'affacturage et les organismes gouvernementaux jouent aussi un rôle important.

Ces divers intervenants accroissent le choix de solutions auxquelles ont accès les exportateurs.

Ce sont tous là des sujets qui peuvent être savoureux, et je serai bientôt de retour pour vous offrir de quoi vous délecter!

Dans l'intervalle, n'hésitez pas à me faire part de vos questions ou de vos commentaires à : [s.shepherd@northstar.ca](mailto:s.shepherd@northstar.ca)  
internet : [www.northstar.ca](http://www.northstar.ca) \*

Les chefs de file du Canada comme **Cognos, Corel, Newbridge et Nortel Networks** possèdent leurs propres bureaux en Norvège, tandis que de nombreuses autres sociétés canadiennes y vendent leurs produits par l'entremise d'agents et de distributeurs.

Pour plus de renseignements sur les débouchés, communiquer avec M. Bjorn J. Hanssen, agent de promotion du commerce, ambassade du Canada à Oslo, tél. : (011-47) 22 99 53 00, téléc. : (011-47) 22 99 53 01, courriel : [bjorn.hanssen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bjorn.hanssen@dfait-maeci.gc.ca) \*

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Vous trouverez ci-après quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**JAMAÏQUE — Articles médicaux et pharmaceutiques divers** — La Health Corporation Limited de Kingston, société d'État chargée de l'achat, de l'entreposage et de la distribution d'articles médicaux et pharmaceutiques divers pour le compte du gouvernement, invite les entreprises à déposer des soumissions cachetées pour la période de mars-avril 2000. On peut se procurer le

# Le Centre des occasions d'affaires

dossier d'appel d'offres en présentant une demande écrite. Date limite : le **31 mars 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **19991117-04062**.

**VENEZUELA — Logements de secours pour le Venezuela** — En décembre dernier, le Venezuela a été frappé par ce qu'on a appelé la « catastrophe naturelle du siècle ». Des pluies diluviennes ont causé des glissements de terrain et de boue dans différentes régions de l'État de Vargas (la côte vénézuélienne au nord de Caracas) et des inondations à l'est et à l'ouest de Caracas. Le relogement des familles sans abri sera coordonné par le ministère de l'Infrastructure, au moyen du Fondo de

Desarrollo Urbano (Fonds de développement urbain - FONDUR), et Consejo Nacional de la Vivienda (Conseil national du logement - CONAVI). Les entreprises canadiennes qui souhaitent fournir des logements à faible coût sont invitées à présenter une soumission. Date de clôture : le **18 avril 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **000117-00166**.

**SINGAPOUR — Amortisseurs de roues et atténuateurs de bruit pour trains** — La société Singapore MRT Ltd. est à la recherche de fournisseurs ou de fabricants canadiens intéressés à fournir et à livrer des amortisseurs de roues et des atténuateurs de bruit pour trains électriques à wagons multiples. Coût : 25,75 \$ US par ensemble (environ 22,30 \$). Date de clôture : le **7 avril 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier **000117-00192**.

*Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)*



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

## Grands projets au Maroc

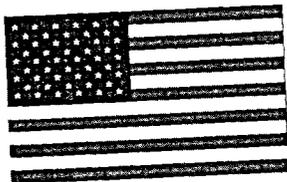
Le Maroc a lancé une multitude de projets ambitieux pour développer ses infrastructures dont la plupart restent insuffisantes pour répondre aux besoins d'une économie émergente. Il s'agit entre autres de l'alimentation en eau et en électricité, de l'extension des ports et aéroports, de la construction de routes, d'autoroutes et de barrages.

Ces programmes, qui se chiffrent à des centaines de millions de dollars, sont ou seront réalisés par des financements de l'État marocain ou internationaux, y compris au moyen de concessions ou de privatisations.

À titre d'exemple, on prévoit dans le seul secteur de l'hydroélectricité plus de 50 grands barrages d'ici 2020, au rythme de deux barrages par an jusqu'à 2010, et de 3 par an entre 2010 et 2020.

La section commerciale de l'ambassade du Canada à Rabat a dressé une liste des grands projets d'infrastructure en planification dans les divers secteurs au Maroc.

Pour obtenir cette liste, communiquer avec M. Leopold Battel, conseiller commercial, tél. : (011-212-7) 67 28 80, téléc. : (011-212-7) 67 21 87, courriel : [leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca](mailto:leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca)



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca). Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## guild.com : destination internet de premier ordre pour les beaux-arts et l'artisanat

Avril 1999 a marqué le lancement de [www.guild.com](http://www.guild.com), centre mondial internet consacré à la découverte, à l'étude et à l'achat des plus beaux objets d'art et d'artisanat sur le marché.

[guild.com](http://www.guild.com) est l'invention de M<sup>me</sup> Toni Sikes, fondatrice de *The Guild*. « Il existe tant d'œuvres exceptionnelles sur le marché. Malheureusement, beaucoup de gens n'y ont pas accès, explique M<sup>me</sup> Sikes. Grâce à [guild.com](http://www.guild.com), n'importe qui, n'importe où dans le monde pourra, à toute heure du jour, voir et acheter les œuvres de milliers d'artistes parmi les plus brillants. »

Pour créer [guild.com](http://www.guild.com) M<sup>me</sup> Sikes a formé une équipe réunissant les plus grands talents des domaines de l'art et de l'artisanat, et les meilleurs spécialistes de la création de sites Web, du graphisme, du commerce de détail et du commerce électronique. « Pour que l'entreprise réussisse, il fallait que toutes les composantes du site soient exceptionnelles et qu'elles s'agencent bien », précise M<sup>me</sup> Sikes. [guild.com](http://www.guild.com) bénéficie de l'expertise de M. Michael Monroe dans le domaine de la conservation, en sa qualité d'ancien directeur exécutif de l'American Craft Council et d'ancien conservateur responsable de la Renwick Gallery, qui appar-

tient à la Smithsonian Institution.

Tous les artistes qui exposent leurs œuvres sur le site [guild.com](http://www.guild.com) le font par invitation. D'ailleurs, selon M<sup>me</sup> Sikes, on voudrait augmenter la participation canadienne. Sans égard au prix et au moyen d'expression, les œuvres sont examinées et sélectionnées par un jury de conseillers présidé par M. Monroe. « La qualité est le critère de sélection absolu. Nous évaluons ensuite l'ampleur et la portée de l'œuvre. Notre but ultime est d'offrir le plus vaste éventail d'œuvres de grande qualité », indique M. Monroe. Plus de 1 400 des plus grands artistes et des plus

importantes galeries d'art ont été invités à faire partie de [guild.com](http://www.guild.com). C'est pourquoi le site offre une gamme d'œuvres exceptionnellement vaste dans tous les principaux moyens d'expression, à des prix variant entre 75 \$ et 50 000 \$.

Une fois que le visiteur a trouvé l'œuvre idéale, il n'a qu'à la faire glisser vers son chariot électronique pour en faire l'achat. Chaque commande est directement envoyée à [guild.com](http://www.guild.com) et l'artiste lui-même veille à son exécution.

En plus d'exposer les œuvres des artistes, le site comprend une section électronique consacrée aux galeries d'art, aux musées et aux événements artistiques.

« [guild.com](http://www.guild.com) fera mieux connaître les œuvres. En plus de sa vocation commerciale, c'est un site pédagogique, un guide des ressources et une aventure », explique M<sup>me</sup> Sikes.

Pour plus de renseignements, s'adresser à M<sup>me</sup> Paula Cosby, tél. : (608) 227-4152, téléc. : (608) 227-4179. \*

Les deux articles sur cette page sont tirés de *Nouvelles Directions*, un bulletin trimestriel sur le marché américain de l'artisanat et des articles cadeaux, rédigé par M<sup>me</sup> Dana Boyle, consulat général du Canada à Minneapolis.

## Un nouveau moyen de ventes en gros sur l'internet

Le site internet progressiste [www.wholesalecrafts.com](http://www.wholesalecrafts.com), qui pour le moment se limite à la promotion d'artistes américains et canadiens, a été conçu comme un moyen économique permettant aux

détaillants de rencontrer des artistes et des fournisseurs. La présidente et fondatrice, M<sup>me</sup> Nancy Vince, affirme que le site présente à l'heure actuelle plus de

Voir page 11 - Ventes

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**U**ne entreprise de Calgary a recours au Programme de paiements progressifs de la Corporation commerciale canadienne pour conclure une affaire de 3,1 millions de dollars.

Après avoir vendu ses produits au Canada et dans plusieurs pays du Moyen-Orient,

# Vendre en Sibérie

FSI International Services Ltd. s'est tournée vers le marché lucratif mais difficile de la Russie. En novembre 1997, cette entreprise de Calgary a signé un contrat de 3,1 millions de dollars avec JSC Chernogorfeft, un gros producteur de pétrole de l'ouest de la Sibérie, pour la construction d'une usine de saumure clé en main.

M. Ball, le président de FSI, s'est vite rendu compte que la langue et le climat sibérien n'étaient pas les seules difficultés qu'il lui fallait surmonter : « Les conditions de paiement ont changé sur les marchés d'exportation. La plupart des clients veulent garder leur argent le plus longtemps

possible. Or, pour ce contrat, nous devons exiger du client une avance supplémentaire substantielle. Et, selon la loi russe, il faut livrer le matériel en territoire russe dans les 180 jours suivant la réception du paiement d'un marché. »

Le Programme de paiements progressifs (PPP) convenait parfaitement au con-

trat entre FSI et Chernogorfeft, comme l'explique M. Mark Surch de la Corporation commerciale canadienne (CCC). « L'acheteur avait fourni une avance sécurisée par une garantie bancaire de la Société pour l'expansion des exportations, mais ce n'était pas suffisant. Nous nous sommes entendus avec FSI et notre banque partenaire,

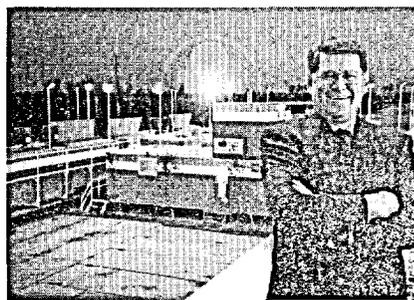
Toronto-Dominion. FSI a reçu une marge de crédit pour le projet, a produit le matériel et effectué la livraison des produits en Russie. La marge de crédit a été remboursée par les acheteurs russes au moyen d'une lettre de crédit. »

Selon M. Bruce Stephen, gestionnaire des relations avec la clientèle de la succursale commerciale de la Banque Toronto-Dominion à Calgary, le contrat illustre ce que recherche la Banque dans sa collaboration avec les PME.

« Nous voulons des solutions novatrices pour nos clients, dit M. Stephen.

Nous nous efforçons d'utiliser des

programmes comme le PPP qui peuvent contribuer à stimuler la croissance des petites entreprises, surtout pour des projets d'exportation qui auraient pu ne pas se réaliser autrement. »



M. Richard Ball, président de la FSI International Services Ltd. de Calgary (Alberta).

## Vous cherchez à faire des affaires avec le gouvernement fédéral des États-Unis?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.canadianembassy.org](http://www.canadianembassy.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

## Ventes en gros sur l'internet

(Suite de la page 10)

200 artistes et que plus de 2 100 détaillants (soigneusement sélectionnés) y sont inscrits comme membres. « Et nous recevons de nouveaux membres au rythme d'environ cinq magasins par jour! », ajoute-t-elle.

Les acheteurs assistent à des expositions commerciales virtuelles dans le site et, après avoir obtenu l'information requise sur les artistes, adressent leurs commandes directement à ces derniers. Ce site est idéal pour les artistes qui n'ont pas encore leur propre site internet, car ils peuvent suggérer aux acheteurs de consulter leur page dans le site [wholesalecrafts.com](http://www.wholesalecrafts.com) « Un grand nombre de nos artistes utilisent le site à cet effet », explique M<sup>me</sup> Vince.

Jusqu'à présent, [wholesalecrafts.com](http://www.wholesalecrafts.com) s'était spécialisé dans l'artisanat contem-

porain. Une visite du site révèle cependant qu'on y trouve aussi maintenant des articles traditionnels et « country ».

[wholesalecrafts.com](http://www.wholesalecrafts.com) a fait le nécessaire pour faciliter l'adhésion des magasins, et le site tente d'attirer les meilleurs détaillants des États-Unis. Ce qui le rend particulièrement intéressant est le fait que les artistes participants encouragent leurs propres galeries et d'autres clients à s'inscrire au site pour le visiter.

Ce site internet vaut vraiment la peine d'être visité; son adresse est la suivante : [www.wholesalecrafts.com](http://www.wholesalecrafts.com). À partir de la page d'accueil, sélectionner simplement l'option « I Am An Artist » et explorer le site. Pour plus de renseignements, s'adresser à M<sup>me</sup> Nancy Vince, tél. : 1 888 427-2381, téléc. : (614) 436-0242, courriel : [nancy@wholesalecrafts.com](mailto:nancy@wholesalecrafts.com) \*

**D**e tous les pays de l'ancien Pacte de Varsovie, c'est la Pologne qui a pris les mesures de protection de l'environnement les plus vigoureuses. Son programme d'investissement dans le secteur de l'environnement, le plus dynamique de la région, est évalué à plus de 1,4 milliard de dollars américains (1,3 % du PIB) et comporte des règlements progressistes de protection environnementale.

### Contexte

Bien que le déclin du secteur de la fabri-

de dollars américains de 1996 ou 6 milliards au taux de change courant). La Banque mondiale estime toutefois qu'il pourrait en coûter entre 35 et 50 milliards de dollars américains à la Pologne pour se conformer aux normes environnementales de l'Union européenne (UE).

### Taille du marché

Les estimations de la taille du marché varient considérablement, étant donné qu'il n'y a pas de définition type des produits et des services composant le

protection de l'environnement, à savoir :

- les normes environnementales de l'UE sont imposées aux entreprises et sont appliquées dans une large mesure;
- le coût de l'énergie et des autres intrants augmente rapidement, ce qui fait de la réduction des déchets à la source un objectif prioritaire;
- les exportateurs polonais qui désirent soutenir la concurrence au sein de l'UE veulent projeter l'image d'entrepreneurs modernes et soucieux de l'environnement. En conséquence, un nombre croissant d'entre eux obtiennent la certification ISO 9000.

Le processus de privatisation de la Pologne stimule aussi la demande de matériel et de services de protection de l'environnement. Les entreprises privatisées doivent évaluer leur performance actuelle et établir des plans d'entreprise pour leur développement futur. La protection de l'environnement fait partie intégrante de ces plans, car les usines qui ne se conforment pas aux nouvelles normes s'exposent à des amendes de plus en plus lourdes. Le gouvernement délaisse progressivement les techniques de fin de chaîne en faveur de programmes plus modernes de prévention de la pollution et de réduction des déchets à la source. Ces mesures pourraient offrir des débouchés prometteurs aux fournisseurs canadiens de produits et de services.

**Pour plus de renseignements** sur ce marché, communiquer avec M<sup>me</sup> Ewa Gawron-Dobroczyńska, agent de commerce, ambassade du Canada à Varsovie, tél.: (011-48-22) 629-80-51, téléc.: (011-48-22) 622-98-03, courriel : [wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Aperçu du secteur de l'environnement de la Pologne et des débouchés

cation de la Pologne ait donné lieu à une réduction de la pollution, le pays se trouve aux prises avec certains des problèmes environnementaux les plus graves d'Europe centrale et d'Europe de l'Est. Deux des régions les plus polluées d'Europe — la haute Silésie et le Triangle noir (bassin de lignite d'Europe centrale) — sont situées dans le sud de la Pologne. Elles ont subi et continuent de subir des dommages environnementaux considérables : contamination de l'eau et du sol et détérioration de la qualité de l'air.

Le programme de la politique environnementale nationale de 1994 du gouvernement, qui s'étend jusqu'à l'an 2000, est un plan ambitieux qui prévoit la mise en œuvre d'objectifs à moyen terme, notamment la réduction de la pollution de l'air, de l'eau et du sol, la construction d'installations de traitement et d'élimination des déchets, la mise en valeur des ressources hydrauliques et l'expansion des zones de protection de la nature. Selon le ministère de l'Environnement, des Ressources naturelles et des Forêts, le coût de mise en application du programme s'élèverait à environ 22 milliards de zlotys (8 milliards

marché de l'environnement. D'après les résultats d'une étude réalisée par Helmut Kaiser Unternehmensberatung, société allemande d'experts-conseils en environnement, le marché polonais de la technologie environnementale est l'un des plus dynamiques de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est, son taux de croissance annuel moyen s'établissant à 8 %.

La valeur du marché s'élevait à 5,4 milliards de DM (3,1 milliards de \$US) en 1996 et devrait atteindre 13,8 milliards de DM (7,9 milliards de \$US) en 2010 (selon le taux de change annuel moyen de 1997 - 1 DM = 0,58 \$US). On ne dispose pas de données comparables pour le marché des services environnementaux, mais on sait que l'ensemble des dépenses environnementales en 1995 se sont chiffrées à 13 milliards de \$US : 53 % au titre de la lutte contre la pollution de l'air, 37 % pour la protection des ressources en eau, et 9 % pour la gestion des déchets.

### Croissance et tendances

De nombreux incitatifs et pressions poussent les entreprises polonaises à investir des sommes considérables pour la



**L**a Finlande est l'un des pays les plus « connectés » de la planète et, à maints égards, un chef de file dans le domaine des technologies de l'information. Sa société est résolument tournée vers la haute technologie et son marché se caractérise par l'adoption rapide des produits de ce secteur.

### Premiers au palmarès

La Finlande est le premier utilisateur de téléphones mobiles du monde, avec un taux de pénétration de plus de 60 %. Le pays est en outre le premier à compter un plus grand nombre d'abonnés du téléphone sans fil que d'abonnés du téléphone conventionnel, et la densité des lignes terrestres y est une des plus élevées au monde. La Finlande compte également le plus grand nombre d'ordinateurs branchés à l'internet par habitant et elle est le chef de file mondial des transactions bancaires électroniques par habitant.

Des services d'information et de divertissement sont offerts selon le protocole WAP au moyen de la téléphonie mobile, et d'autres services plus perfectionnés sont en voie de l'être. Par exemple, les transactions bancaires protégées et les transactions sur actions protégées sont actuellement à l'essai et pourront être effectuées par les utilisateurs au début de l'an 2000.

Depuis longtemps, la Finlande possède le secteur des télécommunications le moins réglementé du monde, ce qui a fortement contribué à l'essor d'une industrie et d'un marché très avancés. Le marché finlandais est caractérisé par un grand nombre d'opérateurs; la concurrence a eu un effet bénéfique sur le savoir-faire technologique et a accru la diversité des services offerts. La Finlande figure en outre au nombre des cinq pays où les tarifs du téléservice sont les moins élevés, en particulier les tarifs des services de téléphonie mobile et de transmission de données.

Le réseau téléphonique finlandais est entièrement numérique et fait largement appel à la technologie de réseau intelligent. Les nouvelles technologies sont adoptées rapidement, ce qui offre des débouchés aux fournisseurs de produits

de pointe. Par exemple, la Finlande a été le premier pays d'Europe à utiliser la technologie ATM à des fins commerciales, et c'est dans ce pays qu'a été installé le premier réseau de communication IP intégrant l'internet et le réseau téléphonique conventionnel. La Finlande est également le premier pays où des licences d'exploitation du réseau mobile de troisième génération ont été accordées. Le réseau

par internet, où elles font figure de chef de file en matière de technologie, même à l'échelle mondiale, ce qui représente des débouchés pour les entreprises canadiennes qui souhaitent prendre part à un marché en pleine expansion.

### La concurrence

Entreprise phare du secteur finlandais des télécommunications, Nokia est un leader

# Le marché finlandais des technologies de l'information

devrait être opérationnel au plus tard au début de 2002.

### Les débouchés

L'infrastructure de haut niveau et une approche active à l'égard de l'adoption de nouvelles technologies et applications créent d'importants débouchés pour les produits canadiens de pointe. Ainsi, à l'heure actuelle, des efforts visant à développer la société de l'information sont déployés dans des domaines comme les produits et les services culturels et d'information, les transactions électroniques et les environnements d'apprentissage électronique.

Le climat est favorable à l'importation, et les normes techniques élevées ainsi que la structure avancée du marché et de l'industrie permettent aux entreprises étrangères de se servir de la Finlande comme plate-forme d'essai pour leurs nouveaux produits, systèmes et services. De plus, le rôle de la Finlande dans l'avancement des technologies de l'information en Russie et dans les pays baltes offre aux entreprises canadiennes l'occasion de prendre pied sur ces nouveaux marchés. Enfin, les entreprises finlandaises sont constamment à la recherche de partenaires et d'alliances pour les marchés mondiaux — en particulier dans le domaine des communications mobiles

mondial dans le développement et la production de systèmes pour réseau mobile, réseau fixe et réseau IP. Il existe également plusieurs PME spécialisées dans la création de produits de télécommunications de pointe.

On dénombre en Finlande de plus en plus de sociétés de développement de logiciels et cette branche d'activité croît rapidement. Parmi les points forts et les secteurs prometteurs de cette branche, signalons la protection des données et la cryptographie, les produits logiciels pour les environnements mobiles, les logiciels intégrés pour nouvelles plate-formes, les nouveaux médias, le divertissement éducatif et les produits pour infrastructure internet.

**Pour plus de renseignements,** communiquer avec M<sup>me</sup> Karita Huotari, agent de l'expansion des affaires, ambassade du Canada en Finlande, tél. : (011-358-9) 171 141, téléc. : (011-358-9) 601 060, courriel : karita.huotari@dfait-maeci.gc.ca, Internet : [www.canada.fi](http://www.canada.fi) ✪

## Mission sur l'environnement en Arabie saoudite et à Bahreïn en préparation

ARABIE SAOUDITE ET BAHREÏN — 29 avril-3 mai 2000 — L'ambassade du Canada à Riyad, en Arabie saoudite, organise une mission pour les entreprises offrant des technologies et des produits pour l'environnement aux industries du pétrole et des produits pétrochimiques.

Au cours des deux premiers jours, les participants assisteront à des réunions à Saudi Aramco, société pétrolière d'État, et à SABIC, important groupe pétrochimique international établi dans l'est du pays. Sont également prévues une réception, pour établir des rapports avec des entreprises locales, et une séance d'information sur la conduite des affaires en Arabie saoudite et dans les pays du Golfe.

Durant les trois derniers jours, les participants assisteront à la **Troisième Conférence (biennale) spéciale sur les progrès touchant l'environnement dans les industries du pétrole et des produits pétrochimiques** (Third Specialty Conference on Environmental Progress in the Petroleum and Petrochemical Industries),

qui aura lieu dans un pays voisin, l'État de Bahreïn, et qui est organisée en collaboration avec la Section saoudienne de l'Association de gestion de la qualité de l'air et des déchets (Air and Waste Management Association) et la Société des ingénieurs de Bahreïn (Bahrain Society of Engineers).

Les entreprises sont invitées à présenter un résumé à caractère non commercial décrivant leurs produits ou techniques de pointe. Les thèmes prévus comprennent la qualité de l'air, la surveillance des émissions, l'évaluation et la vérification environnementales, les déchets dangereux, la gestion des déchets industriels et des eaux usées, les interventions en cas de déversement d'hydrocarbures et les technologies d'assainissement.

Une exposition qui se tiendra en parallèle offrira aux entreprises l'occasion de promouvoir les ventes auprès d'un public cible d'ingénieurs et de spécialistes de l'environnement. Toutefois, le simple fait d'assister à la conférence offrira aux entreprises souhaitant s'implanter sur les marchés de l'environnement de l'Arabie saoudite et du Golfe l'occasion d'établir des rapports très utiles.

L'Arabie saoudite, l'un des plus importants producteurs de pétrole au monde, a établi une vaste industrie pétrochimique. La protection de l'environnement n'y est généralement pas une préoccupation prioritaire, mais la forte croissance démographique et une plus grande sensibilisation à l'environnement concourent à accroître la demande de produits et de services pour la protection de l'environnement.

Cette mission représente une bonne occasion de faire un suivi pour les entreprises ayant établi des rapports avec la petite délégation saoudienne attendue à **GLOBE 2000**, à Vancouver. D'autres ambassades du Canada ont aussi signalé leur volonté d'aider des entreprises qui font la demande, en organisant des événements de suivi ailleurs dans la région.

**Pour plus de renseignements** sur la mission, s'adresser à M. Steven Goodinson, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), courriel : [steven.goodinson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:steven.goodinson@dfait-maeci.gc.ca)

**Pour plus de renseignements** au sujet de la Conférence, consulter l'adresse internet suivante de la Bahrain Society of Engineers, [www.mohandis.org/conference/](http://www.mohandis.org/conference/) \*

## À venir : mission de formation multisectorielle en Arabie saoudite

ARABIE SAOUDITE — 13-23 avril 2000 — **Compétences et Connaissances Canada (CCC)**, fruit d'un partenariat conclu entre le secteur public, le Loyalist College of Applied Arts and Technology, et le secteur privé, Polaris Educational Planners Inc., organise une mission commerciale en Arabie saoudite pour promouvoir les compétences canadiennes dans le domaine de la formation. Les principales destinations sont Riyad, capitale et ville la plus peuplée, Jeddah, deuxième ville du pays, et la région de l'est, notamment les villes de Dammam, d'Al Khobar et de Dhahran.

Cette mission sera la première du genre à se concentrer exclusivement sur le marché de la formation en entreprise. Elle est ouverte aux fournisseurs de formation de tous les secteurs. Les profils des

entreprises participantes seront envoyés aux 500 principales entreprises d'Arabie saoudite avant la mission. Chaque entreprise saoudienne sera ainsi en mesure de se mettre en rapport avec les représentants d'organisations canadiennes qu'elles aimeraient rencontrer individuellement. Des rencontres privées seront organisées à l'avance par CCC.

Les participants canadiens recevront des renseignements de base sur les besoins précis en formation des organisations saoudiennes qu'ils rencontreront. De plus, CCC offrira à toutes les organisations canadiennes participantes un aperçu du marché saoudien de la formation en entreprise, notamment sur les coutumes et les pratiques commerciales locales. CCC aidera aussi les entreprises

canadiennes qui en font la demande à négocier et à exécuter des contrats.

L'Arabie saoudite procède actuellement à la mise en œuvre d'un programme de mise en valeur des ressources humaines en vue d'accroître la proportion de Saoudiens dans la population active. Selon les résultats d'une évaluation préliminaire des besoins, des débouchés prometteurs s'offrent aux fournisseurs de formation du Canada.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Pat Bradley, gestionnaire de compte, formation et perfectionnement, Loyalist College of Applied Arts and Technology, Belleville, tél. : (613) 969-1913 poste 2506, sans frais : 1 877 887-8223, téléc. : (613) 966-5945, courriel : [pbradley@loyalist.on.ca](mailto:pbradley@loyalist.on.ca) internet : [www.loyalist.on.ca](http://www.loyalist.on.ca), ou avec M. Steve Lichty, directeur général, Polaris Educational Planners Inc., Orillia, tél. : (705) 325-0122, téléc. : (705) 325-1638, courriel : [polaris@mail.transdata.ca](mailto:polaris@mail.transdata.ca) internet : [www.polaris.on.ca](http://www.polaris.on.ca) \*

SINGAPOUR — 11-14 avril 2000 — Les producteurs et exportateurs canadiens de produits agroalimentaires sont invités à participer à **Food & Hotel Asia 2000** dans le pavillon du Canada.

Le pavillon, qui occupe 360 m<sup>2</sup>, peut accueillir un grand nombre d'entreprises désireuses de se faire connaître efficacement par les quelque 20 000 acheteurs commerciaux — magasins d'alimentation, hôtels, établissements institutionnels — attendus à la 12<sup>e</sup> édition de cette foire qui, au fil des ans, est devenue l'une des plus importantes expositions de produits alimentaires et de boissons en Asie.

En 1998, la foire a attiré 42 entreprises et organisations canadiennes œuvrant dans le secteur agroalimentaire. Elle leur a offert une excellente occasion d'étendre leurs activités en Asie et de rencontrer des acheteurs. Les exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers les pays de l'Asie du Sud-Est atteignent actuellement près de 400 millions de dollars.

En participant à **Food & Hotel Asia**,

## Avant-goût de l'Asie à la foire **Food & Hotel Asia 2000**

voire entreprise pourra non seulement profiter du soutien du personnel chargé des questions commerciales du haut-commissariat du Canada à Singapour, mais aussi avoir la possibilité de discuter du climat des affaires et des débouchés dans les pays voisins avec de nombreux agents de commerce d'autres missions diplomatiques du Canada en Asie du Sud-Est, qui visiteront la foire.

La section commerciale du haut-commissariat du Canada à Singapour offre un forfait intitulé « Exhibiting Made Easy », qui vise à aider les entreprises canadiennes à participer à cet événement selon une formule de partage des frais.

Outre le solide appui fourni à l'étranger par le réseau du Service des délégués commerciaux en Asie, la Direction générale de la commercialisation internationale

d'Agriculture et Agroalimentaire Canada joue un rôle de premier plan dans le développement et la mise en œuvre de stratégies et d'activités commerciales fructueuses à l'étranger.

Pour plus de renseignements sur **Food & Hotel Asia 2000** ou sur la façon d'y participer, consulter le site internet <http://ats.agr.ca/fha2000> ou communiquer avec M. Colin Campbell, délégué commercial, Agriculture et Agroalimentaire Canada, Edmonton, tél. : (780) 495-4186, téléc. : (780) 495-3324, courriel : [campbellc@em.agr.ca](mailto:campbellc@em.agr.ca) ou avec M<sup>me</sup> Jackie Draper, première secrétaire (Agriculture et alimentation), région de l'ANASE, haut-commissariat du Canada à Singapour, tél. : (011-65) 325-3229, téléc. : (011-65) 325-3294, courriel : [jackie.draper@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jackie.draper@dfait-maeci.gc.ca). ✱

## Les entreprises canadiennes en vedette à la foire tchèque de la construction

BRNO, RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — 16-20 avril 2000 — CSA Czech Airlines et l'agence du tourisme tchèque CTA, en collaboration avec l'ambassade du Canada à Prague et le Centre d'information tchéco-canadien (CCIC), vous invitent à exposer vos produits ou services au Pavillon du Canada de la cinquième Foire commerciale internationale de la construction **IBF 2000**.

IBF, qui a attiré l'an dernier 88 000 visiteurs venus de 22 pays et présenté plus de 1 100 stands répartis sur 54 000 m<sup>2</sup>, est la plus importante foire commerciale annuelle de la République tchèque dans le domaine du génie architectural et des technologies de la construction. En 1999, les entreprises de partout en République tchèque et 132 entreprises venues du monde entier, y compris du Canada, y ont participé. Considérée comme la plus grande foire commerciale de la construction de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est, IBF est l'endroit idéal pour rencontrer des partenaires commerciaux

éventuels et créer des liens commerciaux avec des entreprises locales aussi bien qu'internationales.

Cette année, un concept unique a été adopté pour les exposants du Pavillon du Canada. Les professionnels canadiens de la construction jouiront d'une occasion très spéciale à la foire commerciale **IBF 2000** : CSA a réservé des billets d'avion à un tarif préférentiel pour les exposants et les visiteurs canadiens qui se rendront à la foire. Vous bénéficierez d'un vol direct à destination de la République tchèque et CTA vous aidera à planifier votre itinéraire de voyage et vos déplacements d'affaires, et vous offre la possibilité de prolonger votre séjour à Prague. Les organisateurs de la foire ont prévu un forfait spécial à l'intention des exposants du Pavillon canadien qui veulent louer un stand individuel pour présenter leurs produits et leurs services. CCIC leur offre la possibilité de figurer dans le catalogue de la foire; par ailleurs, l'ambassade du Canada aura un stand d'information

qui servira de point de rencontre pour les entreprises et les visiteurs canadiens.

Les entreprises canadiennes désireuses de participer pourraient obtenir une aide financière au titre du Programme de développement des marchés d'exportation. Pour plus de détails, communiquer avec votre centre du commerce international local.

Pour plus d'information sur la foire **IBF 2000** ou pour réserver de l'espace d'exposition, communiquer avec M<sup>me</sup> Eva Zdanska, directrice de projet, BVV a. s., tél. : (011-420-5) 4115 2888, téléc. : (011-420-5) 4115 2889, courriel : [ezdanska@bv.cz](mailto:ezdanska@bv.cz) internet : [www.bvv.cz/ibf](http://www.bvv.cz/ibf)

Pour en savoir plus sur le programme et les débouchés dans ce marché, communiquer avec M<sup>me</sup> Eliska Grycova, agent de commerce, ambassade du Canada à Prague, tél. : (011-420-2) 7210 1800, téléc. : (011-420-2) 7210 1894, courriel : [eliska.grycova@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eliska.grycova@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/-prague/](http://www.dfait-maeci.gc.ca/-prague/)

Pour avoir plus d'information au Canada, communiquer avec M<sup>me</sup> Mirjana Sebek-Heroldova, CTA, tél. : (416) 363-9928, téléc. : (416) 363-0239, ou avec le CCIC, tél. : (416) 249-6170, téléc. : (416) 249-2401, courriel : [ccic@canoemail.com](mailto:ccic@canoemail.com) ✱

# Colloques Japon

## suite à la mission Équipe Canada

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en coopération avec les gouvernements provinciaux, JETRO et les centres du commerce international, organisera des colloques dans tout le Canada sur les débouchés dans le marché japonais. Les colloques vous offriront la possibilité de vous informer directement grâce à divers spécialistes sectoriels venus du Japon. Voici le lieu, la date et des coordonnées utiles pour ces colloques.

VANCOUVER (C.-B.) — 8 février 2000 — Kevin Regan, tél.: (604) 844-1924, téléc.: (604) 660-2457, courriel: kevin.regan@gems6.gov.bc.ca

CALGARY (ALB.) — 1<sup>er</sup> mars 2000 — Dave Corbett, tél.: (780) 422-5488, téléc.: (780) 427-1700, courriel: dave.corbett@gov.ab.ca

WHITEHORSE (YUKON) — 3 mars 2000 — Linda MacDonald, tél.: (867) 667-5753, téléc.: (867) 393-6944, courriel: linda.macdonald@gov.yk.ca

YELLOWKNIFE (T.-N.-O.) — 6 mars 2000 — Terry Lancaster, tél.: (867) 873-7360, téléc.: (867) 873-0563, courriel: terry\_lancaster@gov.nt.ca

REGINA (SASK.) — 7 mars 2000 — Brenda Hawryluk, tél.: (306) 787-9335, téléc.: (306) 787-6666, courriel: bhawryluk@sasktrade.sk.ca

SASKATOON (SASK.) — 8 mars 2000 — Shannon Johnstone, tél.: (306) 975-6735, téléc.: (306) 975-5334, courriel: johnstone.shannon@ic.gc.ca

WINNIPEG (MAN.) — 10 mars 2000 — Sean Hogan, tél.: (204) 945-1639, téléc.: (204) 957-1793, courriel: shogan@gov.mb.ca

Ces colloques sont mis sur pied à l'attention des entreprises canadiennes désireuses de s'implanter sur le marché japonais. Les spécialistes du secteur privé japonais et les représentants de l'ambassade du Canada parleront aux participants des tendances actuelles du marché au Japon; des programmes et des activités d'appui au développement commercial du gouvernement du Canada et des gouvernements provinciaux; des stratégies pour percer le marché japonais ainsi que des questions touchant le droit de propriété intellectuelle au Japon.

La séance de l'après-midi sera consacrée à des réunions individualisées avec divers spécialistes du marché japonais concernant la technologie de l'information, la santé, la construction et les produits de construction, l'électricité et les autres modes d'énergie, l'environnement, la pêche, le secteur aérospatial et le secteur automobile. ✪

## ENVEX 2000 : Des débouchés en Corée

SÉOUL, CORÉE DU SUD — 26-29 juin 2000 — Le 22<sup>e</sup> salon international des technologies de l'environnement, ENVEX 2000, est le meilleur en son genre en Corée. En 1999, il a attiré 132 entreprises provenant de 13 pays et près de 30 000 visiteurs.

La Corée offre des possibilités d'affaires intéressantes dans le secteur de l'environnement en raison des dépenses importantes (30 milliards de dollars américains) prévues dans les cinq prochaines années pour la construction d'infrastructures environnementales. ENVEX 2000 est une bonne occasion de rencontrer des partenaires, des distributeurs ou des manufacturiers locaux, ainsi que des clients.

Les entreprises canadiennes peuvent contacter l'ambassade du Canada en Corée pour en savoir plus sur ENVEX 2000. L'ambassade organisera un pavillon canadien si un minimum de cinq sociétés confirment leur participation d'ici le 1<sup>er</sup> mars.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jean-Philippe Linteau, délégué commercial, tél.: (011-82-2) 3455-6161, téléc.: (011-82-2) 755-0686, courriel: jean-philippe.linteau@dfait-maeci.gc.ca. ✪

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa, ON K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Vol. 18, N° 4  
1<sup>er</sup> mars 2000

Les fem  
sur  
(M

Can



**DANS CE NUMÉRO**

- 2 Développement international 2000
- 3 Équipe Canada : exemple de réussite
- 4 Le marché de l'environnement au R.-U.
- 7 Globe 2000
- 9 L'environnement en Suède
- 10 Branchez-vous sur Hong Kong
- 11 Le marché français des articles de sport
- 12 Carrefour États-Unis
- 14 La CCC au Costa Rica
- 16 Nouvel exportateur du mois
- 17 Occasions d'affaires
- 18 Le rôle d'intermédiaire du COAI
- 19 Foires et missions
- 24 Le SDC : services additionnels

**Les femmes d'affaires sur les marchés**  
(Voir le supplément)

# Appel de candidatures : Prix canadiens pour la coopération internationale

LATEST ISSUE  
DERNIER NUMÉRO

Dept. of External Affairs  
Min. des affaires étrangères  
OTTAWA

MAR 8 2000

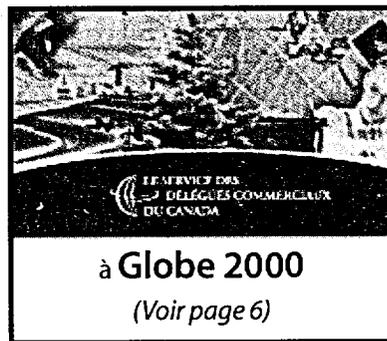
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
REVENIR À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Faites reconnaître les réalisations de votre entreprise qui ont contribué à soutenir le progrès économique et social dans les pays en développement d'Afrique, du Moyen-Orient, d'Asie, d'Amérique latine et des Caraïbes et dans les pays en transition d'Europe centrale et d'Europe orientale. Joignez les rangs d'organisations canadiennes de calibre international dont on a déjà reconnu les réalisations exceptionnelles dans ces pays.

Des prix seront décernés dans les catégories suivantes :

- amélioration de l'infrastructure sociale ou matérielle;
- développement des compétences techniques ou de la coopération en recherche et en développement;
- mise en valeur des ressources naturelles dans le cadre du développement durable ou protection de l'environnement;
- fourniture de matériel ou de services de transport, ou d'autres biens de production, en vue de développer une base industrielle durable;

Voir page 2 - Prix canadiens



## La Suède : Aperçu du marché du secteur environnemental et de ses débouchés

*Un nouveau code environnemental est entré en vigueur en Suède le 1<sup>er</sup> janvier 1999. Ce code exerce une pression accrue sur les pollueurs, et un nouveau régime prévoyant l'instauration de tribunaux environnementaux régionaux servira à l'application de la nouvelle réglementation.*

La Suède a acquis la réputation de s'être donné de solides objectifs environnementaux, comme on a pu le voir il y a

déjà longtemps quand ce pays a été l'hôte de la première conférence internationale des Nations Unies sur l'environnement humain, en 1972.

Les principaux facteurs de croissance de ce secteur étaient jusqu'à maintenant la réglementation et les instruments économiques, mais ils sont peu à peu remplacés par des engagements industriels (ISO14000, accréditation de l'EMA, bilans environnementaux) et par la sensi-

Voir page 9 - La Suède

L'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada et l'Agence canadienne de développement international (ACDI) vous invitent aux

Venez découvrir ce qu'il y a de nouveau dans le programme de développement international du Canada et comment votre entreprise peut y

# Journées du développement international 2000

Journées du développement international. Ces manifestations auront lieu deux fois cette année : d'une part à **St. John's (Terre-Neuve)**, du 12 au 14 avril, et d'autre part à **Saskatoon (Saskatchewan)** du 17 au 20 septembre.

participer et en profiter. Rencontrez des cadres de l'ACDI et discutez avec eux de vos compétences et des débouchés pouvant s'offrir à vous. Participez à des ateliers et découvrez de nouveaux moyens de décrocher davantage de contrats

## Prix canadiens d'excellence pour la coopération internationale

(Suite de la page 1)

- promotion de l'égalité des sexes;
- participation fructueuse au programme de stages internationaux pour les jeunes;
- efficacité dans les communications touchant les problèmes de développement;
- réalisations de l'entreprise d'un point de vue social, éthique et environnemental.

Cette année, ces prix prestigieux seront remis par le ministre de la Coopération internationale à l'occasion d'un dîner de gala, le 18 septembre à Saskatoon, durant les **Journées du développement international 2000**, qui auront lieu du 17 au 19 septembre 2000 (voir l'article ci-dessus).

Les candidatures doivent nous parvenir au plus tard le **16 juin 2000**.

Pour recevoir un formulaire d'inscription ou pour d'autres renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Treena Adhikari, Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, tél. : (905) 568-8300, poste 249, téléc. : (905) 568-8330, courriel : treena\_adhikari@the-alliance.com ✪

auprès de l'ACDI, d'institutions financières internationales et d'autres organismes internationaux. Assistez à la réception et au dîner de gala, où le ministre de la Coopération internationale remettra les prestigieux Prix canadiens d'excellence pour la coopération internationale.

Vous pouvez participer à cet événement soit comme commanditaire soit comme exposant, pour mieux faire connaître votre entreprise et promouvoir vos produits et vos services.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Treena Adhikari, tél. : (905) 568-8300, poste 249, téléc. : (905) 568-8330, courriel : treena\_adhikari@the-alliance.com ou avec M<sup>me</sup> Jackie Coleman, tél. : (709) 772-3227, téléc. : (709) 772-3213, courriel : coleman.jackie@cbsc.ic.gc.ca ✪

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédacteur : Vince Chetcuti  
Mise en page : Yen Le  
Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Téléc. : (613) 992-5791  
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca  
Internet :  
www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse Internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2  
ISSN 0823-3330

canadexport

Au Chili, un  
collabore à  
basée sur d

La jeune v  
dra des pa  
merciales  
— est situ  
de Temuc  
connaît la  
habitants  
dans 840  
Highland

Avec d  
dre 150 u  
le milieu c  
estimées  
ans pour  
d'aména  
25 premi  
terminée  
prépare à  
en mars.

L'ambas  
Selon M.  
Highland  
sionnant  
grande p  
gouverne  
sonnel de  
du Canad  
qui le pré  
notre ent  
propriété  
recherch  
tences ca  
le domai  
et de l'am  
immobil

« En fa  
l'assistan  
ce perso  
minant p  
de ce pré  
de l'amb  
M. Lawre  
paux fac  
encore p  
envisage  
dévelop  
de comm  
Patricio  
constru  
premier  
donné c

*Au Chili, une petite société de Terre-Neuve collabore à la création d'une ville nouvelle, basée sur de nouveaux principes d'urbanisme.*

La jeune ville, Primavera — qui comprendra des parcs, des écoles, des zones commerciales et des installations récréatives — est située immédiatement à l'extérieur de Temuco, qui est la ville du Chili qui connaît la croissance la plus rapide. Les habitants de Primavera seront logés dans 840 maisons en bois réalisées par Highland Homes Ltd. de Cottlesville.

Avec des ventes qui devraient atteindre 150 unités d'habitation par an d'ici le milieu de l'an 2000 et des recettes estimées à 30 millions de dollars sur six ans pour Highland Homes, le projet d'aménagement suit l'échéancier. Les 25 premières maisons sont presque terminées, de même que l'école qui se prépare à accueillir ses premiers élèves en mars.

### L'ambassade ouvre des portes

Selon M. Rex Philpott, président de Highland Homes, les réalisations impressionnantes de sa société au Chili sont en grande partie attribuables à l'appui du gouvernement canadien : « C'est le personnel de l'ambassade du Canada à Santiago qui le premier a indiqué notre entreprise à un propriétaire chilien à la recherche de compétences canadiennes dans le domaine du logement et de l'aménagement immobilier. »

« En fait, ajoute-t-il, l'assistance apportée par ce personnel a été déterminant pour la réussite de ce projet. Les efforts de l'ambassadeur,

M. Lawrence Lederman, sont un des principaux facteurs qui font que nous sommes encore présents au Chili et que nous envisageons d'y accroître nos activités de développement. De leur côté, les agents de commerce MM. Randy Harwood et Patricio Canete (un spécialiste de la construction et du logement, qui a été le premier à nous contacter) nous ont aussi donné de précieux conseils. »

Le projet a aussi bénéficié d'une aide financière de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA).

### Coup de pouce d'Équipe Canada

Après une année et demie de négociations prolongées, une entente a été

conclue au Chili pendant la mission commerciale d'Équipe Canada dans la région en 1998. « Avec l'aide d'Équipe Canada, nous avons enfin pu faire aboutir l'affaire, explique M. Philpott. Notre participation à cette délégation de prestige a fortement contribué à intensifier le rythme de nos discussions, ce qui nous a permis de signer un protocole d'entente



*Maisons Highland Homes à Primavera, au Chili.*

pendant le voyage. Par la suite, nous avons élaboré le projet conjointement avec nos associés chiliens. »

« Primavera a fait sensation au Chili, dit M. Philpott. Il semble que nous soyons tombés sur un besoin important dans le marché immobilier de ce pays. Tous les jours, de nombreuses personnes parcourent le site en automobile et se renseignent sur le projet. »

M. Philpott attribue l'intérêt phénoménal que suscite le projet à l'attention des médias locaux qui a été concentrée sur Équipe Canada. « La mission commerciale a été très efficace pour faire la promotion de notre société en braquant les feux de

l'actualité sur nous et sur ce que nous pouvons fournir. »

### Création de nouveaux débouchés

Le projet chilien a non seulement permis de tripler le nombre d'employés de Highland Homes, qui est passé à 15, mais il a aussi créé des emplois un peu partout à Terre-Neuve dans des secteurs connexes — fabrication de fenêtres, de portes et de planchers. Et, selon M. Philpott, d'autres débouchés continuent de se présenter pour les sociétés canadiennes, par exemple, pour répondre aux besoins dans le domaine de l'approvisionnement en eau et des égouts.

« La reconnaissance, par le gouvernement chilien, de notre expertise dans le sciage du bois d'œuvre est très intéressante, précise M. Philpott. Nous prévoyons donc le lancement d'activités de sciage comme étape essentielle de l'accroissement de nos capacités de développement et pour surmonter la pénurie de logements en Amérique du Sud. Nous faisons œuvre de pionniers au Chili en montrant qu'une ressource sous-utilisée dont les Chiliens disposent déjà peut aussi être un matériau de construction efficace et très économique. »

Pour plus de renseignements sur Highland Homes Ltd., communiquer avec le président de la société, M. Rex Philpott, tél. : (709) 629-7565, téléc. : (709) 629-7158, courriel : rexphilpott@netscape.net \*

# Une société de Terre-Neuve profite de sa participation à Équipe Canada

# LE ROYAUME-UNIS

Le Service des délégués commerciaux du Canada aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 500 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



# Le marché de l'environnement

Le secteur de l'environnement du Royaume-Uni s'est considérablement transformé depuis les années 80. Au cours des dernières années, la plupart des services essentiels — alimentation en eau, assainissement, élimination des déchets — ont été modernisés. De nouvelles dispositions législatives très strictes ont contraint les exploitants à investir des sommes considérables pour améliorer la structure du pays, se conformer à des normes strictes en matière de lutte contre la pollution et tester de nouvelles méthodes d'élimination des déchets plus économiques et plus écologiques que celles employées actuellement. Les pressions qu'exerce le marché depuis la dernière décennie sont toujours présentes et s'intensifient dans la majorité des secteurs.

## Eau potable et eaux usées

Ce sous-secteur présente de nombreux débouchés pour les exportateurs canadiens. De nouvelles mesures législatives

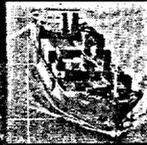
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIVITÉ »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visiteurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour le marché



CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ

Plus de 500 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à

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

# h é d e n n e m e n t

... les services de distribu-  
... eau a y investir 85 mil-  
... de dollars au cours des  
... 90. Au cours des cinq  
... années, 20 milliards  
... ollars seront consacrés à des  
... emes comme la présence  
... omb dans l'eau potable, le  
... sporidium, la pollution des  
... s d'eau et des eaux côtières,  
... que la restauration du  
... au d'alimentation en eau et  
... esseau d'assainissement.

## h e t s s o l i d e s

... Royaume-Uni génère annuelle-  
... plus de 400 millions de  
... es de déchets. Au moins  
... 6 de ces déchets aboutissent  
... s les décharges, tandis que le  
... est recyclé ou incinéré. Des  
... s de plus en plus élevées sur  
... isation des décharges, la  
... inution du nombre de sites  
... nfouissement et des mesures  
... strictes de lutte contre la pol-  
... on poussent les entreprises de  
... ion de déchets à envisager  
... d'autres options. De plus,  
... nouvelles dispositions  
... législatives en matière de  
... rejets dans l'environne-  
... ment fixeront des limites  
... qui sont au-delà des  
... capacités des incinérateurs  
... actuels. C'est pourquoi l'on  
... s'intéresse de plus en plus au  
... recyclage et au compostage,  
... options qui n'ont pas été consi-  
... dérées avec sérieux jusqu'à tout  
... dernièrement.



## Pollution atmosphérique

Compte tenu de l'entrée en vigueur de la Directive intégrée de l'Union européenne sur la lutte et la prévention en matière de pollution, ce secteur est appelé à croître. Cette directive, qui jouit d'une portée beaucoup plus vaste que la législation nationale en vigueur au Royaume-Uni, s'applique à toute installation industrielle construite depuis octobre 1999. Dès 2007, toute installation construite avant octobre 1999 devra aussi y être conforme. Grâce à la mise en œuvre de cette directive, on s'attend à ce que la valeur du secteur de la surveillance de la pollution atmosphérique se chiffre à environ 430 millions de dollars d'ici 2005.

Les entreprises canadiennes exercent des activités dans la plupart des secteurs du marché du Royaume-Uni, notamment dans ceux ayant connu dernièrement une certaine croissance ou qui devraient croître (traitement de l'eau potable et des eaux usées, pollution atmosphérique, assainissement des lieux contaminés, recyclage, etc.). Bien que leurs activités diffèrent large-

ment, la majorité de ces entreprises canadiennes ont un point en commun : elles ne travaillent pas seules. Nombre d'entre elles ont choisi des distributeurs, d'autres se sont associées avec des fabricants, des consultants ou des entrepreneurs et certaines possèdent maintenant des filiales, des titulaires de permis ou des agences au Royaume-Uni. Rares sont les entreprises canadiennes qui envisagent de travailler seules.

Pour en connaître davantage sur les nombreux débouchés qu'offre le marché du Royaume-Uni, consulter *Matériel et services environnementaux — Royaume-Uni*, étude exhaustive préparée par le Haut-commissariat du Canada à Londres et le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du Canada.



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## De l'expérience à votre actif

Plusieurs agents du Service des délégués commerciaux du Canada participeront à Globe 2000 du 22 au 24 mars à Vancouver. Ces agents connaissent le secteur des industries environnementales dans leurs marchés respectifs et peuvent aider les entreprises canadiennes à découvrir des débouchés dans plus de 50 marchés à travers le monde.

Les entreprises canadiennes sont invitées à les rencontrer pendant la foire commerciale. Rendez-vous au kiosque du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international dans le Pavillon du Canada pour fixer une rencontre.

Le Service des délégués commerciaux du Canada

Accédez à des centaines d'études de marché et à notre réseau de professionnels à :

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

Dix mille participants, chefs de file du commerce mondial, hauts fonctionnaires et décideurs provenant de plus de 70 pays se rendront ce mois-ci à Vancouver pour la sixième biennale de GLOBE 2000, la principale conférence et foire commerciale nord-américaine spécialisée dans le développement du commerce lié à l'environnement.

« Le marché mondial des technologies et des services liés à l'environnement est en plein essor », explique M. John Wiebe, président et chef de la direction de la Fondation GLOBE du Canada. « Ce nouveau marché mondial constitue un puissant moteur économique qui favorise l'investissement de milliards de dollars et crée des milliers d'emplois. C'est dans ce contexte que GLOBE aide les entreprises canadiennes à profiter d'occasions toujours plus nombreuses et ouvre des marchés mondiaux dans un secteur où l'excellence des Canadiens n'est plus à prouver. »

Le message au cœur de GLOBE 2000 — à savoir que les entreprises doivent profiter des occasions créées par les problèmes environnementaux mondiaux, puisque ce n'est que de cette manière

que ces problèmes seront réglés — sert de toile de fond aux trois thèmes principaux de la conférence, soit : Changements climatiques et énergétiques ; Les forces du marché du millénaire ; Stratégies envi-

aleur inégalée de 460 millions de dollars, somme qui sera vraisemblablement dépassée au cours de GLOBE 2000.

Pour plus de renseignements, communiquer avec La Fondation GLOBE du

# GLOBE 2000

## Un accès sans précédent aux marchés internationaux de l'environnement

ronnementales des entreprises : risques, réalités et revenus; et Marchés mondiaux ouverts aux solutions respectueuses de l'environnement.

À l'occasion de la foire commerciale, les entreprises de technologies et de services environnementaux mettront en valeur leurs produits devant un public d'acheteurs internationaux d'une importance jamais vue en Amérique du Nord. Les échanges commerciaux entre les participants à GLOBE 98 ont atteint une

Canada, à Vancouver, tél.: (604) 775-7300, téléc.: (604) 666-8123, courriel : info@globe.apfnet.org internet : www.globe.ca \*

## Des délégations suédoises visitent Halifax et GLOBE 2000 (Vancouver)

Une délégation composée de représentants des secteurs public et privé de la Suède visitera GLOBE 2000 à Vancouver, qui aura lieu du 22 au 24 mars, pour prendre connaissance des technologies et des méthodes utilisées au Canada pour assainir les sites contaminés.

La Suède et le Canada ont un climat et des conditions géologiques comparables mais, alors que le secteur de la décontamination de la Suède est encore peu évolué, celui du Canada offre des solutions intéressantes qui ont fait leurs preuves dans les régions nordiques.

Des visites semblables entreprises par des représentants suédois en Allemagne et aux Pays-Bas ont donné lieu à la création de plusieurs partenariats commerciaux et à des exportations de technologies de ces pays vers la Suède.

Une autre délégation suédoise — formée de représentants de PME spécialisées dans les technologies de l'environnement — étudiera la possibilité de conclure des partenariats avec des entreprises canadiennes à Halifax, avant de se rendre à GLOBE 2000 pour assister à d'autres rencontres.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Inga-Lill Olsson, agente de commerce, ambassade du Canada à Stockholm, courriel : stkhm-commerce@dfait-maeci.gc.ca À Halifax, communiquer avec M<sup>me</sup> Solveig Madsen, coordonnatrice, Services aux entreprises, ministère de l'Environnement de la Nouvelle-Écosse, courriel : madsensf@gov.ns.ca \*

## L'Association canadienne des industries de l'environnement

L'Association canadienne des industries de l'environnement (ACIE) tiendra un stand à GLOBE 2000 pour faire connaître les services et les avantages qu'elle offre à ses membres.

Parrainée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Industrie Canada et Environnement Canada, l'ACIE offre un service de partenariat pour associer des entreprises canadiennes et des délégués étrangers ayant des intérêts communs.

Les membres de l'Association ont encouragé la venue de délégués clés de marchés prioritaires. Visitez le stand de l'ACIE pour savoir comment vous joindre à cette association dynamique.

Pour plus de renseignements, communiquer avec l'ACIE, tél.: (613) 236-6222, poste 3, téléc.: (613) 236-6850, internet : www.ceia-acie.ca \*

Il semble que le Programme de vérification des technologies environnementales (VTE) du Canada ne serve pas uniquement à aider des fournisseurs à commercialiser leurs technologies environnementales. Dans un domaine de pointe en plein essor, l'expertise réunie dans le cadre du Programme est maintenant exportée pour aider d'autres pays à mettre en place des programmes semblables.

Le Programme VTE permet aux fournisseurs d'obtenir une vérification et une validation,

vérification peut accélérer l'introduction de technologies innovatrices. Le Canada aide actuellement l'Administration de la protection de l'environnement (SEPA – State Environmental Protection Administration) de la Chine à mettre au point un programme de VTE. Ce projet sous la direction d'Environnement Canada, financé par l'Agence canadienne de développement international, est confié à l'OCETA (Ontario Centre for Environmental Technology Advancement) et à ETV Canada. L'étape en cours aboutira à la signature

l'environnement du Canada et de la Californie a été mis à l'épreuve par la présentation réciproque des premières demandes concernant des technologies vérifiées dans le cadre des programmes respectifs. De même, des projets de vérification conjointe sont en cours au New Jersey en vue de la conclusion d'un accord de réciprocité. Environnement Canada et ETV Canada collaborent également avec l'Agence de protection de l'environnement des États-Unis, dans le cadre du programme pilote américain sur les gaz à effet de serre, à la vérification de la technologie SUBBOR mise au point par Eastern Power, laquelle représente une approche canadienne innovatrice visant le traitement des déchets solides urbains non triés et la production de biogaz riches en méthane pour la génération d'électricité.

Certaines des entreprises ayant obtenu un certificat de vérification dans le cadre du Programme de VTE du Canada ont réussi sur le marché international; signalons par exemple EcoWaste Solutions (technologie « EcoWaste Oxidizer » pour l'incinération des déchets solides urbains), Soconag Inc. (« SmartSoil », système fondé sur les connaissances et utilisant des PC permettant de surveiller et d'améliorer l'assainissement des sols au moyen de biopiles, et le compostage industriel) et Glytex Inc. (processus de recyclage du produit de dégivrage pour avions et de l'antigel pour automobiles).

Le Programme de VTE est une initiative conjointe d'Environnement Canada et d'Industrie Canada menée en collaboration avec l'industrie canadienne de l'environnement. Mis sur pied en avril 1997 par M. Sergio Marchi, ministre de l'Environnement à l'époque, il a été confié à ETV Canada, avec l'autorisation d'Environnement Canada.

Pour plus de renseignements, visiter le site internet d'ETV Canada à [www.etvcanada.com](http://www.etvcanada.com), ou communiquer avec M. John McMullen, président et directeur général, ETV Canada Inc., tél. : (905) 336-4719, téléc. : (905) 336-4519, courriel : [mcmullen@etvcanada.com](mailto:mcmullen@etvcanada.com) ou avec M. Raymond Klicius, directeur du Programme VTE, Environnement Canada, tél. : (819) 953-8717, téléc. : (819) 953-4705, courriel : [raymond.klicius@ec.gc.ca](mailto:raymond.klicius@ec.gc.ca) \*

# Le Programme de VTE du Canada

## exporté partout dans le monde



réalisées par une tierce partie indépendante, des résultats qu'ils souhaitent promouvoir au sujet de leurs technologies environnementales. La vérification constitue pour le vendeur un moyen efficace de s'implanter sur les marchés intérieur et étrangers. En ce qui concerne les acheteurs, la même vérification leur donne l'assurance que les technologies produiront les résultats avancés par les fournisseurs. « Sur les marchés étrangers surtout, » affirme M. John McMullen, président et directeur général de ETV Canada Inc., la société chargée de l'exécution du Programme, « la vérification garantie par le gouvernement offre une précieuse confirmation des résultats de la technologie au Canada. »

Certains pays, comme les États-Unis et le Canada, ont mis en place des programmes de VTE pour aider les entreprises à commercialiser leurs technologies environnementales sur le marché national et à l'étranger. D'autres pays sont des acheteurs pour qui la vérification est un moyen de garantir que les technologies environnementales envisagées sont sûres. Tous s'entendent sur le fait que la

d'un protocole d'entente entre les deux pays, lors de **Globe 2000**, qui aura lieu à Vancouver ce mois-ci, et créera le fondement d'une collaboration plus poussée dans le cadre des deux programmes.

La République de Corée a mis sur pied un programme de VTE qui s'inspire du modèle canadien, avec l'aide du Canada. Au cours d'une récente visite, des représentants de la Société de gestion de l'environnement de la Corée du Sud (EMC – Environmental Management Corporation) ont signalé à des hauts fonctionnaires d'Environnement Canada qu'ils souhaitaient rendre officielle la relation entre les deux programmes. Un protocole d'entente sera signé à cette fin à **Globe 2000**. De nombreux autres pays, principalement en Asie et en Amérique latine, ont également exprimé leur intérêt à l'égard du programme. Plusieurs d'entre eux, qui ont commencé à mettre au point un programme, ont communiqué avec Environnement Canada et ETV Canada, pour se renseigner et demander de l'aide.

Par ailleurs, l'accord de réciprocité qui lie les programmes de protection de

(Suite de la page 1)

bilisation des consommateurs. Il existe plusieurs systèmes d'éco-étiquetage et, depuis quelques années, le recyclage des matériaux, avec tri à la source, a eu un certain succès.

Dans le cadre d'un programme du gouvernement suédois touchant le développement durable, on a réservé une somme de 1,2 milliard de dollars aux investissements locaux pour soutenir la durabilité écologique entre 1998 et 2002. Des sommes totalisant 400 millions de dollars ont déjà été distribuées dans le cadre du programme en 1998, tandis que 300 millions de dollars ont été attribués pour la période 1999-2001; et il reste encore 500 millions à attribuer.

Voici comment se répartit le financement par projet : conversion à des sources d'énergie renouvelables, 20,5 %; gestion des déchets, 10,2 %; gestion des eaux et des eaux usées, 9,6 %; mesures correctives, 9,5 %; efficacité et économie d'énergie, 9,5 %; véhicules, 8,9 %; protection de la nature et de la diversité biologique, 6,3 %; projets de construction, 4,3 %; mesures de soutien, 3,2 %; projets industriels, 0,5 %; projets multi-dimensionnels, 17,4 % ([www.hallbarasverige.gov.se/eng/index.htm](http://www.hallbarasverige.gov.se/eng/index.htm))

### Débouchés

La Suède est un importateur net de technologies de l'environnement, mais, selon une récente étude gouvernementale, elle est un chef de file mondial de l'analyse du cycle de vie et des systèmes d'information environnementale qui en découlent.

Voici une liste des débouchés pour les entreprises canadiennes du domaine des technologies et des services environnementaux :

**Air** : technologies avancées de réduction des émissions; instruments de mesure; prévention des émissions des véhicules; technologies de l'amélioration de la qualité de l'air à l'intérieur.

**Sol** : technologies de restauration des sols et secteurs connexes émergents.

**Eau** : amélioration des installations de traitement des eaux usées (construites dans les années 1960); instruments de mesure; protection des eaux de sous-sol.

**Énergie** : technologies associées aux

sources d'énergie renouvelable et à l'efficacité énergétique.

**Déchets** : technologies novatrices pour la réduction et le recyclage des déchets et le traitement des déchets dangereux (taxe sur les sites d'enfouissement entrée

dans le domaine de la gestion des eaux usées et de la lutte contre la pollution de l'air. La réglementation et les incitatifs touchant les eaux usées et la pollution de l'air ont été adoptés en Suède dès le début des années 1960.

# Le secteur environnemental de la Suède et ses débouchés

en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2000; projet d'interdiction d'enfouissement de déchets combustibles ou compostables, à partir de 2002 et 2005 respectivement).

**Produits et technologies propres** : remplacer les substances qui ont des effets destructeurs sur l'environnement.

### Accès au marché

Il est conseillé d'avoir un partenaire suédois — bien que l'usage de l'anglais soit répandu en Suède — pour ce qui concerne les documents de soumission, les accréditations, les lois et règlements, en particulier du fait que les décisions sur les questions d'environnement sont prises en général au niveau local (288 municipalités et 23 conseils de comté).

### Concurrence

La majorité des entreprises étrangères du domaine de l'environnement qui sont représentées sur le marché suédois ont leur siège en Autriche, au Danemark, en Finlande, en Allemagne, aux Pays-Bas, en Suisse, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Par ailleurs, les firmes suédoises d'ingénieurs-conseils en environnement qui ont des activités partout dans le monde sont assez nombreuses. Les entreprises suédoises ont acquis de l'expertise et du savoir-faire et élaboré des technologies, en particulier

### Adresses Internet utiles

**InfoExport**: [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)  
Rapport de marché : *Le Marché de la remise en état des sols en Suède*

**Agence suédoise de protection de l'environnement** : [www.viron.se/www-eng/enghome.htm](http://www.viron.se/www-eng/enghome.htm)

**Développement durable en Suède, site du gouvernement** : [www.hallbarasverige.gov.se/eng/index.htm](http://www.hallbarasverige.gov.se/eng/index.htm)

**Enviro Net Suède** : [smn.viron.se/miljonat/english/index.htm](http://smn.viron.se/miljonat/english/index.htm)

**Agence d'investissement en Suède, faits et chiffres**: [www.isa.se](http://www.isa.se)

**Ministère suédois de l'environnement**: [miljo.regeringen.se/english/english\\_index.htm](http://miljo.regeringen.se/english/english_index.htm)

**Pour plus d'information**, communiquer avec M<sup>me</sup> Inga-Lill Olsson, agente de commerce, ambassade du Canada à Stockholm, tél. : (011-46-8) 453 3019, téléc. : (011-46-8) 24 24 91, courriel : [inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canadaemb.se](http://www.canadaemb.se) \*

**D**e la salle de conférence du consulat général du Canada à Hong Kong, M. John McDermott, président de POPstar Communications, explique comment il venait de réunir 6 millions de dollars américains pour son entreprise de communications fondée sur l'internet, qui est en plein essor.

« Cela aurait été impensable il y a douze mois », a-t-il affirmé au sujet de la fantastique croissance des investissements dans tous ce qui touche la TI (technologie de l'information), qu'a connue cette Mecque de l'entrepreneuriat. M. McDermott et son entreprise représentent l'une des rares sociétés canadiennes de TI tournées vers l'avenir qui ont reconnu que Hong Kong leur offrait ce qui est vraisemblablement la source d'investissement en TI la plus dynamique du monde, et certainement de l'Asie.

### Les magnats de l'immobilier s'engagent dans la TI

Depuis que M. Richard Li, homme d'affaires entreprenant et fils cadet du multimilliardaire Li Ka-shing, a étonné les magnats de l'immobilier en concluant avec le gouvernement de Hong Kong une affaire visant la construction du Cyberport, parc futuriste de la TI et complexe résidentiel, tout Hong Kong a été attiré par les possibilités d'enrichissement offertes par la TI. La société de M. Li, Pacific Century Cyberworks, a vu sa valeur multipliée par 16 depuis son lancement l'an dernier, faisant de son propriétaire un multimilliardaire.

Les autres magnats de l'immobilier, voulant éviter de rater l'occasion une deuxième fois, ont créé tour à tour leurs propres cyberentreprises. Ainsi trouve-t-on aujourd'hui les entreprises New World Cyberbase, E-Commerce Resources de Hutchinson, iAdvantage de Sun Hung Kai, Sino Technology de Sino Land et I-cable entreprises de Henderson. Chacune d'elles est à la recherche du prochain concept innovateur de TI dans lequel elles pourront investir afin d'accroître leur rôle dans les

télécommunications ou les communications par câble.

### Les petites entreprises leur emboîtent le pas

Les grandes entreprises de promotion immobilière de Hong Kong ne sont pas les seules à s'intéresser aux possibilités qu'offre la TI. Des dizaines d'entreprises moyennes

par l'importance des capitaux accessibles et par la rapidité avec laquelle une affaire peut être conclue.

Il y a deux semaines, M. McDermott s'est rendu à Hong Kong pour arrêter définitivement les conditions d'investissements éventuels. Rentré à Vancouver le samedi soir, le lundi matin il a reçu par courrier électronique un message lui demandant



## Branchez-vous sur Hong Kong, capitale asiatique de l'investissement en TI

occupant déjà un créneau dans la TI ou les télécommunications sont à l'affût d'occasions d'affaires pour étendre leurs activités.

Hong Kong compte également la société CTI, important fournisseur de services d'interurbain et d'internet, Distacom, entreprise propriétaire des téléphones cellulaires de la marque Sunday (qui a annoncé récemment un investissement dans l'entreprise canadienne SUMMEDIA), Champion Technologies (qui négocie actuellement des investissements dans deux entreprises canadiennes), ABC Data (qui a annoncé le mois dernier un partenariat avec investissement dans Multiactive Software), ainsi que d'autres entreprises qui cherchent toutes à accroître leur valeur par des investissements dans des entreprises de TI.

### Des possibilités pour les entreprises canadiennes

Les entreprises canadiennes de TI qui viennent à Hong Kong sont étonnées du très grand intérêt suscité par un large éventail d'applications de TI, entre autres le commerce électronique, les communications et le multimédia, pour n'en nommer que quelques-unes. Elles sont également frappées

de revenir à Hong Kong mercredi, pour l'annonce officielle de l'affaire conclue. Il a à peine eu le temps de prendre le vol de minuit lundi soir, pour retourner à Hong Kong où l'affaire a été annoncée au grand plaisir des médias.

### Mission éclair sur la TI

M. Kevin Lynch, sous-ministre de l'Industrie, dirigera une mission sur la TI à la Hong Kong Information Infrastructure Expo (HKII 2000), qui se tiendra du 16 au 19 mars prochains (voir le numéro de CanadExport du 17 janvier 2000, p. 16). Cette mission permettra à 20 entreprises canadiennes de faire la connaissance de très nombreux partenaires et investisseurs éventuels qui souhaitent vivement étendre leurs activités en Chine et en Asie.

Les entreprises désireuses d'exploiter ce marché en essor et à réserver une place doivent communiquer avec M. Neil Clegg, délégué commercial, consulat général du Canada à Hong Kong, courriel : Neil.Clegg@dfait.maeci.gc.ca

Pour plus de renseignements, consulter le site internet du consulat général à [www.canada.org.hk](http://www.canada.org.hk) (cliquer sur Hong Kong, puis sur Canadian Pavilion at HKII2000). ✪

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1-800-667-3802 ou (613) 944-1078; ou téléphoner au 1-800-551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



**E**n France comme au Canada, le commerce des articles de sport occupe une place grandissante dans les modes de vie et la consommation. En effet, 68 % des Français pratiquent au moins un sport, et le marché global est estimé à environ 6,5 milliards de dollars américains.

La même année, le Canada a exporté pour plus de 9,7 millions de dollars américains vers la France en équipements de sport (à l'exclusion des bateaux, des voiliers et des équipements d'aires de jeux). Ces exportations comprenaient principalement de l'équipement pour le ski, la planche à

Les principaux intervenants de l'industrie du sport et des loisirs envisagent l'avenir avec optimisme, puisque 80 % d'entre eux prévoient une hausse de leur chiffre d'affaires en l'an 2000. Ces indicateurs laissent penser que les produits canadiens pourraient prendre une part plus importante du marché.

Coup d'œil sur

# le marché français des articles de sport

## Tendances et indicateurs clés du marché français

La géographie française offre de remarquables possibilités pour la pratique des sports : des côtes maritimes pour les sports nautiques, des massifs montagneux qui constituent le plus grand domaine skiable d'Europe, et une diversité de paysages et de climats qui permettent aux amateurs de s'adonner à la randonnée, au VTT, à l'alpinisme, aux sports d'eau vive, etc. Tous les sports y sont pratiqués, mais les sports d'hiver occupent de loin la première place sur le marché français (52 %).

Les Français consacrent en moyenne 350 \$ par ménage par an pour l'achat d'articles de sport. Il y a lieu de noter que les spécialistes en commercialisation s'intéressent de plus en plus au *marketeen*, c'est-à-dire au potentiel commercial de ce nouveau marché des jeunes de 12 à 19 ans qui exercent une influence grandissante sur l'industrie et la consommation des articles de sport.

Le marché du sport regroupe plusieurs familles de produits : vêtements (45 %), chaussures (17 %), équipement (32 %), autres (prestations, 6 %).

La Chine, l'Italie, la Thaïlande, le Vietnam, l'Indonésie et les États-Unis sont les principaux fournisseurs de la France dans le commerce spécialisé du sport. En 1998, les importations de la France s'élevaient à plus de 1,3 milliard de dollars américains.

neige, le patinage sur glace et le patinage à roues alignées.

## La distribution sur le marché français

La distribution est en constante évolution et s'est transformée au cours des dernières années pour laisser une plus grande place aux chaînes et aux vèpécistes (vente par correspondance) qui se sont particulièrement bien implantés. Les chaînes (36,7 %) occupent le premier rang des circuits de distribution, talonnées de près par les vèpécistes (31,6 %) et les grands magasins (29,1 %). Les hypermarchés (1,8 %) et les indépendants (0,1 %) n'occupent pas une part importante du marché sauf pour certains articles.

Au cours des dernières années, on a observé une baisse marquée de la part du matériel (équipements) dans le chiffre d'affaires, au profit du textile (vêtements de sport) et surtout des articles chaussants (chaussures de sport), qui occupent une place de plus en plus importante, particulièrement dans les magasins de petite surface.

## Bonnes perspectives d'avenir

La concurrence est vive mais le marché français des articles de sport, y compris la chaussure et le vêtement, offre un potentiel de croissance pour les compagnies dynamiques et innovatrices.

## Les salons professionnels

Les principaux événements commerciaux dans le secteur des articles de sport en France sont les suivants :

- le Salon International de Grenoble, SIG PRO, le plus grand salon français des articles et de la mode des sports d'hiver, qui aura lieu du 5 au 8 mars 2000;
- le Salon européen des sports de glisse, GLISSEXPO, un salon biennal. GLISSEXPO-Hiver a eu lieu fin janvier, et GLISSEXPO-Été aura lieu du 2 au 5 septembre 2000;
- le Salon du Cycle de St-Tropez, Roc d'Azur, qui aura lieu à la mi-octobre 2000;
- le Salon professionnel de l'Outdoor, SIG OUTDOOR, qui aura lieu à Grenoble à la fin août 2000;
- le Salon Nautique International, qui aura lieu à Paris du 1<sup>er</sup> au 11 décembre 2000;
- le Mondial du Deux-Roues, un salon biennal, qui aura lieu à Paris du 5 au 15 octobre 2001.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Gisèle Aubut, agent de commerce, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44 43 23 82, téléc. : (011-33-1) 44 43 29 98, courriel : gisele.aubut@dfait-maeci.gc.ca internet : [www.amb-canada.fr](http://www.amb-canada.fr) ✪





# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Les exemples de réussite suivants, communiqués par M<sup>me</sup> Ann Garneau du consulat général du Canada à Los Angeles, ont un trait important en commun : les PDG des deux entreprises avaient participé à la mission commerciale des femmes d'affaires à Washington, en novembre 1997, et à celle organisée à Los Angeles, en mars 1999. Voici comment elles ont su tirer le meilleur profit des débouchés découverts lors de ces deux missions.

**L**es patients du U.S. Veteran's Administration Hospital (Hôpital de l'Administration des Anciens combattants des É.-U.) à Los Angeles pourront regarder les émissions Healthtv, conçues et produites au Canada, qui donnent des conseils pratiques sur la façon de se remettre d'une opération du cœur, de vivre avec le cancer ou de régler les problèmes relatifs à une maladie ou à une opération chirurgicale.

Produites par The Health Television System Inc. (HTS), de Toronto, les émissions Healthtv répondent à de nombreuses questions du domaine de la santé qui préoccupent les patients. Elles sont accessibles 24 heures sur 24 par l'intermédiaire du système de diffusion en circuit fermé de l'hôpital, exactement comme les chaînes de tourisme auxquelles on a accès dans un hôtel.

L'an dernier, HTS a négocié des ententes pour fournir ses services à des hôpitaux prestigieux de Washington, D.C., du Maryland, de New York et du Massachusetts, et elle vient de conclure des pourparlers en vue d'ajouter l'Hôpital de l'Administration des Anciens combattants de la région métropolitaine de Los Angeles à sa liste de clients.

M<sup>me</sup> Kathy Kastner, directrice générale et directrice de la commercialisation de HTS, a obtenu ces contrats intéressants à la suite des efforts de commercialisation entrepris pendant la mission commerciale des femmes d'affaires à Washington en

novembre 1997 et de sa participation à la version de cette mission à Los Angeles en mars dernier. « Notre produit a reçu un accueil chaleureux et enthousiaste, explique-t-elle. Nos interlocuteurs étaient

ment après l'hospitalisation et traitent de questions liées à la gestion de maladies courantes.

Le contenu est approuvé par un Conseil consultatif national (commission conjointe

## Bon départ d'une société canadienne sur le marché hospitalier des États-Unis

tout surpris de constater que ce type d'émission n'existait pas encore aux États-Unis. »

HTS répond à un besoin, en fournissant des émissions de télévision numériques



et un système de reproduction unique destinés à compléter le traitement médical en informant les patients et leurs familles. Les émissions offrent des stratégies d'adaptation et des conseils pratiques relatifs à la qualité de vie et au rétablisse-

de spécialistes des soins de la santé du Canada et des États-Unis). Les employés des hôpitaux clients reçoivent une formation afin d'encourager leurs patients à utiliser le service de HTS. Les hôpitaux reçoivent aussi un bulletin sur les mises à jour des émissions et des rapports provenant des enquêtes en matière d'assurance de la qualité réalisées par la société.

« L'acceptation par l'Hôpital de l'Administration des Anciens combattants confirme l'attrait et l'efficacité universels de nos émissions d'information et de notre service d'appui professionnel », explique M<sup>me</sup> Kastner.

La société HTS a été lancée à Toronto en 1993. Elle offre deux options quant au choix d'émissions pour les systèmes de télévision que l'on trouve dans les hôpitaux :

Voir page 13 - Le marché hospitalier

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

Au son

Êtes-vous p

D'excellent: sur le com

Vous ne pou

Faites un vi

À Rome, faites com

Vous souha

financemer

Une mission

Pourquoi p

La Jo

inter

de la

Prép

Le 8

activité

organis

d'affai

régions

célébr

interna

Rensei

se pa

en co

nation

www. busine

Pe

La

les

res

po

int

ag

do

ex

au

co

re

d'

L'

se

Préo

# Acheter et vendre dans le monde entier

Débouchés pour les femmes d'affaires sur les marchés internationaux

Le 1<sup>er</sup> mars 2000

## Des pionnières de l'exportation partagent les secrets de leur réussite



Réseautage mondial : Des femmes d'affaires et des fonctionnaires du Canada ont participé au Sommet économique des femmes des Amériques, à Buenos Aires en novembre 1999. De g. à d. : Eynur Tarama, présidente de Northern Legacy; Ana Kessler, ministre des Petites et moyennes entreprises, Argentine; Diane Vincent, sous-ministre adjointe, Industrie Canada; et Simone Desjardins, première vice-présidente, BDC.

Fascinantes, elles n'ont peur de rien et ouvrent la voie aux autres. Les exportatrices canadiennes font leur marque plus que jamais auparavant. Depuis un babillard interactif au cabinet du président des États-Unis jusqu'à des services de planification d'un musée à Hong Kong, leurs produits et services montrent bien que les femmes font le saut sur la scène mondiale. Dans bien des domaines, elles sont même des chefs de file grâce à leurs innovations et initiatives.

Nous avons demandé à ces pionnières : « Pourquoi exporter? ». Elles nous ont expliqué pourquoi le commerce international est un volet de la croissance de leur entreprise orchestré avec beaucoup de soin.

- « Les exportations nous ont permis d'augmenter notre chiffre d'affaires et ont accru la visibilité de l'art de la côte du nord-ouest dans d'autres pays. » **Nancy Nightingale, Khot-La-Cha Coast Salish Handicrafts, Vancouver (C.-B.)**
- « C'est une question de survie! Le marché canadien est trop petit pour appuyer notre entreprise. L'exportation est la seule façon de s'en sortir. » **Lee McDonald, Southmedic Inc., Barrie (Ont.)**
- « Avant d'exporter, nous avions accès à 10 % du marché. Cette part est maintenant de 50 %. » **Suzanne Lebel, Genomics One Corp, Laval (Qc)**
- « On accroît ainsi la confiance dans la capacité des employés de faire bouger les choses chez nous et de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux. » **Moya Cahill, Pan-Maritime Energy Services Inc., St. John's (N.-B.)**

### Au sommaire

- Êtes-vous prête à exporter? ..... 2
- D'excellents sites Web sur le commerce ..... 2
- Vous ne pouvez pas vous déplacer? Faites un voyage virtuel! ..... 4
- À Rome, faites comme les Romains ..... 5
- Vous souhaitez accéder au financement à l'exportation? .... 6
- Une mission commerciale? Pourquoi pas! ..... 8

### La Journée internationale de la femme - Préparez-vous!

Le 8 mars prochain, des activités spéciales seront organisées pour les femmes d'affaires dans toutes les régions du Canada afin de célébrer la Journée internationale de la femme. Renseignez-vous sur ce qui se passe dans votre région en consultant le calendrier national détaillé à : [www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp)

### Matchmaker™ : Votre réseau mondial

Un nouveau logiciel bientôt offert en ligne vous permettra de vous brancher sur le commerce, notamment à des entreprises qui veulent acheter ou vendre des produits et des services, aux délégués commerciaux du Canada, ainsi qu'à d'autres experts du commerce international. Voici comment ce logiciel fonctionne :

- Vous vous inscrivez comme utilisatrice de Matchmaker.
- Vous présentez votre profil et votre demande.
- Vous recevez un courriel donnant les résultats qui correspondent à votre demande pour le marché ciblé. Les personnes-ressources recevront également votre profil.

Plus de détails à la p. 3

## Pourquoi exporter? Et pourquoi maintenant?

La conjoncture n'a jamais été aussi propice pour que les femmes d'affaires exportent. Il existe une foule de ressources et de programmes publics et privés conçus pour vous aider, que vous songiez à une expansion internationale ou que vous soyez une exportatrice aguerrie. D'ailleurs, le Canada est à l'avant-garde dans ce domaine. Depuis des recherches clés sur les exportatrices canadiennes — les premières du genre au monde — jusqu'à l'organisation de missions commerciales spéciales à l'intention des femmes, nous repoussons les frontières pour accroître les occasions d'affaires que peuvent saisir les femmes.

L'ensemble de ces activités ont révélé un fait crucial : le secret de la réussite internationale dépend des

contacts, encore des contacts et toujours des contacts. Ce message a été renforcé une fois de plus par les exportatrices des quatre coins du pays interrogées dans le cadre de ce supplément. Dans les pages qui suivent, nous vous présentons certaines de ces pionnières, qui vous offrent leurs conseils sur l'exportation. Pour des profils détaillés et d'autres conseils, visitez notre site « Les Femmes d'affaires et le commerce » à [www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp)

Le message de ces Canadiennes qui se sont lancées sur les marchés internationaux et qui y ont triomphé est clair : préparez-vous! Plus vous serez préparée, plus vous aurez du succès. C'est pour cette raison que ce

supplément vous indique également des ressources utiles.

Nous voulons vous donner un aperçu qui vous aidera à acheter et à vendre dans le monde entier et à faire prospérer votre entreprise comme vous pourriez difficilement l'imaginer à l'heure actuelle. Bonne lecture, et conservez ce supplément précieusement. Il constitue une source d'information qui pourrait bien vous inspirer!

*JoAnna Townsend*

**JoAnna Townsend**  
La directrice des Services à l'exportation pour les petites et moyennes entreprises



# « Voyez grand! Les exportations font désormais partie intégrante du monde des affaires. Explorez-en les possibilités. »

Des exportatrices en devenir



**Nadja Piatka, présidente**  
**Three Blondes and A Brownie Inc.**  
 Edmonton (Alb.)  
 blonde1@home.com  
 Entreprise fondée en : 1993  
 Ventes annuelles : 3,5 millions \$  
 Marché d'exportation ciblé : États-Unis

### Description

Fabricant des gâteaux et des muffins « Fat Wise ». Fournisseur de plus de 800 restaurants McDonald's au Canada et de 220 épicerie Safeway. [www.threeblondes.net](http://www.threeblondes.net)

### Pourquoi exporter?

« Je me dis : Pourquoi pas? Je ne vois pas ce qui pourrait nous empêcher de réussir aux États-Unis. Nous approvisionnons McDonald's sans problème depuis six ans au Canada et répondons aux normes de qualité les plus élevées. »

### Programme choisi

Centre de recherche et de développement sur les aliments (CRDA), à Leduc (Alb.)

### Résultats

« Ce centre a fait partie intégrante de notre percée sur le marché de l'alimentation, en nous donnant accès à des experts qui nous ont conseillés sur tout, depuis les agents stabilisateurs jusqu'à l'emballage et à la durée de conservation. Ils sont une mine de renseignements. Si nous avons un problème, ils possèdent les installations pour réaliser des essais. Une expérience merveilleuse! »

### Ce que j'en pense

« C'est difficile pour une petite entreprise du secteur de l'alimentation qui fabrique un bon produit, qui a du cœur, est sincère et passionnée, de soutenir la concurrence des multinationales qui ont des ressources de R-D à leur disposition. Il n'y a pas beaucoup d'endroits où trouver de l'information et des experts pour obtenir de l'aide. Il y a 20 ans, une petite entreprise comme la nôtre n'aurait pas survécu. Mais avec des services comme ceux du CRDA, une petite entreprise peut prendre une part du marché et faire face aux géants. Maintenant, nous sommes mieux appuyés. »

### Conseils à suivre

« Testez d'abord votre produit sur votre marché et réglez tous les petits problèmes. Si vous ne le faites pas, vous en paierez le prix lorsque vous voudrez exporter. »



**Elaine Cowan, présidente**  
**Anoküwin Training Institute Inc.**  
**et Anoküwin Employment Solutions**  
 Winnipeg (Man.)  
 cowane@anoküwin.com

Entreprise fondée en : 1995  
 Ventes annuelles : 2,5 millions \$  
 Marchés d'exportation ciblés : États-Unis, Mexique, Australie, Nouvelle-Zélande et pays en développement

### Description

Entreprises privées autochtones de formation et de recrutement. Offrent des services personnalisés de formation aux étudiants et employeurs autochtones ainsi que des stratégies de ressources humaines pour embaucher des Autochtones qualifiés. [www.anoküwin.com](http://www.anoküwin.com)

### Prix

Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, catégorie « Démarrage » (1999)

### Préparation à l'exportation

Participation au Sommet commercial femmes Canada-États-Unis (1999)

### Résultats

« L'ACDI (Agence canadienne de développement international) nous a vues et entendues à l'occasion du Sommet, et elle nous a invitées à élaborer un programme de ressources humaines pour les pays en développement. Le réseautage et les contacts ont été incroyables... et ça continue. »

### Ce que j'en pense

« J'ai participé au Sommet afin de nouer des liens avec d'autres organisations autochtones aux États-Unis. En fait, j'ai établi des contacts beaucoup plus nombreux que prévu avec d'autres personnes. Je ne pensais jamais qu'il y avait tant de débouchés à ma portée! Je suis convaincue que si je n'avais pas participé au Sommet, je n'aurais jamais envisagé d'exporter. Depuis, nous nous concentrons sur la préparation à l'exportation. »

### À venir

« Je pourrais probablement aller à l'avant grâce aux contacts que j'ai établis, mais je veux être tout à fait certaine que je suis prête à exporter et à réagir aux marchés étrangers. »

## Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année

**La recherche est lancée...** Le Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année récompense les efforts et les innovations de Canadiennes qui visent à faire prospérer leurs entreprises. Cette année, la remise des prix aura lieu à Toronto en novembre. Pour poser votre candidature dans la catégorie « Exportations », communiquez avec **Barbara Caldwell**, courriel : [channelview@attglobal.com](mailto:channelview@attglobal.com), tél. : (613) 531-9282.

## CRDA — Centre de recherche et de développement sur les aliments

**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le CRDA est une usine pilote et un laboratoire de mise au point de produits dirigé par le ministère de l'Agriculture de l'Alberta. Des scientifiques et des ingénieurs en produits alimentaires y travaillent afin de mettre au point de nouveaux produits pour les marchés canadien et international.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Des consultations techniques pour la mise au point de produits dans une usine pilote, depuis la conception jusqu'aux essais sur le marché.

**QUI EST ADMISSIBLE :** Les entreprises de transformation d'aliments au Canada.

**POUR INFORMATION :** [www.agric.gov.ab.ca/ministry/org/fpdc](http://www.agric.gov.ab.ca/ministry/org/fpdc) ou Robert Gibson, directeur de projets, tél. : (780) 980-4866, courriel : [robert.gibson@agric.gov.ab.ca](mailto:robert.gibson@agric.gov.ab.ca)

## Êtes-vous prête à exporter?

Examinez soigneusement ces cinq aspects pour déterminer si votre entreprise est prête à se lancer sur les marchés d'exportation :

- ✓ **Engagement de la direction :** Les cadres supérieurs comprennent-ils les avantages et les coûts liés à l'exportation? Avez-vous établi des objectifs clairs pour percevoir l'étranger? Êtes-vous prête à y consacrer beaucoup de temps et de capitaux et à attendre que les efforts consacrés au développement des marchés ciblés portent fruit?
- ✓ **Succès sur le marché canadien :** Avez-vous un produit ou un service éprouvé et mis à l'essai sur le marché canadien? Avez-vous suffisamment de liquidités pour appuier vos activités à l'étranger que vos activités au pays?
- ✓ **Financement des exportations :** La situation financière de votre entreprise est-elle solide? Avez-vous un plan financier pour faire face aux coûts liés à l'exportation? Avez-vous suffisamment de fonds disponibles pour ouvrir pleinement les marchés ciblés à l'étranger pour vos produits ou services?
- ✓ **Définition du marché :** Avez-vous ciblé un marché en particulier?
- ✓ **Stratégie d'entrée sur le marché :** Avez-vous rédigé un plan d'expansion des marchés extérieurs? Comprend-il des objectifs chiffrables à court et à moyen terme?

## D'excellents sites Web sur le commerce

- Équipe Canada inc. : [www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)
- Les femmes d'affaires et le commerce — Évaluation en ligne : [www.infoexport.gc.ca/businesswomen/assess-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/assess-f.asp)
- Industrie Canada — Évaluation de la préparation : [www.strategis.ic.gc.ca/SSGF/sc010711.html](http://www.strategis.ic.gc.ca/SSGF/sc010711.html)

ssions commerciales  
 cré sur le lucratif  
 rées aux femmes  
 97, puis à Los An



**Kathy K...**  
 The Health  
 Toronto (On  
 parenttv@

Entreprise fon  
 Exporte depu  
**Description**  
 Conçoit et  
 sur la santé  
 des hôpita  
 personnel  
 patients à  
 collecte d  
 écoute.



**Martine...**  
 présidente

**Conseil**  
 Payez  
 délégués  
 gouverne  
 de trouve  
 — Laur  
 internatio



Supplément — CanadExport

commerciales fonctionnent! Voici comment deux femmes d'affaires ont percé sur le lucratif marché américain après avoir participé à deux missions aux femmes d'affaires canadiennes — d'abord à Washington, en 1997, puis à Los Angeles, en 1999.

« Les affaires internationales mettent du **piquant** dans nos vies. Elles changent la façon de penser et la **manière d'agir.** »



**Kathy Kastner**, directrice générale  
**The Health Television System Inc.**  
Toronto (Ont.)  
parenttv@aol.com  
Entreprise fondée en : 1993  
Exporte depuis : 3 ans

#### Description

Conçoit et met au point des émissions sur la santé pour les chaînes de télévision des hôpitaux. Offre une formation au personnel en vue d'encourager les patients à regarder ces émissions et collecte des données sur le temps d'écoute. [www.healthvsystem.com](http://www.healthvsystem.com)

#### Résultats des missions commerciales

L'entreprise a obtenu des contrats lucratifs afin d'offrir ses services à de prestigieux hôpitaux de Washington, D.C., du Maryland, de New York, du Massachusetts et de Los Angeles, et ce, grâce aux efforts de commercialisation qu'elle a déployés durant les missions.

#### Ce que j'aime

« Le marché américain est très direct. Les Américains prennent des décisions rapidement. Ils ont accueilli chaleureusement notre entreprise. En toute honnêteté, ils étaient surpris que ce genre de programmation n'existe pas déjà aux États-Unis. »

#### Conseils à suivre

« Soyez tenaces, audacieuses et rigoureuses. Et adressez-vous à une publication professionnelle aux États-Unis pour obtenir des suggestions de partenaires éventuels. Cela a fonctionné pour nous. »

Lisez la rubrique « Carrefour États-Unis » dans ce numéro de *CanadExport* pour en savoir plus sur l'entreprise de Kathy.



**Gwen McKay**, présidente-directrice générale  
**Skills for You**  
Fredericton (N.-B.)  
gwen.mckay@amulet.nb.ca  
Entreprise fondée en : 1995  
Exporte depuis : 1 an

#### Description

Offre des moyens d'apprentissage électronique grâce à un catalogue de plus de 300 cours dispensés dans Internet pour les secteurs de la formation, du perfectionnement professionnel et des études générales.  
[www.skillsforyou.com](http://www.skillsforyou.com)

#### Résultats des missions commerciales

« La mission à Washington nous a donné une bonne occasion de tester le marché américain et de nous renseigner sur nos concurrents. Celle à Los Angeles a permis de découvrir une mine de renseignements concurrentiels sur les TI et des liens dans la Silicon Valley. Nous avons maintenant deux partenaires stratégiques en Californie. »

#### Ce que j'en pense

« Nous sommes souvent intimidées à l'idée d'aller à l'étranger. Or, ce n'est pas difficile. Les autres marchés sont d'un très grand soutien et extrêmement intéressés par ce que nous faisons. »

#### Conseils à suivre

« Prenez le temps de tisser des liens avec des partenaires stratégiques. Cherchez à créer une synergie et fiez-vous à votre intuition si vous sentez dès le départ que vous pourriez travailler avec votre interlocuteur. »



**Martine Blue**,  
présidente



**Monique Dallaire**,  
vice-présidente

#### Kinga Inc.

**Sainte-Anne-de-Bellevue (Qc)**  
kinga@sympatico.ca

Entreprise fondée en : 1998

Marchés d'exportation : États-Unis, Australie et Nouvelle-Zélande

#### Description

Fabrique des jeux de table géants pour les enfants. Ces jeux visent à renforcer les échanges verbaux et la communication.

#### Programme choisi

ViaSource

#### Évaluation

« Cela nous a ouvert les yeux. Le groupe d'experts a été d'un grand secours et nous a donné des conseils constructifs sur une étude de marché, les circuits de distribution, les droits d'auteur, les marques de commerce et d'autres ressources à notre disposition. Un programme formidable que je recommande sans hésitation! »

#### Conseils à suivre

« Le réseautage est essentiel pour rencontrer les bonnes personnes et demeurer motivée. Participez à autant d'activités que vous le pouvez et nouez des liens avec des gens de votre industrie; ils vous donneront de bons conseils, comme des noms de distributeurs et de représentants. »

#### Conseils à suivre

Payez vos cotisations professionnelles. Travaillez avec les associations sectorielles, les délégués commerciaux, les agents et les employés des consulats, et profitez des programmes gouvernementaux. Le PDME s'avère un excellent programme pour obtenir du financement afin de trouver de nouveaux marchés. » **Paula Lishman**, présidente, **Paula Lishman Ltd., Blackstock (Ont.)**

— **Lauréate du Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, catégorie « Compétitivité internationale » (1996)**

#### Service de liaison

Matchmaker™ — l'invention de Donna Messer, présidente de ConnectUs Communications, et de Kerry Wicks, présidente de Mediatats Inc./MediaLAB® — est né à la suite de la rencontre de ces deux entrepreneures à l'occasion de la première mission commerciale des femmes d'affaires, tenue à Washington, D.C., en 1997. Alliant les compétences de Donna

en réseautage aux talents technologiques de Kerry, ce logiciel, qui est actuellement à l'étape des essais beta, vise à offrir un programme de liaison profitable à toutes les parties.

Pour information :  
Donna Messer  
(905) 337-9578  
dmesser@interlog.com

#### ViaSource

**DE QUOI S'AGIT-IL :** ViaSource est un réseau national d'équipes locales, réunies par la Banque Royale, afin d'aider les propriétaires de petites entreprises à obtenir des conseils d'experts sur la commercialisation, le droit, les finances, les exportations et la technologie.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Une séance de consultation gratuite et confidentielle, d'une durée d'une heure et demie, afin de discuter d'un défi ou d'un problème propre à votre entreprise.

**POUR INFORMATION :** Communiquez avec un spécialiste des affaires à la Banque Royale ou visitez [www.viasource.com](http://www.viasource.com)

#### Conseils à suivre

Simplifiez votre façon de faire des affaires aux États-Unis. Indiquez une adresse ou une boîte postale aux États-Unis sur tout le matériel publicitaire, et ayez une liste de prix et un compte de banque en dollars américains. La poste et la manutention constituant certaines des plus grandes difficultés des activités transfrontalières, faites appel à un courtier et aux délégués commerciaux. En tant que femmes d'affaires, nous sommes peut-être imbattables pour conclure des marchés, mais nous ne pouvons pas voir à tous les détails. »  
**Barbara Mowat**, présidente, **Impact Communications Ltd., Abbotsford (C.B.)**



« En affaires, il y a une dimension internationale dans tout ce qu'on fait. Peu importe votre domaine — le plastique, les TI ou autre —, fixez-vous des buts et recherchez l'excellence. Si vous êtes la meilleure, vous vous tournerez automatiquement vers le commerce international, ce qui veut dire que vous apporterez une plus grande contribution à la collectivité et au monde entier. »  
**Gail Dexter Lord, présidente, LORD Cultural Resources Planning & Management Inc.**

DES EXPORTATRICES PRÉPARÉES



**Janice Tanton, présidente**  
**Janice Tanton Studios Inc.**  
**Burford (Ont.)**  
**JanTanton@aol.com**  
 Ventées annuelles : 400 000 \$  
 Exporte depuis : 6 mois  
 Marché d'exportation : États-Unis

**Description**

Fabrique des produits de consommation comme des tirages limités, des calendriers et des assiettes de collection pour l'industrie des articles cadeaux, à partir des œuvres de Janice Tanton et d'autres artistes canadiens. [www.janiceanton.com](http://www.janiceanton.com)

**Programmes choisis**

NEEF (Buffalo, 1999) et PDME (Atlanta, 2000)

**Avantages**

« Le NEEF a été utile pour étoffer ce que nous avions appris en théorie en

nous donnant une expérience concrète, notamment en ce qui concerne les formalités douanières et l'entreposage. Il nous a permis de croire que nous étions réellement prêtes à exporter. Les rencontres individuelles avec les délégués commerciaux ont été extrêmement précieuses : ils nous ont entre autres donné des renseignements précis sur des représentants qui répondaient à nos besoins. Le PDME nous a donné une certaine sécurité financière face aux marchés étrangers et nous a motivées à prendre le risque d'exposer au salon du cadeau d'Atlanta. »

**Ce que j'en pense**

« Le NEEF est un excellent programme et une expérience très révélatrice, que l'on commence à peine à envisager d'exporter ou que l'on soit prête à faire le grand saut. Il est facile de s'inscrire au PDME, et ce programme est très utile pour toutes celles qui n'ont pas les moyens de participer à des foires commerciales à l'étranger. »

**Conseils à suivre**

« Renseignez-vous le plus possible, et discutez avec votre délégué commercial local et avec d'autres exportatrices. Il est en outre essentiel de trouver un bon courtier en douanes qui vous aidera dans vos démarches. »



**Dana Peebles, directrice et propriétaire**  
**Kartini International Consulting Inc.**  
**Toronto (Ont.)**  
**kartini@interlog.com**

Ventes annuelles : Moins de 500 000 \$

Ventes à l'exportation : 20 %

Exporte depuis : 4 ans

Marchés d'exportation : Asie et Amérique latine

**Description**

Cabinet d'experts-conseils en égalité des sexes et en éducation de base aux adultes. Offre des services directs tels que la formation, la recherche et la gestion de projets à des organismes comme l'ACDI et USAID.

**Programmes choisis**

Mission commerciale des femmes d'affaires à Washington (1997), Sommet commercial des femmes Canada-États-Unis (1999) et mission NEXAS en Argentine (1999)

**Avantages**

« J'étais nouvelle en affaires en 1997.

La mission à Washington a donc été instructive et m'a enseigné comment penser en femme d'affaires. Le Somme 1999 a été extrêmement profitable, ce m'a permis d'élargir mon réseau de contacts et de trouver un stagiaire pour aider mon entreprise à prendre l'expansion. La mission NEXAS Argentine à l'automne de 1999 a été très utile. L'ambassade avait pris 12 rendez-vous pour moi, et je sais maintenant que je pourrais bien faire des affaires avec 10 des personnes rencontrées. »

**Ce que j'en pense**

« Les missions commerciales permettent de nouer des contacts et d'obtenir des renseignements qu'on ne trouverait ailleurs. J'ai beaucoup profité du programme NEXAS et j'ai été littéralement séduite par l'Argentine. Il y a des possibilités énormes pour les Canadiens dans tous les secteurs. »

**Conseils à suivre**

« Plus vous vous inscrivez tôt à une mission commerciale, plus vous avez le temps de vous préparer. Ne vous attendez pas que l'ambassade du Canada fasse tout pour vous. Je ne saurais trop insister sur l'importance des contacts personnels. C'est beau faire toutes les études de marché qu'on veut, les gens réagissent tout de même mieux quand on les rencontre en personne. Puis, pour assurer le suivi, servez-vous d'Internet. Le suivi est peut-être la partie la plus difficile, parce que les tâches quotidiennes deviennent très accaparantes. Réservez une heure par jour ou par semaine. »

**NEEF – Nouveaux exportateurs aux États frontaliers**

**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le NEEF est un programme de sensibilisation aux exportations sur le marché américain, offert conjointement par les partenaires d'Équipe Canada, afin d'accroître le nombre d'exportateurs actifs aux États-Unis.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Des renseignements pratiques sur l'exportation et un contact direct, grâce aux missions commerciales, avec les marchés des États frontaliers américains.

**POUR INFORMATION :** John Kern – Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : (613) 944-8823, fax : (613) 944-9119, [john.kern@dfait-maeci.gc.ca](mailto:john.kern@dfait-maeci.gc.ca) [www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/neef-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/neef-f.asp)

**NEXAS – Nouveaux exportateurs vers l'Amérique du Sud**

**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le NEXAS est un programme de mission commerciale unique en son genre qui offre une formation et une préparation au Canada, suivie d'une mission à l'étranger de cinq jours. Durant cette mission, des rendez-vous d'affaires personnalisés permettent aux représentants de petites et moyennes entreprises canadiennes de découvrir les débouchés qui existent sur le marché sud-américain.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Des possibilités de réseautage et des rendez-vous personnalisés et ciblés avec des agents, des décideurs ou des partenaires éventuels choisis par des délégués commerciaux qui connaissent bien le marché.

**POUR INFORMATION :** Leslie Scanlon – Direction de l'Amérique du Sud, MAECI, tél. : (613) 944-2419, fax : (613) 943-8808 [leslie.scanlon@dfait-maeci.gc.ca](mailto:leslie.scanlon@dfait-maeci.gc.ca) [www.infoexport.gc.ca/nexas-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/nexas-f.asp)

**Conseils à suivre**

« Participez à des missions commerciales — les missions sectorielles sont les meilleures — mais assurez-vous de demander si des rencontres sont prévues et tentez d'en organiser par vous-même. » **Bianca Battistini, présidente, Can-Am Export Services Inc, Beauville (Qc.)**

« Quand vous vous lancez sur de nouveaux marchés, demandez à un représentant du gouvernement canadien de vous accompagner à vos rendez-vous, afin d'accroître votre crédibilité et de montrer que le gouvernement vous appuie. Parfois, cela peut ouvrir des portes. » **Moya Cahill, présidente, Pan-Maritime Export Services Inc, St. John's (N.-N.)**

**Préparez-vous en ligne**

Un nouvel outil commode — la Mission commerciale en ligne (MCEL) — est actuellement à l'essai pour vous aider à vous préparer à une mission commerciale et optimiser les retombées de votre participation. Dans un seul site Web convivial, la MCEL réunit tous les éléments nécessaires pour communiquer avec les autres participants, les fonctionnaires de même vos homologues dans le pays où se déroulera la mission.

**POUR INFORMATION :** Elizabeth Lahey, MAECI, tél. : (613) 992-8050; ou visitez [www.infoexport.gc.ca/olm-mcel](http://www.infoexport.gc.ca/olm-mcel)

**Vous ne pouvez pas vous déplacer? Faites un voyage virtuel!**

Avant d'investir temps et argent dans une mission à l'étranger, faites travailler votre souris. Un seul « clic » suffit pour vous faire découvrir une mission commerciale virtuelle comme si vous y étiez. Branchez-vous sur le NEEF virtuel [www.insanetech.com/virtualneef](http://www.insanetech.com/virtualneef). À venir : un CD-ROM présentant une mission de A à Z, pour celles qui ne peuvent y participer en raison des coûts ou de la distance.

4 Supplément – CanadExport

**Gail Gabel**  
**ESL Environnement**  
**Victoria (C.B.C.)**  
**gabel@esl.com**  
 Marchés d'exportation : États-Unis  
 Ventées annuelles : 1 000 000 \$  
 Exporte depuis : 10 ans  
 Principaux marchés : Amérique du Nord  
**Description :** Société de technologies environnementales et de contrôle de la pollution.  
**Programmes :** PARI (1998), d'Équipe Canada (1998)

**Conseils à suivre**  
 « Soyez très professionnels en affaires, rendez-vous à l'heure, soyez à l'écoute, soyez courtois. »  
**Magnolia**  
**feminin**

**À propos**  
 1. Rendez-vous à l'heure  
 2. Déterminez vos objectifs  
 3. Analysez le marché  
 4. Nécessaire d'être préparé  
 Tiré de l'ouvrage  
 T. 88

« Il est important de rester **en contact** avec les membres de sa famille quand on **voyage.** »

Des exportations réussies (Brevin, 2000)



**Gail Gabel, présidente-directrice générale**  
**ESI Environmental Sensors Inc.**  
**Victoria (C.-B.)**  
[ggabel@esica.com](mailto:ggabel@esica.com)

Marchés d'exportation : plus de 35 pays  
Ventes annuelles : Près de 5 millions \$  
Ventes à l'exportation : 95 %  
Exporte depuis : 26 ans  
Principaux marchés : Europe, Japon et Amériques

**Description**

Société d'ingénieurs-conseils de haute technologie, spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution de capteurs de variables d'environnement et d'instruments utilisés dans le contrôle de précision de l'eau (présence et mouvement). [www.esica.com](http://www.esica.com)

**Programmes choisis**

PARI (1995) et mission commerciale d'Équipe Canada en Amérique du Sud (1998)

**Résultats**

« Le PARI nous a donné des conseils techniques, du financement et des contacts. Nous avons obtenu du financement dans le cadre de ce programme à un tournant de la mise au point de notre technologie : nous faisons de la recherche de pointe dans des domaines que la plupart des sources de financement ne comprenaient pas. Durant la mission commerciale en Amérique du Sud, je me suis renseignée sur les formalités douanières, les règlements à l'importation et l'association commerciale du MERCOSUR en Amérique du Sud, où j'ai réalisé un chiffre d'affaires d'au moins 200 000 \$ depuis 1998. »

**Ce que j'en pense**

« Le PARI est l'un des programmes gouvernementaux les plus efficaces, sinon le meilleur, à l'appui des sciences et de la technologie au pays. Il est bien connu, bien géré et extrêmement équitable. Puis le niveau de compétence des gens qui nous aident est exceptionnel. »

**Conseils à suivre**

« Trouvez un mentor, pas nécessairement une femme. Il y a tant de façons de découvrir qui fait quoi dans sa région. Des programmes comme le PARI comptent sur du personnel efficace, qui peut vous mettre en contact non seulement avec des spécialistes du gouvernement, mais aussi avec d'autres personnes-ressources utiles. »



**Lee McDonald, présidente-directrice générale**  
**Southmedic Inc.**  
**Barrie (Ont.)**  
[lmcdonald@southmedic.on.ca](mailto:lmcdonald@southmedic.on.ca)

Marchés d'exportation : 45 pays  
Ventes à l'exportation : 60 %  
Nombre d'employés : 60  
Exporte depuis : 16 ans  
Principaux marchés : États-Unis et Europe

**Description**

Conçoit, fabrique, assemble et distribue des composantes d'anesthésie de haute qualité. [www.southmedic.on.ca](http://www.southmedic.on.ca)

**Prix**

Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, catégorie « Compétitivité internationale » (1997) et Prix du Leadership du Business Women's Network (1998)

**Missions commerciales**

Mission commerciale d'Équipe Canada en Amérique du Sud (1998) et mission de promotion du commerce en Italie (1998)

**Résultats**

« Ça a marché! Les rencontres individuelles et les services des interprètes durant les missions ont permis de communiquer le plus possible. J'ai aussi profité des renseignements sur le marché fournis par les consulats du Canada ainsi que des connaissances sur les pratiques commerciales de ces pays. »

**Ce que j'en pense**

« Je ne crois pas qu'on fasse la distinction entre les hommes et les femmes en affaires. Pour moi, ce qui importe, c'est une vraie représentation des entreprises selon les divers secteurs. Ces missions m'ont fait rencontrer des présidents et des propriétaires de sociétés qui ont beaucoup plus d'expérience que moi sur les marchés d'exportation et de qui j'ai beaucoup appris... même en discutant simplement dans l'avion. »

**Conseils à suivre**

« Tenez compte dans votre budget de ce qu'il en coûte pour rester en contact avec votre famille. C'est un poste de dépense qui fait partie intégrante des affaires à l'étranger. Téléphonnez souvent à la maison et envoyez de nombreux courriels; prévoyez même un budget plus généreux pour les déplacements afin de rentrer plus vite au pays. Rappelez-vous que vos enfants iront bien tant qu'ils seront tenus informés et que leur monde restera stable. Ayez à la maison quelqu'un qui peut maintenir cette stabilité. »

**Conseils à suivre**

« Soyez très sensible aux différences culturelles et sachez comment on fait des affaires dans d'autres pays. Quand vos interlocuteurs verront que vous êtes renseignée, ils vous respecteront. » **Rossana Magnotta, vice-présidente exécutive, Magnotta Winery Corp, Vaughan (Ont.)** — Lauréate du Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, catégorie « Innovation » (1999)

« Soyez attentive aux différences culturelles, même entre le Canada et les États-Unis. Les Américains sont plus pragmatiques et décident plus rapidement. Soyez prête à réagir rapidement lorsque des débouchés se présentent aux États-Unis. » **Dorothy Riddle, présidente-directrice générale, Growth Consultants Inc., Vancouver (C.-B.)**

**À Rome, faites comme les Romains**

1. Renseignez-vous sur la façon dont l'histoire et la religion influent sur les pratiques commerciales dans les marchés que vous visez. Les coutumes peuvent donner des rôles différents aux hommes et aux femmes, alors mieux vaut plus de conservatisme et de formalités que pas assez.
2. Définissez les résultats attendus par écrit et soyez plus explicite que d'habitude quand vous faites affaire avec des gens d'autres cultures.
3. Attendez-vous à des imprévus. Ajoutez un tiers de plus au temps que vous pensez nécessaire lorsque vous négociez sur un nouveau marché, puisqu'il est très important d'y créer des liens. Et prévoyez une forte marge financière pour les imprévus.

Tiré de **L'atelier sur les aspects culturels pour les exportatrices**, une série d'ateliers offerts par la Société pour l'expansion des exportations, en 1999. Composez le 1 800 850-9626 pour des renseignements sur d'autres programmes.

**PARI – Programme d'aide à la recherche industrielle**

**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le PARI est un réseau national de conseillers en technologie industrielle (scientifiques et ingénieurs) qui aident les petites et moyennes entreprises dans des activités de R-D visant à transformer de bonnes idées en des produits et services commercialement viables.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Un accès à de l'aide technique, des ressources et des installations, ainsi qu'à des services de commercialisation, de gestion et de financement — dont du financement à frais partagés pour des projets techniques novateurs.

**QUI EST ADMISSIBLE :** Les petites et moyennes compagnies constituées en personne morale qui possèdent une expérience technique reconnue.

**POUR INFORMATION :** Conseil national de recherches, 1 877 994-4727 [www.irap.nrc.ca/pari](http://www.irap.nrc.ca/pari)

**Mission commerciale d'Équipe Canada**

**DE QUOI S'AGIT-IL :** La mission commerciale d'Équipe Canada est un partenariat entre les entreprises et les gouvernements qui cible des secteurs particuliers pour des missions commerciales dans certains pays. La mission a pour but d'aider les Canadiens à accroître leurs exportations en ouvrant la porte à de nouvelles occasions d'affaires.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Un accès à des dirigeants politiques et des chefs d'entreprise étrangers; une aide pour accélérer la négociation de marchés jusqu'à l'étape de la signature ainsi que des contacts avec d'autres entreprises canadiennes qui œuvrent sur des marchés semblables.

**QUI EST ADMISSIBLE :** Les sociétés de services ou fabricants canadiens ayant un solide dossier d'antécédents d'exportation et d'investissement dans la région visitée, ou ayant fait preuve d'une capacité de réaliser des activités d'exportation ou de collaboration industrielle sur des marchés étrangers.

**POUR INFORMATION :** [www.tcm-mec.gc.ca/what-f.asp](http://www.tcm-mec.gc.ca/what-f.asp)

Supplément — CanadExport 5

« C'est un tour de montagnes russes... mais c'est le **meilleur tour** que vous ferez de votre vie! »



**Catherine Karnes Munn,**

présidente

**Catherine Karnes Munn Collection  
Fredericton (N.-B.)**

**knobhill@nbnet.nb.ca**

Ventes annuelles : 3,6 millions \$

Ventes à l'exportation : 10 %

Exporte depuis : 4 ans

Marchés d'exportation : États-Unis et Japon

**Description**

Fabrique et distribue des articles cadeaux. Produit 1 000 tirages limités et d'autres produits. [www.karnes-munn.com](http://www.karnes-munn.com)

**Programmes choisis**

NEEF et NEXOS (Japon)

**Résultats**

« J'ai beaucoup appris sur les douanes et la réglementation grâce à la mission NEEF. Ce programme couvre tous les éléments de base. On en revient tellement motivée et inspirée. Ils font réaliser qu'il y a un chemin à suivre et que si on le suit, on peut réussir. »

**Leçon tirée**

« On ne peut pas s'attendre à percer sur tout le marché américain d'un seul coup. Choisissez une région, et donnez-vous deux ans pour y réussir. Il faut du temps pour se tailler une place là-bas. »



**Suzanne Goupil, présidente**

**ABRAFAB Inc.**

**Drummondville (Qc)**

**abrafab@qc.aira.com**

Ventes annuelles : 5 millions \$

Ventes à l'exportation : 35 %

Exporte depuis : 4 ans

Marché d'exportation : États-Unis

**Description**

Fabrique des abrasifs spécialisés : les industries des métaux et l'aérospatiale. [www.abrafab.com](http://www.abrafab.com)

**Programmes choisis**

NEXPRO, PDME et missions commerciales des femmes d'affaires (Washington, Los Angeles et Toronto)

**Résultats**

« Le programme NEXPRO constitue un bon point de départ pour se renseigner sur les exportations et comprendre comment faire. Tous ces programmes sont très utiles, de gros investissements étant nécessaires avant de passer à l'exportation. »

**Conseils à suivre**

- Utilisez les programmes de soutien gouvernemental pour atteindre vos objectifs plus rapidement en risquant moins.
- Soyez organisée et prête à faire face à un échec.



**Robin Saunders, présidente**

**North American Speciality Papers Inc.**

**Hemmingford (Qc)**

**NASpeciality@msn.com**

Ventes annuelles : Plus de 1 million \$

Ventes à l'exportation : 90 %; Exporte depuis : 7 ans

Marchés d'exportation : Indonésie, Afrique, Amérique centrale, Islande et Fidji

**Description**

Fabricant et revendeur de papier.

**Programmes choisis**

WIN Exports et mission commerciale des femmes d'affaires (Washington)

**Résultats**

« Je me suis trompée en pensant que les acheteurs consulteraient pas la base de données WIN Exports pour trouver des fournisseurs. J'ai signé un contrat et trouvé des occasions d'affaires potentielles grâce à cet outil. »

**Leçon tirée**

« Nous pensons pouvoir tout faire, mais ce n'est pas le cas. Faites appel aux délégués commerciaux et à toutes les ressources disponibles. »

**Conseils à suivre**

- Débordez d'énergie, soyez positive et assurez un suivi.

**NEXPRO — Programme de formation et d'orientation des nouveaux exportateurs**

**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le NEXPRO est un programme de formation novateur à l'intention des petites et moyennes entreprises qui ont un bon potentiel d'exportation, mais qui ne possèdent pas les connaissances et l'expérience nécessaires pour exporter en toute confiance. NEXPRO vise à les aider à mieux connaître le processus d'exportation, à élaborer un plan d'exportation réaliste et à mettre en œuvre leur propre stratégie d'exportation.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Des ateliers, tables rondes, discussions et consultations individuelles, de même que de l'aide pour mettre en œuvre une stratégie d'exportation.

**POUR INFORMATION :** Banque de développement du Canada - 1 (800) 463-6232 [www.bdc.ca](http://www.bdc.ca)

**NEXOS — Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers**

**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le NEXOS est un programme éducatif spécial, comportant des missions qui présentent de nouveaux marchés européens aux exportateurs. Habituellement organisées autour d'une foire nationale ou internationale, ces missions ont pour but d'aider les participants à décider s'ils veulent approfondir leur percée sur des marchés européens et à leur montrer comment y parvenir.

**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Des renseignements détaillés sur l'accès aux marchés, les caractéristiques des marchés, les procédures douanières, l'expédition, les circuits de distribution, la réglementation des changes, grâce à des séances d'information sur la façon de trouver des agents ou des distributeurs et des ateliers sur les stratégies pour établir une distribution et réaliser des ventes.

**POUR INFORMATION :** Emmanuel Skoulas - Section pour l'expansion du commerce en Europe, MAECI, tél. : (613) 995-6565, fax : (613) 944-1008 [emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca](mailto:emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca) [www.infoexport.gc.ca/nexos-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/nexos-f.asp)

**Conseils à suivre**

« Ne vous laissez pas séduire par de faux encouragements à vous installer dans une région en particulier. Il y a peut-être une bonne raison pour laquelle personne ne veut s'y installer. Si vous ne voyez pas pourquoi vous iriez là-bas, n'y allez pas. » **Andrina Lever, présidente, Lever Enterprises, Toronto (Ont.), et directrice générale du Sommet commercial des femmes Canada-États-Unis (1999).**

« Selon l'endroit où vous vous trouvez, n'hésitez pas à demander pourquoi vos expédiez vos produits à Vancouver alors que ce serait moins cher de les expédier à Boston. Parfois, il est plus facile d'exporter vers un marché étranger qui se trouve à proximité que de vendre ses produits à l'autre bout du pays. » **Barbara Orser, chercheuse principale, Rapport Beyond Borders**

**À qui s'adresser pour obtenir du financement à l'exportation?**

- Entreprise autochtone Canada : (613) 954-4064, [www.abc.gc.ca](http://www.abc.gc.ca)
- Agence de promotion économique du Canada atlantique : 1 800 561-7862, [www.apec.gc.ca](http://www.apec.gc.ca)
- Banque de développement du Canada (BDC) : 1 888 463-6232, [www.bdc.ca](http://www.bdc.ca)
- Corporation commerciale canadienne (CCC) : 1 800 748-8191, [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)
- Société pour l'expansion des exportations (SEE) : 1 800 850-9626, [www.edc-see.gc.ca](http://www.edc-see.gc.ca)
- Développement économique Canada : (514) 283-6412, [www.dec-ced.gc.ca](http://www.dec-ced.gc.ca)
- Banques à charte et institutions financières

Pour obtenir un exemplaire gratuit du **Guide de l'exportation pour les petites entreprises**, qui comprend des renseignements sur les sources d'aide et de financement, communiquez avec la Banque Royale au 1 800 769-2570.

« Que vous soyez un **homme** ou une **femme**, cela n'a aucune importance. Je ne m'attends pas à être traitée **différemment** parce que je suis une femme. »



**Nancy Nightingale**,  
propriétaire-directrice  
**Kho-La-Cha Coast Salish Handicrafts**  
North Vancouver (C.-B.)

**khola@ibm.net**  
Site Web : [http://abc.gc.ca/traditions/frankfurt\\_96/francais/khola-f.html](http://abc.gc.ca/traditions/frankfurt_96/francais/khola-f.html)

Exporte depuis : 10 ans  
Ventes à l'exportation : 30 %  
Marchés d'exportation : États-Unis, Europe, Australie, Nouvelle-Zélande et Japon

**Description**  
Boutique de cadeaux de la réserve de la nation squamish. Offre des œuvres

d'art et des objets d'artisanat réalisés par des artistes et des artisans autochtones de la Colombie-Britannique.

**Missions**  
Allemagne (1996) et Sommet commercial des femmes Canada-États-Unis (1999)

**Le plus gros avantage**  
« La mission en Allemagne a été l'une des étapes qui m'ont permis de devenir exportatrice. En y participant, j'ai également eu l'impression de payer la voie à d'autres entreprises et artistes autochtones. »

- Conseils à suivre**
- Faites des recherches approfondies sur les pays et les régions où vous voulez vendre vos produits et ne vous fiez pas seulement aux conseils de quelques personnes.
  - Envisagez la possibilité de participer à une mission commerciale dans le cadre de vos recherches.
  - Soyez prête à répondre à une hausse de la demande pour votre produit.
  - Soyez à l'affût des débouchés à l'exportation qui existent dans Internet. Vous y trouverez toutes sortes d'information et de liens utiles.



**Nancy Knowlton**,  
présidente-directrice générale  
**SMART Technologies Inc.**  
Calgary (Alb.)

**nancyknowlton@smarttech.com**  
Ventes annuelles : plus de 50 millions \$  
Ventes à l'exportation : 97 %  
Exporte depuis : 10 ans  
Marchés d'exportation : 45 pays

**Description**  
Conçoit des logiciels et des outils matériel, comme des babillards interactifs, permettant à des groupes d'avoir accès à des renseignements et de les échanger. Ces produits facilitent les

réunions, l'enseignement, la formation et les présentations. [www.smarttech.com](http://www.smarttech.com)

**Prix**  
Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, catégorie « Exportations » (1999)

**Programmes choisis**  
Diversification économique de l'Ouest et PDME

**Le plus gros avantage**  
« Le programme de Diversification économique de l'Ouest nous a bien aidés en subventionnant les salaires de trois jeunes diplômés que nous avons embauchés pour nous aider à exporter. »

- Conseils à suivre**
- Faites affaire avec des distributeurs dans tous les pays; ils connaissent les particularités locales et peuvent assurer une transition en douceur. Cherchez des gens qui auront des liens étroits avec votre produit, qui comprennent bien le marketing — pas seulement les ventes — et qui sont assez stables financièrement pour commercialiser votre produit et vous payer.
  - Rencontrez le personnel de l'ambassade du Canada chaque fois que vous allez à l'étranger. Il est absolument essentiel de se servir des ressources en place.



**Suzanne Lebel**, présidente  
**Genomics One Corp.**  
Laval (Qc.)  
**slebel@genomicsone.com**  
Exporte depuis : 3 ans; Ventes à l'exportation : 95 %  
Marchés d'exportation : 42 pays

**Description**  
Conçoit et commercialise des plates-formes technologiques habilitantes en vue de stimuler la recherche en génomique et en thérapeutique. [www.GenomicsOne.com](http://www.GenomicsOne.com)

**Programmes choisis**  
IDÉE-PME (BDC), PARI et missions commerciales des femmes d'affaires (Washington et Toronto)

**Le plus gros avantage**  
« Ils nous ont aidés à définir notre stratégie de marché et à créer des réseaux de distribution dans le monde entier. Cela s'est avéré formidable pour notre croissance. J'ai également été très impressionnée par les femmes d'affaires que j'ai rencontrées durant les missions commerciales. Elles sont devenues des modèles et m'ont vraiment encouragée à réaliser mon projet. »

- Conseils à suivre**
- Utilisez les programmes gouvernementaux et les connaissances des délégués commerciaux. Vous économiserez temps et argent.
  - Travaillez avec un spécialiste des stratégies de marché pour créer le bon réseau de distribution — celui qui se trouve au bon endroit, au bon moment et avec les bonnes personnes. Vous y consacrerez peut-être une partie de vos profits, mais vous avez de meilleures chances d'avancer.

**Conseils à suivre**  
est essentiel de s'allier à de vrais bons partenaires et de pouvoir faire appel à des agents aux quatre coins du monde par l'entremise de ces partenaires. » **Kim Sturgess**, présidente-directrice générale, **Magnetic Bearings Inc.**, Calgary (Alb.)

appel aux réseaux et aux associations de femmes sur les marchés étrangers pour trouver des clients. Vous pouvez commencer dès maintenant en visitant le site Web [www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp). » **Laraine Kaminsky**, présidente, **Malkam Consultants Ltd.**, Ottawa (Ont.)

**Le saviez-vous?**  
Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre des services d'assurance-crédit à l'exportation qui protègent les exportateurs jusqu'à concurrence de 90 % des pertes lorsque les acheteurs étrangers ne paient pas. La police d'assurance peut aussi servir de garantie pour obtenir du financement bancaire supplémentaire. Pour information : 1 800 850-9626 [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca)

**Vous souhaitez accéder au financement à l'exportation?**  
Consultez **Beyond the Banks: Creative Financing for Canadian Entrepreneurs**, par Allan Riding et John Orser (Wiley, 1997). Cet ouvrage est un guide pratique sur la façon d'obtenir du capital. [www.chapters.com](http://www.chapters.com)

Consultez le site Web [www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp) pour de plus amples renseignements sur les exportatrices et les programmes dont il est question dans ce supplément.

**PDME — Programme de développement des marchés d'exportation**  
**DE QUOI S'AGIT-IL :** Le PDME est un programme de développement des marchés internationaux visant à accroître les ventes à l'exportation. Il réduit les risques liés à l'entrée sur un marché étranger en partageant les coûts d'activités de recherche et de développement. Les petites entreprises ne peuvent normalement pas entreprendre seules.  
**CE QUE VOUS POUVEZ EN OBTENIR :** Le plus souvent de l'aide pour mettre en œuvre un plan de commercialisation simple afin de pénétrer un marché international ou encore un appui financier pour préparer des soumissions et des propositions en vue de grands projets d'immobilisations à l'étranger.  
**POUR INFORMATION :** Cathy White, Direction du développement des exportations - MAECI, tél. : (613) 996-8715, fax : (613) 995-5773, [cathy.white@dfatf-maeci.gc.ca](mailto:cathy.white@dfatf-maeci.gc.ca), [www.infoexport.gc.ca/pemd-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/pemd-f.asp)

**WIN Exports — Réseau mondial d'information sur les exportations**  
Vous pouvez être informée de débouchés éventuels à l'exportation en vous inscrivant dans la base de données WIN Exports. Les délégués commerciaux se servent de WIN Exports pour promouvoir les capacités des entreprises canadiennes qui exportent déjà ou sont prêtes à exporter. Demandez un formulaire d'inscription en envoyant une télécopie au 1 800 667-3802 ou en téléphonant au 1 800 551-4946.

« C'est un **avantage** d'être à la fois exportatrice et **canadienne.** »

Des exportatrices chevronnées



**Gail Dexter Lord**, présidente  
**LORD Cultural Resources  
 Planning & Management**  
 Toronto (Ont.)  
 glord@lord.ca  
 Exporte depuis : 15 ans  
 Ventes à l'exportation : 80 %  
 Marchés d'exportation : 17 pays

#### Description

Entreprise internationale de planification qui œuvre auprès de musées et de centres culturels. Compte des bureaux au Canada, aux États-Unis, en Angleterre, en Europe et en Asie. [www.lord.ca](http://www.lord.ca)

#### Pourquoi exporter?

« Dès le départ, nous avons adopté une approche internationale. Le Canada est un petit marché et nous ne serions pas en affaire si nous n'exportions pas. Les activités internationales nous caractérisent. »

#### Programme et service choisis

PDME et SEE

#### Résultats

« Nous avons utilisé le PDME dès le début. C'est très utile quand on est petit et que les coûts de commercialisation internationale sont prohibitifs — notamment pour se déplacer en compagnie d'une équipe de saumissionnaires ou exposer à une foire commerciale internationale. Nous faisons beaucoup affaire avec la SEE, que nous trouvons très précieuse, parce que son programme d'assurance nous a permis de financer notre marge de crédit à la banque. Le personnel de la SEE est formidable — il sait nous appuyer et est très bien informé. »

#### Défis

« Dans un grand nombre de cultures, il est inconcevable que le président d'une entreprise soit une femme. Essayez de comprendre cette réalité, n'imposez pas vos valeurs et ayez le sens de l'humour. »

#### Conseils à suivre

« Parlez avec les gens d'affaires dans les avions. C'est une excellente façon d'apprendre toutes sortes de choses, comme les noms de bons fournisseurs et conseillers professionnels. »

#### En terminant

« En tant que femme, vous savez probablement écouter, et c'est la première qualité pour réussir à l'échelle internationale. Ajoutez-y la modestie naturelle des Canadiens qui font le tour du monde en cherchant vraiment à comprendre comment les autres s'y prennent. Les débouchés sont gigantesques et les avantages pour nous le sont tout autant. »



**Moya Cahill**, présidente  
**Pan-Maritime Energy Services Inc.**  
 St. John's (T.-N.)  
 mcahill@panmaritime.nf.ca  
 Ventes à l'exportation : 4 millions \$  
 Exporte depuis : 5 ans  
 Ventes à l'exportation : 15 %  
 Marché d'exportation : Amérique du Sud

#### Description

Entreprise d'ingénierie spécialisée dans l'industrie du forage pétrolier et gazier en mer.

#### Prix

Prix canadien de l'entrepreneuriat féminin de l'année, catégorie « Démarrage » (1994) et Prix Top 40 under 40 (1998)

#### Mission

Mission d'Équipe Canada en Amérique du Sud (1998)

#### Avantages

« Ce fut une expérience concrète, très fructueuse. J'ai gagné en crédibilité tout en élargissant mon réseau de contacts en Amérique du Sud et au Canada. J'ai obtenu du travail et je reste en contact avec des collègues de la mission. »

#### Conseils à suivre

« Faites comme si tout le monde était sur un même pied d'égalité et ne vous souciez pas du fait que vous êtes une femme. Dès que vous commencez à penser et à parler en faisant une différence entre les hommes et les femmes, vos interlocuteurs masculins se sentent mal à l'aise. Concentrez-vous sur les affaires, sur le message à passer et sur le marketing. »

#### Ce que j'en pense

« Les missions commerciales d'Équipe Canada sont vraiment imbattables. Elles sont excellentes pour le réseautage, et ce, non seulement pour les contacts nord-sud dans le cas de l'Amérique du Sud, mais aussi pour les contacts est-ouest au Canada. Je les recommande à toutes. C'est une occasion formidable de prendre conscience des capacités canadiennes dans l'industrie et de notre réputation à l'étranger! Ces missions nous rendent fiers d'être canadiennes. »

## Une mission commerciale? Pourquoi pas!

- « Faites-vous connaître auprès des fonctionnaires fédéraux et provinciaux. » **Moya Cahill (T.-N.)**
- « Participez à des réseaux différents, qu'il s'agisse du Centre de commerce mondial de Montréal, du Centre de commerce mondial de Toronto, ou du Board of Trade de Vancouver. » **Bianca Battistini (Qc)**
- « Adhérez à des associations de femmes d'affaires ou à des associations sectorielles et vous serez au courant de ce qui se passe tout autour. C'est pour cette raison que le réseautage est si important. » **Dana Peebles (Ont.)**
- « Nouez des liens d'affaires et participez à des réseaux si vous êtes Autochtone, parce que c'est souvent sur recommandation que de nombreuses entreprises autochtones sont proposées pour participer à des programmes gouvernementaux. » **Beverley O'Neil (C.-B.)**
- « Devenez membre de la chambre de commerce locale si vous vous trouvez hors des centres urbains et consultez les babillards dans les bibliothèques et les collages de votre région. » **Barbara Mowat (C.-B.)**

## Restez branchée

Adhérez à Women in International Trade — Ontario, la première section canadienne de l'Organization of Women in International Trade (OWIT) qui compte plus de 5 000 membres dans le monde. Pour information : Sandra Anstey, présidente, tél. : (416) 979-1792, [anstey@istar.ca](mailto:anstey@istar.ca) [www.owit.org](http://www.owit.org)

## De l'aide pour que vous fassiez plus d'affaires à l'étranger

Consultez le **Business Women's Network Directory 2000** où vous trouverez les profils de 4 000 organisations d'affaires et professionnelles qui regroupent des femmes aux États-Unis, au Canada et ailleurs dans le monde. Cela facilitera votre réseautage et votre marketing. Pour information : BWN, tél. : (202) 466-8212 [www.BWNI.com](http://www.BWNI.com)

## Personnes-ressources

Supplément publié par les Services à l'exportation pour les petites et moyennes entreprises, MAECI

Directrice : **JoAnna Townsend (613) 944-0017** [JoAnna.Townsend@dfait-maeci.gc.ca](mailto:JoAnna.Townsend@dfait-maeci.gc.ca)

Conseillère en commerce international : **Elizabeth Lahey (613) 992-8050** [Elizabeth.Lahey@dfait-maeci.gc.ca](mailto:Elizabeth.Lahey@dfait-maeci.gc.ca)

Rédactrice : **Susan Baka**  
 Bay Communications [sbaka@interlog.com](mailto:sbaka@interlog.com)

Collaboratrice : **Beverley O'Neil (C.-B.)**  
 D'Neil Marketing & Consulting [bevonel@netcom.ca](mailto:bevonel@netcom.ca)

Conception : **Nora Camps**  
 Duo Strategy & Design Inc. [ncamps@duo.ca](mailto:ncamps@duo.ca)

Collaboratrice : **Diane Lemelin (Qc)**  
 Communications Services Conseil [diane.lemelin@sympatico.ca](mailto:diane.lemelin@sympatico.ca)



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Department of Foreign Affairs and International Trade

Silicon  
 israélien  
 de lien  
 que le  
 géogr  
 neurs  
 faire e  
 servic  
 vent c  
  
 La pr  
 15 ag  
 parta  
 un se  
 pour  
 servi  
 de ré  
 site  
 que  
 Prot  
 satic  
 gner  
 à l'a  
 etc.  
 chal  
 che  
 de p

V  
 d  
 g  
 f  
 U  
 II  
 c  
 p  
 c  
 (

C'est toute une « connexion »! ProtoCall 24-hour Call Centre Inc., de St. John's (Terre-Neuve), a obtenu un contrat à Silicon Valley avec la filiale d'une société israélienne. Ce contrat représente beaucoup de liens à travers le monde, mais montre que les affaires ne sont plus limitées par la géographie, et prouve que des entrepreneurs qui ont de l'assurance et du savoir-faire et qui sont en mesure d'offrir des services respectant des normes élevées peuvent obtenir des contrats internationaux.

La présidente, M<sup>me</sup> Judy Reid, qui emploie 15 agents sur « Le Rocher », a des clients partout au Canada auxquels elle fournit un service spécialisé d'appels sans frais pour les commandes par catalogue, un service d'assistance technique, un service de réponse aux courriels envoyés sur un site Web et une foule d'autres services que peut assurer un centre d'appels. ProtoCall s'occupe aussi de commercialisation externe — demandes de renseignements après vente, enquêtes réalisées à l'aide de l'internet, listes d'expédition, etc. M<sup>me</sup> Reid vend de l'efficacité et de la chaleur humaine, qualités très répandues chez les Terre-Neuviens. Et elle fait preuve de perspicacité pour vendre ces atouts.

Lors de sa participation à deux missions commerciales de femmes d'affaires, une à Washington en novembre 1997 et l'autre à Los Angeles en mars 1999, elle cherchait des clients aux États-Unis. En Californie, elle a trouvé Trivnet.

israélienne font partie des possibilités croissantes qui se présentent dans le domaine du commerce électronique. Nous fournissons à WISP des services de soutien 24 heures sur 24 afin d'assurer un service sans problème à ses clients

# Une entreprise de Terre-Neuve trouve un nouveau client



**ProtoCall**  
24 Hour Call Centre Inc.

Cette société de Silicon Valley est une pionnière dans les services liés au commerce électronique; elle fournit, au moyen d'un programme appelé WISP (with Internet service provider), une méthode de paiement des achats en direct qui offre aux acheteurs la sécurité d'un achat réalisé sans divulguer de renseignements sur leur carte de crédit, en introduisant un numéro d'utilisateur et un mot de passe déjà enregistrés. « La société californienne et la société-mère

partout dans le monde », déclare M<sup>me</sup> Reid.

Elle estime que les conseils qu'elle a reçus du Centre du commerce international de Terre-Neuve, de la Direction des services à l'exportation pour les PME du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à Ottawa et du consulat général du Canada à Los Angeles lui ont permis de cibler ses activités de commercialisation.

Voir page 23 - ProtoCall

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral des États-Unis?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.canadianembassy.org](http://www.canadianembassy.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

## Le marché hospitalier des États-Unis

(Suite de la page 12)

le Parent Channel destiné aux services de maternité et de pédiatrie et Healthtv pour les services de cancérologie, de cardiologie et de médecine générale.

« Le contenu de nos émissions vidéo produites numériquement peut être utilisé dans d'autres applications en TI et il peut aussi être imprimé facilement. Les émissions de HTS sont bien positionnées en attendant que la diffusion en temps réel soit plus répandue », déclare M<sup>me</sup> Kastner.

Elle discute maintenant d'alliances possibles avec plusieurs sociétés implantées sur l'internet; dans au moins un cas, il s'agit d'une prise de contact réalisée avec l'aide de M. Brantley Haigh, agent de l'expansion des affaires au consulat général du Canada à Los Angeles. « HTS s'est dotée une base solide dans un secteur prestigieux du service médical des États-Unis, déclare

M. Haigh. Nous nous attendons à ce que d'autres hôpitaux publics et privés étudient sérieusement les produits qu'offre cette société, compte tenu du succès qu'elle a obtenu avec l'Administration des Anciens combattants. En fait, un accès général à l'ensemble des hôpitaux et des cliniques des États-Unis pourrait devenir une réalité au moyen de la distribution par l'internet.

« Voilà une société qui offre un produit crédible et ciblé et qui est bien équipée pour commercialiser son idée aux États-Unis. Cet ensemble d'éléments est un gage de succès et nous sommes très heureux d'avoir aidé HTS sur la côte ouest. »

Pour plus de renseignements sur HTS, communiquer avec M<sup>me</sup> Kathy Kastner, directrice générale, tél.: (416) 656-2402, téléc.: (416) 654-4068, courriel: [parentv@aol.com](mailto:parentv@aol.com) ✱

**L**es malades atteints de cancer du Costa Rica bénéficieront sous peu d'un meilleur traitement grâce à une nouvelle clinique qui sera construite et équipée par des entreprises canadiennes. Répondant à un besoin urgent, cette clinique est sur le point de voir le jour au Costa Rica à la suite d'un contrat conclu entre la Corporation commerciale canadienne, le gouvernement du Costa Rica et Cancer Care International.

Lors d'une visite de deux jours au Canada au début de février, le président du Costa Rica, M. Miguel Rodriguez, a signé une lettre d'entente avec M. Douglas Patriquin, président de la Corporation commerciale canadienne (CCC), en vue

d'une collaboration entière à la mise en place du premier centre de traitement du cancer de son pays.

La séance de signature avait été précédée d'une visite du Centre régional du cancer de Toronto-Sunnybrook, l'établissement qui servira de modèle au centre de San José.

« Il nous tarde de voir ce projet aller de l'avant, a déclaré le président Rodriguez. Malgré les énormes progrès réalisés dans

« Nous sommes ravis de l'occasion qui nous est donnée de participer à l'établissement au Costa Rica d'un centre de traitement du cancer de calibre international, » de dire le président de la CCC, M. Patriquin. « Il s'agit d'un projet basé sur la connaissance, qui témoigne d'un net changement dans la nature des échanges commerciaux entre nos deux pays, jusqu'ici principalement axés sur des

## Le Canada exporte sa connaissance des soins de santé au Costa Rica

*La Corporation commerciale canadienne*

### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca) internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

le domaine des soins de santé au Costa Rica, le cancer demeure la deuxième cause de décès dans notre pays. Nous avons un urgent besoin de cet hôpital.»

La CCC et l'ambassade du Canada au Costa Rica ont fait en sorte que le gouvernement du Costa Rica et Cancer Care International (CCI) s'associent dans ce projet. Le contrat de 1,56 million de dollars américains représente une première étape dans la construction dans la capitale, San José, du nouveau centre de traitement du cancer de 40 millions de dollars américains. Le projet, qui devrait être achevé d'ici deux ans, fera appel aux services de conception et de construction d'entreprises canadiennes ainsi qu'au transfert de technologies et à l'achat d'équipement médical en provenance du Canada.

Cancer Care International est l'entreprise canadienne qui a été chargée de l'évaluation et de la première étape du projet. Comme le signale sa présidente, M<sup>me</sup> Katherine Jones, « l'expertise canadienne dans le domaine du traitement du cancer est reconnue à l'échelle internationale ».

produits tels que le blé, les engrais, le papier et les machines électriques. Ce transfert au Costa Rica de technologies



Suite à la signature de la lettre d'entente (de gauche à droite) : le président du Costa Rica, M. Miguel Rodriguez, le président de la Corporation commerciale canadienne, M. Douglas Patriquin; M. Denis Thibault, ambassadeur du Canada au Costa Rica; et le D<sup>r</sup> Rogelio Pardo Evans, ministre de la Santé du Costa Rica.

et de méthodes clés de prévention et de traitement du cancer est non seulement important en soi, mais aussi prometteur pour les futures exportations canadiennes dans les secteurs basés sur la connaissance.»

**A**lors que la région de l'Asie-Pacifique se remet de la crise financière des deux dernières années, de nouvelles possibilités voient le jour pour les entreprises canadiennes offrant des produits de qualité et dotées de solides stratégies commerciales. De nouveaux segments du marché, notamment les produits et les programmes d'enseignement canadiens,

moins vulnérables aux fluctuations économiques.

Dans un document d'information préparé pour la conférence, il est signalé qu'à l'exception des banques canadiennes, la plupart des intervenants canadiens ont tenu le coup et que quelques-uns ont tiré parti des possibilités créées par la nouvelle ouverture à l'aide étrangère. Ainsi BCI, Abitibi

Canada Investissement. Selon M. William Clarke, sous-ministre adjoint aux Affaires internationales du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, la promotion de l'investissement étranger direct dans les entreprises canadiennes est une priorité absolue, parce que l'investissement est un important facteur de productivité et d'innovation.

Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), organisme responsable de la mise en œuvre de la stratégie d'investissement coordonnée du gouvernement, travaille en collaboration étroite avec la Direction générale de l'Asie du Nord et du Pacifique et avec les missions afin d'attirer l'investissement dans des branches d'activité clés telles que l'aérospatiale, les technologies de l'information, la foresterie, les produits du bâtiment, l'industrie agro-alimentaire, l'industrie automobile, les produits chimiques et pétrochimiques, les sciences de la vie et l'industrie minière.

# Rencontre des chefs de mission : occasions dans le nord de l'Asie-Pacifique

peuvent aussi exploiter ces possibilités, en répondant au besoin de perfectionnement des connaissances techniques et humaines dans les économies qui commencent à se relever de la récession.

Au cours d'une conférence de deux jours qui a eu lieu à Ottawa à la fin de 1999, les chefs de mission des ambassades, consulats et bureaux commerciaux du Canada dans le nord de la région de l'Asie-Pacifique ont examiné les rôles que le Canada peut jouer et les possibilités s'offrant à nous dans la région. Durant la conférence, présidée par M. Joseph Caron, sous-ministre adjoint (Asie-Pacifique et Afrique), et par M<sup>me</sup> Margaret Huber, directrice générale de l'Asie du Nord et du Pacifique, divers sujets ont été abordés, notamment la manière d'attirer au Canada plus d'investissements chinois, les difficultés posées par les immigrants provenant d'Asie et comment la politique canadienne en matière de sécurité humaine peut être promue dans les pays de la région.

## Profiter des occasions

M. Raymond Chan, secrétaire d'État (Asie-Pacifique), a souligné que les Canadiens continuent de manifester un grand intérêt à l'égard de l'Asie. Toutefois, il ressort clairement de la crise financière en Asie et de ses retentissements que le Canada doit diversifier ses exportations vers cette région en les réorientant vers des produits manufacturés

Consolidated, Seagram et Magna Corp. ont acquis des participations dans des sociétés de la Corée du Sud, de la Thaïlande et de la Chine, tandis que Talisman et Gulf Canada ont investi en Indonésie. Il existe cependant de nombreuses autres occasions d'affaires dont peuvent tirer parti des entreprises qui savent s'y prendre et même des nouveaux venus ayant de bons produits et une saine stratégie commerciale.

## Vers l'avenir

Les pouvoirs publics, les entreprises et les institutions du Canada ont beaucoup investi dans la région de l'Asie-Pacifique durant les deux dernières décennies; le moment est venu d'aller de l'avant à l'aide d'une stratégie bien pensée et ciblée qui tient compte du contexte de la reprise dans chaque pays. La relance au Japon pourrait être plus lente qu'on ne l'espérait, mais ce pays continue d'offrir de très bonnes possibilités pour les Canadiens.

## Promouvoir l'investissement asiatique au Canada

On a rappelé aux chefs de mission canadiens que, dans le discours du Trône, le gouvernement a déclaré son intention de ne pas s'en tenir à la promotion des exportations canadiennes. De plus grands efforts seront déployés dans le domaine des sciences et de la technologie, et au concept d'Équipe Canada succédera celui d'Équipe

## Les réformes internationales

Le système financier international devra évoluer à la suite de la crise financière en Asie. M. Ian Bennett, sous-ministre adjoint au ministère des Finances, a traité brièvement de certaines des questions qu'examinent le G-7, le Fonds monétaire international et la Banque mondiale. Le rôle du secteur privé dans l'évolution de la structure du système financier international est l'un des nombreux sujets à l'étude.

Il faut également modifier — et parfois établir — des lois, des règlements et des politiques concernant la corruption, les programmes de retraite et de sécurité sociale et la concurrence. Dans ces domaines, le Canada a la possibilité de jouer un rôle déterminant, favorisant le dialogue nécessaire et fournissant le talent, l'expérience et le savoir-faire qui permettront d'orienter l'évolution du capital humain.

Il existe encore un potentiel considérable pour les entreprises canadiennes dans la région et, en poursuivant les efforts déployés par le gouvernement et le secteur privé, ce potentiel se concrétisera dans les mois et les années à venir.

Pour plus de renseignements, consultez [www.dfait-maeci.gc.ca/asia](http://www.dfait-maeci.gc.ca/asia) \*

**L**evy Boats and Marine, qui exploite une tendance croissante dans le secteur des bateaux de plaisance, a réalisé sa première vente internationale importante sur le marché des États-Unis.

Présente au Boston Fish Expo à la fin de l'automne 1998, avec le soutien du

nelle : douceur et silence de marche », de déclarer M. Francis avec fierté. « Tous les gens auxquels nous avons eu affaire ont fait tout leur possible pour nous aider... une expérience vraiment remarquable... un bateau impressionnant », explique son épouse Susan. Les Francis sont tellement enchantés par leur bateau qu'ils ont

sement de 3 000 pi<sup>2</sup> de leur chantier et qu'ils espèrent embaucher deux ou trois autres employés dans un proche avenir, situation typique pour ce secteur en Nouvelle-Écosse, où l'on construit des yachts de type chalutier valent entre 40 000 et plus d'un million de dollars.

### De l'aide pour un secteur en transition

« Les Levy illustrent une tendance que nous voyons se dessiner dans l'industrie des bateaux de la Nouvelle-Écosse et que nous favorisons activement, » déclare M. Tim Edwards, directeur exécutif de la NSBA. « Un grand nombre de nos membres commencent à passer à la fabrication de bateaux de plaisance et ils ont déjà du succès sur les marchés d'exportation. Notre secteur a accédé à une demande solide qui peut se maintenir. »

Industrie Canada, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, le ministère du Développement économique de la Nouvelle-Écosse et le MAECI travaillent tous à la mise en place d'une politique et de programmes en vue de promouvoir les exportations de bateaux fabriqués en Nouvelle-Écosse.

« En fait, déclare M. Levy, c'est le système de suivi de WIN Export du MAECI [qui aide le Service des délégués commerciaux du Canada à recruter des participants pour les foires commerciales et les missions] qui nous a aidés à assister à la foire de Boston. Je recommande vivement aux sociétés de s'inscrire dans la base de données WIN. »

L'an dernier, sept autres sociétés du Canada atlantique ont participé avec la NSBA au Miami International Boat Show (salon nautique international de Miami), où M. David Ericson, agent de commerce au consulat du Canada à Miami, avec l'aide de M. Manuel Ellenbogen, agent de promotion commerciale à l'ambassade du Canada à Washington, ont aidé les sociétés canadiennes à trouver des marchés d'exportation. Pour ce qui est des Levy, leur lancement sur le marché des exportations lors de la foire de Boston a connu un succès tel que le prêt original de 1 740 \$ du PDME, qui a aidé à réaliser des ventes de 130 000 \$, est en train d'être remboursé au complet.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Randy ou Susan Levy, tél. : (902) 885-2611, courriel : [levyfb@dunmac.com](mailto:levyfb@dunmac.com) internet : [www.nsboats.com/members.asp](http://www.nsboats.com/members.asp)

# Le bateau de type Cape Island

## fait fureur sur le marché des bateaux de plaisance des États-Unis

par Mark Fletcher, délégué commercial, Centre du commerce international, Halifax

Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) — volet des Entreprises novices à l'exportation — du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), l'entreprise familiale de Randy et Susan Levy a établi une présence sur le marché américain, facteur qui est l'élément moteur de sa croissance.

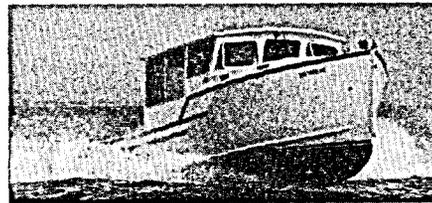
« Nous sommes installés dans une région rurale de la Nouvelle-Écosse, sur l'île Sober, mais le marché local pour les bateaux de pêche ne peut pas soutenir nos activités », déclare M<sup>me</sup> Levy. « Nous souhaitons continuer à construire des bateaux et à occuper non seulement nos trois employés, mais à en employer beaucoup plus dans la région, précise M. Levy. Après avoir obtenu des conseils de plusieurs paliers de l'administration publique, nous avons donc décidé de nous lancer dans la fabrication des bateaux de plaisance. »

### Une participation fructueuse

La foire de Boston a mené directement à la vente d'un yacht de type chalutier de 30 pieds, le *M.V. Fair Tides*, fabriqué sur mesure pendant l'été pour Carleton et Susan Francis, de Cape Cod, au Massachusetts, qui l'on payé et en ont pris livraison en octobre dernier. « Nous profitons de la tradition des "Novis" et de la connaissance du métier des Levy. La performance du bateau est exception-

accepté d'être les représentants des Levy sur le marché local des bateaux de plaisance (où les bateaux fabriqués en Nouvelle-Écosse sont surnommés familièrement « Novis » par les Américains).

« Le *Fair Tides* représente le "véhicule loisir-travail" du marché des bateaux de plaisance; c'est le créneau de la Nouvelle-Écosse, » déclare M. Les MacIntyre, prési-



*M.V. Fair Tides* de Levy Boats and Marine.

dent de la Nova Scotia Boat Builders Association (NSBA), dont les Levy sont membres. « Ces bateaux allient la rudesse à un certain luxe. »

Les Levy sont en train de créer d'autres produits et de trouver d'autres clients, en particulier pour leur nouveau bateau de plaisance de 18 pieds, idéal pour la navigation côtière. Ils ont déjà reçu des commandes de Nantucket et des Bermudes.

Depuis la foire, les demandes de renseignements viennent de partout aux États-Unis et certaines viennent même d'Europe! Le carnet de commandes est rempli à tel point que les Levy prévoient un agrandis-

# Le Centre des occasions d'affaires

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

**LES EXPORTATEURS CANADIENS** — Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**CHYPRE** — **Expansion du port de Larnaca** — Le gouvernement a décidé d'adopter les recommandations des services de consultation de la Banque de développement de Chypre et de modifier la vocation du port de Larnaca de façon à en faire le principal port de voyageurs de Chypre. Pour que Larnaca puisse recevoir les bateaux de croisière, il faut construire des brise-lames, des postes de mouillage additionnels et

une grande gare maritime, et promouvoir le nouveau rôle du port en mettant en valeur l'environnement portuaire, c'est-à-dire en construisant des centres de loisirs, des centres commerciaux, des immeubles résidentiels, des bureaux, des restaurants etc. Les consortiums qualifiés qui sont disposés à gérer et à exploiter la gare maritime, les installations utilisées par les bateaux de croisière et les centres de loisirs et à investir dans ces établissements sont invités à présenter une déclaration d'intérêt. Date limite : 21 avril 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000118-00198.

**ÉGYPTE** — **Investissements dans des projets routiers** — La General Authority for Roads, Bridges and Land Transport ou GARBLT (Administration générale des routes, des ponts et du transport terrestre) du ministère des Transports est à la recherche d'investisseurs voulant soumissionner dans le cadre d'un nouvel appel d'offres portant sur les aspects financiers et techniques et les investissements relatifs aux deux projets de construction routière ci-après, incluant les voies d'accès : 1) autoroute Al Fayoum/Asyout, environ 260 km; 2) autoroute Dayrout/Al Farafra, environ 263 km. Les demandes de propositions s'obtiennent auprès du Service des marchés publics de la GARBLT, 105, Kasr Al Aini St., le Caire. Coût : 5 000 £ EG en espèces ou par chèque certifié à l'ordre du « General Authority for Roads, Bridges & Land Transport ». Les candidats qui avaient acheté une demande de proposition peuvent obtenir les modifications. Date limite : 17 avril 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. :

(613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000125-00279.

**URUGUAY** — **Investissements dans un projet de remise à neuf d'un hôtel et de coentreprise** — Le projet consiste à agrandir et à remettre à neuf un hôtel dans le vieux quartier de Montevideo, centre commercial et financier de la capitale du pays. L'hôtel, qui date de 1955, compte 24 chambres, chacune décorée dans un style différent, un restaurant et un bar. Les clients sont essentiellement des directeurs et des gens d'affaires bien en vue. Le taux d'occupation moyen a atteint 58 % en 1997 et est à la hausse. On prévoit ajouter 22 nouvelles chambres, 2 salles de conférence et un restaurant. L'immeuble à remanier, qui est situé à côté de l'hôtel, a le même âge et le même style architectural que ce dernier. C'est à Montevideo que les affaires et le tourisme, au regard du nombre de visiteurs étrangers au pays — plus d'un million en 1998 — sont les plus développés au pays. Le MERCOSUR, accord économique régional, a donné naissance à un mouvement important et constant de gens d'affaires venant de pays membres et de l'étranger, ce qui va dans le sens des stratégies actuelles et futures de l'entreprise. De plus, Montevideo a été nommée la capitale administrative du MERCOSUR en raison de son emplacement de choix, qui a joué un rôle déterminant dans le développement touristique de la ville. Au total, des investissements estimés à 3,8 millions de dollars américains sont requis et la durée du projet est d'un an. La période de remboursement devrait s'étaler sur six ans. L'entreprise désire former une coentreprise pour financer l'agrandissement et la rénovation de l'hôtel et en assurer l'exploitation. Date limite: 21 avril 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, tél. : (613) 996-0675, téléc. : (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000120-00237.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) \*



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

**S**i, dans de nombreux lieux touristiques canadiens, la délicieuse odeur de cette pâtisserie chaude est de plus en plus courante, cette savoureuse spécialité typiquement canadienne n'a rien d'ordinaire. La queue de castor, qui tient son nom de sa ressemblance avec l'appendice d'un des plus célèbres symboles nationaux du Canada, est la création de M. Grant Hooker qui, avec le concours de son épouse Pam, a permis à une entreprise familiale de connaître un immense succès au Canada et, tout récemment, à l'échelle internationale.

La queue de castor (BeaverTails®) est la marque de commerce de cette galette de blé complet légèrement cuite mise au point par BeaverTails Canada Inc. En 1980, le premier point de vente a ouvert ses portes au marché By d'Ottawa et aujourd'hui, les queues de castor sont vendues dans plus d'une centaine de lieux récréatifs et touristiques au Canada, aux États-Unis et à l'étranger.

« La queue de castor remporte un immense succès sur la scène locale et nationale, que ce soit auprès des patineurs du Canal Rideau à Ottawa ou des skieurs de Whistler en Colombie-Britannique, » déclare M. Grant Hooker, président de BeaverTails Canada Inc. « Les Canadiens adorent cette savoureuse pâtisserie et la considèrent comme un mets typiquement canadien. »

C'est d'ailleurs parce qu'elle est considérée comme un produit typiquement canadien que la queue de castor est maintenant vendue à Walt Disney World en Floride. En 1995, les responsables de ce complexe ont pris contact avec le consulat du Canada à Miami, en Floride, afin de localiser le fabricant de la queue de castor, dont ils avaient tant entendu parler. Les employés du consulat se sont adressés au Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) et M<sup>me</sup> Karen Sowalski, agente de repérage, a trouvé BeaverTails Canada Inc. dans la base de données WINExports. Les parties ont rapidement conclu un contrat de licence.

« Le contrat de licence avec Walt Disney World a été notre première expérience de l'exportation, explique M. Hooker. Grâce au COAI et au consulat du Canada à Miami, BeaverTails Canada Inc. a pu prendre pied rapidement sur un nouveau marché et acquérir le savoir et la visibilité nécessaires pour conquérir d'autres marchés étrangers. »

Forte de cette réussite, l'entreprise s'est implantée dans d'autres grands centres touristiques des États-Unis, notamment Vail au Colorado et Snowshoe en Virginie-Occidentale, par l'intermédiaire de contrats de licence ou de franchises. En concentrant sur des centres touristiques et récréatifs très fréquentés, l'entreprise a pu étendre

chise à Manille. M. Hooker a demandé l'aide de l'ambassade du Canada aux Philippines. « L'ambassadeur, M. Treleaven et le personnel de l'ambassade ont joué un rôle déterminant en nous aidant à établir une présence aux Philippines et à nouer des relations d'affaires avec M. Saggroat », déclare M. Hooker. Grâce à la signature de ce con-

# BeaverTails Canada Inc.:

## la recette du succès

l'engouement pour cette pâtisserie à un marché international plus vaste.

Lorsqu'il cherchait dans quel pays commercialiser son produit, M. Hooker a étudié toutes les possibilités. Les agents de commerce des ambassades et des consulats du Canada l'ont aidé en lui fournissant de l'information essentielle et en le mettant en rapport avec d'éminents spécialistes du commerce international et des franchises. Grâce à sa polyvalence, ce produit a été largement adopté dans différentes cultures et pays du monde entier. BeaverTails Canada Inc. a donc pu étendre ses activités à des marchés aussi différents que Porto Rico, l'Indonésie, l'Écosse et le Costa Rica.

M. Hooker attribue la popularité universelle des queues de castor à leur préparation unique et à leur capacité de plaire à tous les palais. « On peut les consommer avec une multitude de garnitures, précise-t-il. Qu'il s'agisse de sucre et de cannelle ou d'un mélange de beurre à l'ail et de fromage, les queues de castor s'adaptent à toutes les préférences culturelles. » Au Costa Rica, une garniture faite de lait concentré sucré et d'un peu de chocolat, qui rappelle l'enfance, est très appréciée.

Aux Philippines, il est maintenant possible de manger une queue de castor avec de la confiture de mangue. C'est un entrepreneur philippin prospère, M. Manuel Saggroat, qui a fait les premières démarches auprès de M. Hooker pour ouvrir une fran-

trat de franchise, le premier point de vente de BeaverTails® à Manille a ouvert ses portes en juillet 1999 et remporte depuis un immense succès.

Quels sont les projets de cette entreprise canadienne dynamique? BeaverTails® ouvrira une usine de fabrication de pâte crue aux Philippines, mais, dans la mesure du possible, elle utilisera des ingrédients et de l'équipement canadiens. Le blé canadien entier ou concassé est un ingrédient essentiel des queues de castor, qui sera utilisé également dans la pâte congelée.

« Grâce à ses qualités uniques, le blé canadien est une partie intégrante de la réussite des queues de castor. Cette pâtisserie tire en grande partie sa saveur des propriétés du blé entier et concassé canadien, dont la qualité est, selon nous, supérieure à celle des grains produits ailleurs dans le monde », indique M. Hooker. En plus d'une usine de pâte congelée, BeaverTails Canada Inc., avec le concours de Robin Hood Multi-Foods, créera une version de mélange sec de son produit.

Tout comme pour l'animal dont elle tire son nom, rien n'empêche cette entreprise ingénieuse et dynamique de s'acquitter de sa tâche. Pour BeaverTails Canada Inc., cela consiste à faire en sorte que les consommateurs du monde entier puissent acheter cette pâtisserie saine et délicieuse. À cet égard, nul doute que l'entreprise est sur la bonne voie. ■

## Les Missions Commerciales Étudiantes de l'Université Laval cherchent des mandants

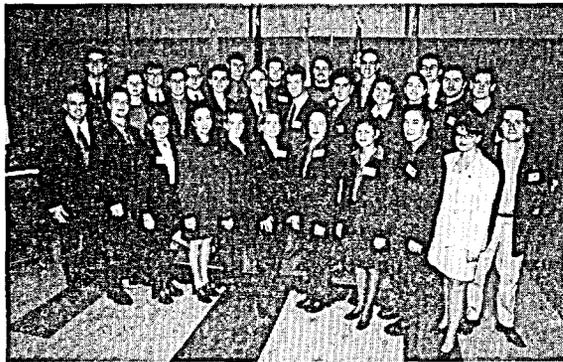
LIMA (PÉROU) ET MUNICH (ALLEMAGNE) — 7-30 mai 2000 — Deux équipes de 15 étudiants de la Faculté des sciences de l'administration et de la Faculté des sciences et de génie de l'Université Laval, de niveau baccalauréat et maîtrise, se rendront à Munich (Allemagne) et à Lima (Pérou). Chaque année, un pays-cible est choisi et les étudiants remplissent le mandat qui leur est confié par une entreprise. Cette année, pour la première fois, deux missions sont organisées la même année.

Depuis leur création en 1996, les Missions Commerciales Étudiantes de l'Université Laval ont réalisé des missions en Argentine, au Chili et en Colombie. Elles offrent des services de développement des marchés internationaux aux entreprises et organisations du Québec. Les étudiants qui participent aux missions de cette année sont à la recherche de mandants. Les entreprises sont donc invitées à profiter de l'occasion qui leur est offerte.

Les services proposés comprennent, entre autres, des études de marché; la recherche d'investisseurs, de partenaires, ou de clients éventuels; la distribution de produits et de services; et d'autres services personnalisés selon les besoins. Le

mandat prend fin avec la validation sur le terrain des conclusions tirées d'une analyse effectuée au Québec. Un rapport détaillé et professionnel est remis aux entreprises à la fin de la mission.

Depuis les débuts en 1996, plus de 40 entreprises et PME du Québec ont fait confiance aux Missions Commerciales



Les membres des Missions Commerciales Étudiantes de l'Université Laval.

Étudiantes, notamment le Groupe CGI, Bell Canada International, Précitech, Prima Télématique, Planchers Bois-Francis P.G., Technologies Lyre Inc., Logiciels Avantage et Gespro.

Les entreprises financent partiellement les missions qui bénéficient principalement du soutien du gouvernement fédéral par l'entremise de Développement

Économique Canada et du ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec.

« J'ai été agréablement surpris par le haut niveau de dynamisme et de professionnalisme des mandataires et de la mission », a dit M. Rémy Brodeur, de Bell Canada International, qui a confié deux mandats à la mission de 1999, en Colombie.

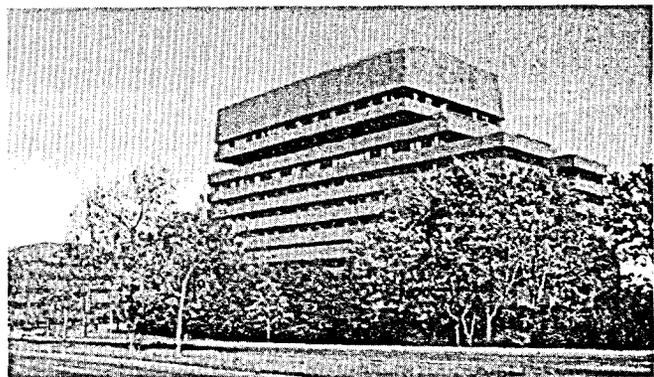
« Les Missions Commerciales Étudiantes permettent aux étudiants et étudiantes qui y participent d'acquérir une expérience pratique du commerce international tout à fait hors du commun. Ils en sortent plus mûrs, grandis et, à mon avis, beaucoup mieux préparés à la carrière qui les attend », a déclaré de son côté M. Gérard Verna, professeur du Département de management de la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval, qui appuie ce projet depuis ses débuts.

**Pour plus de renseignements** — il reste encore quelques mandats qui s'envolent rapidement — communiquer avec M<sup>lle</sup> Sandrine Jobin, étudiante en administration, Missions Commerciales, tél.: (418) 656-7399, courriel : [info@missions-commerciales.qc.ca](mailto:info@missions-commerciales.qc.ca) internet : [www.missions-commerciales.qc.ca](http://www.missions-commerciales.qc.ca) ✪

## Le Canada au carrefour des nations

Des visites guidées de l'édifice Lester B. Pearson, qui abrite le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, seront de nouveau offertes au public, entre le 3 avril et le 10 novembre 2000.

Pour tout renseignement ou pour réservations, composer le (613) 992-9541, courriel : [maricarmen.charbonneau@dfait-maeci.gc.ca](mailto:maricarmen.charbonneau@dfait-maeci.gc.ca) ✪



## Mission NEAS des télécommunications en Colombie et au Venezuela

COLOMBIE ET VENEZUELA — 13-17 mars 2000 —

Le programme NEAS (Nouveaux exportateurs vers l'Amérique du Sud) en est à sa deuxième année d'existence. Il a été conçu en vue de faire connaître cette région dynamique aux entreprises qui exportent déjà dans d'autres régions.

Moyennant des frais de 500 \$, les participants à la mission profiteront des services suivants : traduction en espagnol du profil de leur entreprise; participation, avant leur

départ, à une séance d'information sur la conduite des affaires en Colombie et au Venezuela; renseignements détaillés sur les secteurs des télécommunications du Venezuela et de la Colombie; calendrier de rendez-vous établi sur mesure; visite d'EXPO-COM ANDINO (l'une des principales foires commerciales régionales sur les télécommunications, qui a lieu en Colombie) et assistance pour assurer un suivi.

Le programme de la mission comprendra éventuellement des réceptions facilitant la constitution de réseaux, avec la participation des associations et de la presse professionnelle locales, des visites d'établissements, des rendez-vous privés avec des distributeurs et des agents, ainsi que des réunions avec des partenaires éventuels pour créer des coentreprises.

Dans le cadre de cette mission spéciale

NEAS, les participants prendront également part au Symposium canadien sur la technologie et les services de télécommunication et d'informatique, qui est organisé par l'ambassade du Canada à Bogota, en Colombie, et parrainé par Nortel, Newbridge, Teleglobe et BCI, Industrie Canada, la Camara Colombiana de Telecomunicaciones y Informatica (l'une des principales associations du secteur des télécommunications et de l'informatique de la Colombie), la Fédération des concepteurs de logiciels de Colombie, le Centre de soutien des techniques d'information et les organisateurs de la foire EXPO-COM ANDINO. À l'occasion de ce symposium, Industrie Canada, avec le concours de participants du secteur privé, exposera aux gens d'affaires colombiens les capacités canadiennes dans le domaine des télécommunications.

Pour plus de renseignements (il faut présenter sa demande au plus tôt), communiquer avec un centre du commerce international local ou avec la Direction de l'Amérique du Sud, MAECI, téléc. : (613) 943-8806. \*

## Occasions d'affaires aux Nations Unies

NEW YORK — 31 mai-1<sup>er</sup> juin 2000 — Les Nations Unies achètent chaque année pour quelque 3 milliards de dollars de biens et de services. La conférence et l'exposition internationales Aid & Trade vous renseigneront sur ce qu'il faut faire pour devenir un fournisseur éventuel de l'ONU. Cet événement organisé par Winchester Group et coparrainé par le Bureau des Nations Unies pour les services d'appui aux projets constitue une occasion sans précédent d'apprendre à faire des affaires avec l'ONU. Des agents d'approvisionnement supérieurs vous expliqueront les modalités des appels d'offres, ce qu'ils achètent et où, et vous aideront à vous inscrire sur la liste des fournisseurs de l'ONU. De nombreuses agences de l'ONU y auront un stand, et vous pourrez y rencontrer des agents d'approvisionnement.

Ne ratez pas cette occasion de faire représenter votre entreprise à l'exposition internationale Aid & Trade 2000.

Pour plus de renseignements, visiter le site internet de l'exposition à [www.aidandtrade.com](http://www.aidandtrade.com) Si vous voulez réserver un stand, faites-le par courriel à l'adresse [kevin.sammon@aidandtrade.com](mailto:kevin.sammon@aidandtrade.com) Si vous avez des questions générales sur les appels d'offres de l'ONU et voudriez en savoir davantage sur les exigences à respecter, communiquer avec M<sup>me</sup> Lisa Rambert, consulat général du Canada à New York, courriel : [lrambert@canapple.com](mailto:lrambert@canapple.com), téléc. : (212) 596-1793. \*

## Prospecter le marché péruvien à la Foire minière de Lima

LIMA, PÉROU — 2-5 mai 2000 — Très peu de marchés miniers connaissent un développement aussi rapide que celui du Pérou. En effet, malgré une baisse du prix des métaux en 1998, la valeur de la production tirée des mines péruviennes a progressé de 6,8 %. Au cours des six premiers mois de 1999, la production d'or s'est élevée par ailleurs de 48 % par rapport à l'année précédente, tandis que la production de cuivre, de zinc et de plomb affichait des taux de croissance respectifs de 9 %, 6 % et 4 %.

Les investissements canadiens au Pérou, qui s'élèvent actuellement à 1,8 milliard de dollars américains, devraient dépasser 7 milliards durant les sept prochaines années; une bonne partie de ces capitaux est destinée au secteur minier. Les sociétés minières en activité au Pérou achètent pour environ 1,8 milliard de dollars américains d'équipement et de services chaque année, dont la majeure partie à l'étranger. Cette demande s'accroîtra au fur et à mesure que des mines s'ouvrent ou que les exploitations

actuelles sont modernisées.

Peru Gold, le Quatrième symposium et salon international sur l'or, devrait surpasser l'édition de 1998, qui avait attiré plus de 1 100 délégués, 800 visiteurs et 124 exposants.

La Canadian Association of Mining Equipment and Services for Export (CAMESE), qui a participé en 1998, recommande vivement le salon Peru Gold aux entreprises qui désirent réaliser des ventes dans les domaines de l'exploration, des études de faisabilité, de l'extraction et de la transformation dans l'industrie minière.

Par ailleurs, étant donné qu'Expomin 2000 aura lieu la semaine suivante au Chili (voir page suivante), les sociétés minières canadiennes pourraient en profiter pour assister aux deux événements.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Oscar Vásquez, agent de commerce principal, ambassade du Canada à Lima, tél. : (011-511) 444-4015, téléc. : (011-511) 444-4347, courriel : [oscar.vasquez@dfait-maeci.gc.ca](mailto:oscar.vasquez@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Le plus grand salon professionnel de l'exploitation minière d'Amérique latine

SANTIAGO, CHILI — 9-13 mai 2000 —

**EXPOMIN** est le plus important et le plus prestigieux salon d'Amérique latine dans le secteur minier. Chacune des quatre dernières éditions a attiré plus de 100 fournisseurs canadiens aux pavillons du Canada qui, depuis 1998, sont administrés par la Canadian Association of Mining Equipment and Services for Export (CAMESE).

En 1999, les exportations chiliennes de produits miniers ont été évaluées à près de 2 milliards de dollars (soit près de la moitié des exportations totales du pays). Le secteur minier est particulièrement attrayant pour les investisseurs locaux et étrangers.

À l'heure actuelle, le Chili est le plus important producteur et exportateur de cuivre du monde. En effet, en 2000, la production annuelle de cuivre fin du Chili devrait dépasser 4 millions de tonnes, ce qui représente 40 % de la production mondiale (environ 11 millions de tonnes). Outre le cuivre, depuis 1987, la production annuelle d'or a augmenté, passant de 20 à 36 tonnes, tandis que la production

d'argent grimpeait de 500 à 850 tonnes.

Au cours de la dernière décennie, l'expansion de l'activité minière et la vague de projets miniers en préparation ont suscité une demande constante et élevée d'équipement minier. Les importations représentent environ 80 % de ce marché évalué à 770 millions de dollars en 1999.

La participation du Canada à l'industrie minière chilienne s'est considérablement intensifiée au cours des dernières années, les investissements autorisés du Canada dans ce secteur ayant dépassé 7,5 milliards de dollars. Les entreprises canadiennes qui fournissent de l'équipement et des services sont de plus en plus présentes sur le marché chilien. Plusieurs d'entre elles ont conclu des accords commerciaux, dont des coentreprises avec des entreprises locales, pour assurer une présence concurrentielle sur le marché et avoir accès à l'expertise, aux contacts et à la main-d'œuvre qualifiée du Chili. Environ 150 entreprises canadiennes spécialisées dans l'équipement et les services pour la mine exercent des activités au Chili.

La plus importante entreprise minière du Chili, Codelco-Chili (société nationale d'extraction du cuivre), une société d'État, a produit 1,4 million de tonnes de cuivre en 1998, soit environ 40 % de l'ensemble des exportations chiliennes de cuivre vers les marchés étrangers. Codelco prévoit investir 667 millions de dollars dans des projets en cours cette année, et jusqu'à 1,09 milliard de dollars au cours des prochaines années.

Les fournisseurs canadiens de machinerie, d'équipements et de services miniers sont réputés pour leur technologie de pointe et leurs méthodes d'avant-garde. Depuis la signature de l'Accord de libre-échange Canada-Chili en juillet 1997, la majorité des produits de l'équipement minier entrent au Chili en franchise de droits. Toutes ces raisons devraient suffire à convaincre les fournisseurs canadiens de matériel minier de participer à **EXPOMIN 2000**.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Francis Bourqui ou M<sup>me</sup> Catherine Resentera, CAMESE, tél. : (905) 513-0046, téléc. : (905) 513-1834, courriel : minesupply@camese.org \*

## Interbuild Australie 2000 : construire sur des bases solides



MELBOURNE, AUSTRALIE — 16-19 juillet 2000

— Pour réussir au-delà de l'an 2000, les entreprises de l'industrie de la construction devront miser sur des stratégies promotionnelles innovatrices et établir un vaste réseau de contacts au sein d'un marché de plus en plus complexe.

**Interbuild 2000**, la 14<sup>e</sup> foire internationale sur les matériaux et l'équipement de construction de l'Australie, est le plus important événement au pays pour les secteurs de la construction commerciale, industrielle et résidentielle, ainsi que pour le secteur du design. Votre entreprise y trouvera des possibilités inestimables de

recruter de nouveaux clients et de conclure des ventes; plus de 15 000 acheteurs et vendeurs œuvrant uniquement dans le domaine de la construction seront sur place.

Participer à **Interbuild** peut constituer un élément important de la stratégie de commercialisation de votre société. Cette foire réunira plusieurs manifestations sectorielles qui présenteront des colloques : **Tilex 2000**, **Frame Australia 2000**, **National Plumbing Show 2000** et **Interiors 2000**.

**Interbuild** comportera des volets spécialisés grâce auxquels les visiteurs pourront s'orienter facilement : Technologies

du verre et des fenêtres, Construction par ordinateur, Sécurité et Matériaux et matériel de construction

Les entreprises qui participeront pour la première fois à **Interbuild** pourront simplement laisser leur brochure dans l'immense stand de brochures, ou encore partager un stand avec une autre société canadienne.

Pour plus d'information, communiquer, au Canada, avec M. Robert Grison, président, Canadian Export Development, tél. : (613) 825-9916; téléc. : (613) 825-7108; courriel : cced@sympatico.ca En Australie, avec M. Kevin Skauge, agent commercial, consulat général du Canada à Sydney, tél. : (011-61-2) 9364-3049; téléc. : (011-61-2) 9364-3097; courriel : kevin.skauge@dfait-maeci.gc.ca \*

THESSALONIQUE ET ATHÈNES, GRÈCE — 22-26 mai 2000 — Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) organise une mission commerciale en Grèce, qui tablera sur l'essor que connaissent le secteur de la technologie de l'information et de la communication (TIC) ainsi que d'autres secteurs. La mission sera dirigée par M. John Cannis, secrétaire parlementaire du ministre fédéral de l'Industrie et député de Scarborough-Centre.

Misant sur les possibilités offertes, la mission servira à repérer des débouchés éventuels sur le marché grec. La délégation canadienne de haut niveau sera un atout de taille. Un certain nombre d'entreprises canadiennes s'intéressent activement aux occasions d'affaires qui s'offrent en Grèce; c'est le cas notamment de **Northern Telecom**, qui a ouvert un bureau à Athènes récemment.

Les connaissances et l'expertise du Canada en matière de produits et de services liés aux technologies de pointe est

## Mission commerciale en Grèce pour cibler le secteur de la TIC, en pleine croissance

la clé du succès de cette mission. Les entreprises qui y participeront ont de fortes chances de réussir sur ce marché, avec tous les avantages que cela comporte pour l'économie canadienne. La mission sera axée sur des secteurs d'activité comme l'environnement (gestion des déchets), les télécommunications, l'ingénierie, l'aérospatiale, l'électronique, les services financiers, les mines et la construction, sans oublier les possibilités associées aux **Jeux olympiques de 2004** et aux efforts de reconstruction dans les Balkans.

La délégation sera constituée d'exportateurs canadiens chevronnés et d'exportateurs novices sur ce marché, des quatre coins du pays. La priorité sera accordée aux entreprises qui connaissent le marché

grec et qui ont de l'expérience sur les marchés internationaux.

Le MAECI prépare un programme d'activités spécial pour chaque participant, comprenant des rencontres individuelles avec des entreprises grecques, des réunions de groupe avec des représentants d'associations commerciales, des colloques et des réceptions, et des rencontres avec des représentants du gouvernement. Du temps sera également prévu pour des activités libres.

La date limite pour s'inscrire est le **17 mars 2000**.

Pour plus d'information ou pour s'inscrire, s'adresser à M. Jean-Louis Robitaille, délégué commercial, tél.: (613) 996-4488, téléc.: (613) 995-8783, courriel: [jean-louis.robitaille@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jean-louis.robitaille@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Une importante foire du pétrole s'allie au Congrès mondial du pétrole

CALGARY, ALBERTA — 11-15 juin 2000 — Calgary présente pour la première fois une combinaison unique : le 16<sup>e</sup> Congrès mondial du pétrole (CMP) et le National Petroleum Show (NPS) — foire nationale du pétrole. Le Congrès réunira des représentants de haut niveau des secteurs public et privé des 57 principaux pays producteurs et consommateurs de pétrole, sous le thème « Le pétrole et le développement mondial : création de réseaux de personnes, d'entreprises et de technologies en vue d'accroître la valeur du pétrole ».

Les participants, au nombre de 3 000 à 4 000, discuteront des grandes questions touchant le secteur pétrolier, des faits nouveaux et des progrès réalisés dans des segments précis. Les activités en amont et en aval seront examinées par des décideurs des secteurs du pétrole et du gaz, et aussi des industries des transports, de l'environnement et de l'énergie

en général. De son côté, le NPS devrait attirer 1 400 exposants.

Le Service des délégués commerciaux du Canada sera bien représenté à cet événement. On trouvera de plus amples renseignements dans un des prochains numéros de *CanadExport*, ainsi qu'une liste complète des délégués commerciaux participants et de l'information sur la façon de les rencontrer.

Il s'agit d'un événement d'envergure mondiale; si vous désirez y assister, ne tardez pas!

Pour plus de renseignements, consulter les sites internet du CMP et du NPS à l'adresse [www.wpc2000.com](http://www.wpc2000.com) ou communiquer par téléphone avec les organisateurs de ces manifestations au (403) 218-2000 et au 1 888 799-2545, poste 566 respectivement. ✱

## Mission au Maroc reportée

La mission commerciale portant sur le secteur de l'environnement au Maroc, prévue pour le mois dernier (voir *CanadExport* du 17 janvier, p. 15), a été reportée (30 mai-1<sup>er</sup> juin 2000).

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Lucie Tremblay, déléguée commerciale, Direction du Maghreb et de la Péninsule arabe, MAECI, tél.: (613) 944-6590, courriel: [lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Une mission sur les TIC se rendra dans les pays nordiques et en Allemagne

FINLANDE, SUÈDE, NORVÈGE, DANEMARK ET ALLEMAGNE — Juin 2000 — Dans le cadre du programme **Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS)**, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) organise une mission vers l'Allemagne et quatre pays de l'Europe du Nord. Cette mission a pour but de présenter le marché nordique des technologies de l'information et des communications (TIC) aux sociétés

canadiennes qui n'ont encore jamais exporté vers la région.

Les missions NEXOS font connaître des débouchés à des sociétés canadiennes, elles déterminent les nouvelles tendances et les caractéristiques du marché, présentent les différents aspects des pratiques commerciales dans les pays cibles et expliquent comment élaborer des stratégies qui permettront à l'entreprise de réaliser ses objectifs en matière de vente et de distribution.

Chaque mission comprend une journée complète d'exposés sur le recrutement d'un agent, d'un distributeur ou d'un associé ainsi qu'un programme de colloques et d'ateliers auxquels participent des conférenciers locaux, pour informer les participants sur des domaines comme les procédures douanières, l'accès au marché, l'expédition, l'étiquetage, les circuits de distribution et les règlements visant les devises.

La mission se rendra à Helsinki,

Stockholm, Oslo, Copenhague et à une destination en Allemagne. Les participants qui souhaitent visiter d'autres missions diplomatiques en Europe, après la mission, peuvent prendre des dispositions par l'entremise de l'organisatrice de la mission (*voir ci-dessous*), afin de se prévaloir des services offerts par le réseau mondial du Service des délégués commerciaux.

Les participants à une mission NEXOS doivent défrayer eux-mêmes leurs frais de transport, d'hébergement et de subsistance, tandis que le programme NEXOS assume les dépenses associées au programme (location des salles de réunion, honoraires des conférenciers, frais de transport sur place, etc.).

Le site InfoExport ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)) du MAECI offre un certain nombre d'études de marché sur les pays cibles.

**Pour plus de renseignements** sur la mission ou pour recevoir les formulaires d'inscription au programme NEXOS, communiquer avec M<sup>me</sup> Gayle McCallum, Section pour l'expansion du commerce en Europe, MAECI, tél. : (613) 996-1530, téléc. : (613) 944-1008, courriel : [gayle.mccallum@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gayle.mccallum@dfait-maeci.gc.ca) \*

## ProtoCall

(Suite de la page 13)

ProtoCall fait partie du nombre croissant d'entreprises qui exploitent des centres d'appels à Terre-Neuve et au Labrador, où l'on trouve une main-d'œuvre accessible et instruite et de moyens de communication qui fournissent des réseaux modernes aux industries qui cherchent à confier à contrat leurs services de centre d'appels.

Son conseil aux autres petites entreprises qui étudient le marché des États-Unis est le suivant : « Ne craignez pas de prendre le risque et utilisez les conseils commerciaux des experts en exportation. Avec l'internet, vous pouvez offrir un produit concurrentiel et exercer vos activités à partir d'un siège au Canada, un pays doté d'une main-d'œuvre compétente où les affaires coûtent moins cher. »

D'après son expérience auprès des acheteurs américains, la distance n'est pas un problème. La croissance des affaires de ProtoCall s'est faite de bouche à oreille. « Nous avons une liste de clients satisfaits... les témoignages ont permis à notre entreprise de prendre de l'expansion. »

**Pour plus de renseignements** sur ProtoCall, communiquer avec M<sup>me</sup> Judy Reid, présidente, tél. : (709) 747-2255, téléc. : (709) 747-2254, courriel : [jreid@protocall.nf.ca](mailto:jreid@protocall.nf.ca) \*

## Occasions pour les entreprises canadiennes à la Foire de l'alimentation de l'Australie

MELBOURNE, AUSTRALIE — 17-20 novembre 2000 — La plus importante foire des aliments et boissons de l'Australie, **Fine Food Australia**, événement international où sont présentées les dernières innovations en matière d'aliments, de boissons et de matériel, attire environ 500 exposants d'Australie et de 20 autres pays.

Cette exposition réservée aux professionnels accueille plus de 24 000 visiteurs représentant des segments importants de l'industrie — supermarchés, magasins de dépannage, restaurants, clubs, hôtels et traiteurs. **Fine Food Australia** porte notamment sur la boulangerie-pâtisserie, la confiserie, les produits laitiers, les boissons, les produits carnés, les fruits de mer et le matériel.

Dans le cadre de la foire se déroulent d'autres événements importants, dont la

foire des supermarchés (**Supermarket Show**), un volet de **Supermarket Australia**, foire internationale des supermarchés et des magasins de dépannage, qui présente la technologie de pointe pour la vente au détail et les nouveaux produits d'épicerie du monde entier. Ensemble, ces deux foires constituent la plus importante manifestation commerciale du secteur en Australie.

En parallèle aura également lieu l'**Australian Food Congress**, événement prestigieux présentant des conférences thématiques à l'intention des supermarchés.

**Pour plus de renseignements**, s'adresser à Australian Exhibition Services Pty Ltd, Illoura Plaza, 424 St Kilda Road, Melbourne, VIC 3004, tél. : (011-61-3) 9261-4500, téléc. : (011-61-3) 9261-4545; courriel : [shows@ausexhibit.com.au](mailto:shows@ausexhibit.com.au) internet : [www.ausexhibit.com.au/](http://www.ausexhibit.com.au/) \*

# Le Service des délégués commerciaux du Canada

## Services additionnels

### Participation à des événements et soutien logistique

Vous planifiez une visite de votre marché cible pour rencontrer les contacts clés que nous vous avons trouvés. Pendant votre visite, vous comptez participer à une foire commerciale locale. Le Service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger peut vous aider à profiter au maximum de votre participation à un tel événement. Nous pouvons aussi vous aider si vous avez des besoins logistiques une fois sur place.

Bien entendu, il n'est pas nécessaire de planifier une visite de votre marché cible pour avoir besoin de soutien logistique : si vous voulez vous procurer des documents de soumission ou souhaitez que quelqu'un participe en votre nom à l'ouverture des soumissions, nous pouvons également vous aider.

### Participation à des événements

Si vous avez besoin de préposés pour votre stand dans le cadre d'un événement commercial, nous pouvons vous mettre en rapport avec un fournisseur de services compétent, qui parle la langue du pays et a l'expérience de la représentation d'entreprises aux activités de ce genre. Nous pouvons également vous mettre en rapport avec des fournisseurs de services locaux, spécialisés dans la gestion des détails relatifs aux événements commer-

ciaux, par exemple les envois postaux, le recrutement et les points de contact. Ces fournisseurs de services sont des entreprises locales avec lesquelles nous traitons régulièrement et qui sont tout à fait dignes de confiance. Notre rôle est de repérer le fournisseur de services le plus apte à répondre à vos besoins.

### Soutien logistique

#### Logistique

S'assurer un soutien logistique, par exemple l'accueil à l'aéroport, le transport local et les réservations d'hôtel, peut parfois se révéler un défi. Le Service des délégués commerciaux du Canada peut fournir une aide à cet égard. Nous pouvons vous mettre en rapport, sur la plupart des marchés, avec des tierces parties qui offrent ces services moyennant rémunération.

### Aide dans le cadre des soumissions

Pour bon nombre de marchés, vous n'aurez aucune difficulté à obtenir directement de l'organisme gérant la soumission les documents relatifs aux appels d'offres. Le Service des délégués commerciaux peut, si vous le préférez, vous mettre en rapport avec des agents locaux compé-

tents, qui solliciteront les documents de soumission et vous les feront parvenir. Un grand nombre d'appels d'offres et de documents de soumission sont également affichés sur l'internet. Nous pouvons vous fournir des renseignements

concernant la recherche de sites internet précis et la façon de gérer des soumissions par l'internet.

Pour de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada ou pour obtenir les listes des fournisseurs locaux qui offrent de tels services dans votre marché cible, visitez notre site internet à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

### Service des délégués commerciaux du Canada — Services de base

- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

*Au service des entreprises canadiennes à l'étranger*

- Rencontre personnelle
- Dépannage

### Services additionnels

- Rendez-vous et réunions
- Soutien logistique
- Services d'affaires
- Participation à des événements
- Bureaux et salles d'exposition temporaires \*

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



OCB  
A1  
A  
16F  
18  
arch  
5, 2000  
copy 1



# Occasions d'affaires dans la biopharmaceutique en Belgique

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

MAR 20 2000

# Canadaexp

## DANS CE NUMÉRO

- 2 Le consulat du Canada à Naples
- 3 Initiative pour les entreprises Canada-Ukraine
- 5 Les trucs du métier
- 6 Japon : le marché de l'agroalimentaire
- 8 Le SDC : services additionnels
- 9 Études de marché : sondage auprès des clients
- 10 Carrefour États-Unis
- 12 L'agroalimentaire à Hong Kong
- 13 Occasions d'affaires
- 14 Avis de marché de la Banque mondiale
- 15 Foires et missions
- 15 Prix d'excellence à l'exportation



Vol. 18, N° 5 -  
15 mars 2000

CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ  
POUR VOUS AIDER À CIBLER DE NOUVEAUX MARCHÉS  
(Voir l'encart)

Canada

**L**a Belgique est réputée pour la mise au point de plusieurs technologies de pointe, particulièrement dans les sciences de la vie comme la microbiologie et la médecine; ces technologies ont été élaborées au fil des ans par 16 organismes publics et universités axés sur la recherche et par une douzaine de parcs scientifiques.

L'étroite collaboration qui existe entre les

**GRAND GAGNANT AU VIETNAM**

*Le lauréat de la bourse d'étude offerte par la société McCain, M. Vuong Phuoc Tri (à gauche) avec les trois semi-finalistes.*

Voir page 14

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU DÉPARTEMENT

équipes universitaires œuvrant dans les sciences, les entrepreneurs et le secteur de l'investissement est une caractéristique bien établie de l'industrie belge de la biotechnologie, qui a acquis de l'expertise dans les soins de santé, l'agrobiologie, l'environnement, la biochimie et le génie génétique. De plus, les administrations publiques, tant fédérale que régionales, appuient continuellement la recherche concertée au moyen de mesures incitatives souples et considérables. Les sociétés internationales qui exercent des activités et investissent en Belgique peuvent profiter d'un ensemble de subventions à trois niveaux : fédéral (l'État), régional (les trois régions) et européen (l'Union européenne).

### Principaux intervenants

La Belgique a profité d'investissements dès les débuts de la biotechnologie, grâce à la forte présence de sociétés pharmaceutiques qui étaient, au départ, la principale source

Voir page 4 - Occasions

## Miser gagnant sur l'internet avec la CCC

La Corporation commerciale canadienne (CCC) a aidé une entreprise de Montréal à remporter un marché fort convoité auprès des Douanes pour l'ALENA. Résultat : Clickon Technologies a pris son envol.

Bien qu'elle ne compte que cinq ans d'existence, la société Clickon Technologies est déjà un vétéran respecté dans le monde de l'internet en mutation rapide. Le concepteur montréalais de sites internet a pris rapidement de l'expansion et a su attirer plusieurs clients bien en vue, dont l'organisation qui administre l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

« Nous étions là en 1995, lorsque l'internet a réellement démarré », déclare M. Albert Zaccour, président de Clickon Technologies. « Nous avons toujours considéré l'internet comme un outil de marketing comme les autres, au même titre que la télévision, la radio ou l'imprimé, et notre objectif était de regrouper nos compétences techniques et en marketing pour offrir ce nouvel outil à nos clients. »

L'entreprise s'est lancée dans l'exportation dès son premier gros contrat pour la vente d'un moteur de recherche répertoriant plus de 30 000 entreprises

Voir page 12 - Miser

**P**our marquer l'inauguration de son consulat honoraire à Naples, l'ambassade du Canada à Rome, en collaboration avec l'Unione Industriale di Napoli

Giornate Canadese (Journées du Canada), était une table ronde sur les technologies de l'information (TI) comportant trois activités principales : la signature d'un

seulement les activités relatives à la TI, mais aussi le dîner de gala et d'autres activités culturelles.

# Le consulat du Canada à Naples

et avec l'appui du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Agriculture et Agro-alimentaire Canada, ainsi que de la précieuse contribution de plusieurs commanditaires canadiens et italiens, a organisé une impressionnante série d'événements de sensibilisation du 19 au 23 janvier 2000.

Conçus pour rehausser l'image du Canada comme société moderne et multiculturelle et pour accroître les possibilités des entreprises canadiennes dans la région souvent négligée du sud de l'Italie, les événements ont fait la manchette de l'un des principaux journaux sous le titre « Journées du Canada à Naples : de l'iglou à la haute technologie ».

L'occasion a été marquée notamment par des réunions de gens d'affaires, un concert du groupe Canadian Brass, des expositions d'art et de photographies inuits, un colloque sur le tourisme, des activités de promotion sur les produits alimentaires et sur l'enseignement supérieur, d'importantes rencontres politiques et conférences de presse, et une conférence sur la coopération en matière de développement en Afrique.

Région productrice d'oranges, de tomates, d'olives et de raisin, Naples a été un terrain fertile pour notre message qui a suscité une couverture médiatique et une participation de gens d'affaires exceptionnelles. Plus de 8 000 visiteurs ont été accueillis au kiosque d'information et de tourisme aménagé conjointement par l'ambassade du Canada et la Commission canadienne du tourisme, et la réaction des médias a été extrêmement favorable.

## Table ronde sur les TI

Un des importants événements des

protocole d'entente, des annonces par les sociétés Nortel et Celestica, et un colloque sur le commerce électronique. Ces activités ont attiré plus de 275 personnes, dont deux ministres italiens clés, M. Piero Fassino (Commerce extérieur) et M. Salvatore Cardinale (Communications), ainsi que le maire de Naples.

L'accueil formidable témoigne du très vif intérêt que suscite l'internet en Italie, surtout dans le sud du pays où d'importantes occasions s'offrent aux entreprises canadiennes. Un événement clé était la signature d'un protocole d'entente sur la coopération entre l'Italie et le Canada dans le domaine des technologies de l'information, par le ministre Fassino et le ministre canadien des Travaux publics et des Services gouvernementaux, M. Alfonso Gagliano. Ce document est l'expression concrète de la volonté de créer des occasions de partenariat entre des entreprises canadiennes et italiennes de TI.

Événement marquant du programme d'activités, la table ronde sur les TI a attiré plus de 200 petites et moyennes entreprises, des ministres du Canada et de l'Italie, un maire et plus de 60 représentants de sociétés canadiennes, ainsi que la presse et la télévision locales et nationales.

## Appui important

De nombreuses organisations canadiennes et italiennes (Eicon Technologies, Dolphin, Microforum Italia, TIW, Newbridge, IBM, Aéroports de Montréal, Banca Commerciale Italiana, Alenia Aerospazio, Commission canadienne du blé, Corel, Commission canadienne du tourisme, Lignes aériennes Canadien International) ont participé et versé plus de 100 000 \$ pour financer non

## Communiqués d'entreprises

Suivant la signature du protocole d'entente, l'entreprise Celestica, de North York, a annoncé un investissement de 500 millions de dollars en Italie pour l'achat de deux anciennes usines d'IBM comptant 1 300 employés, ce qui en fait la plus importante entreprise canadienne en Italie. Nortel a annoncé, pour une deuxième année, un niveau record de ventes en Italie. En outre, la société MDA, de Vancouver, a signé avec Alenia Aerospazio un accord d'achat d'une valeur de 70 millions de dollars visant un satellite, au nom du consortium Radarsat II.

## Pleins feux sur la culture et la vie au Canada

L'un des points saillants des Journées du Canada était l'ouverture d'une exposition multimédia ambulante ayant pour thème « L'immigration italienne au Canada : le

Voir page 8 - Le consulat

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédacteur : Vince Chetcuti  
Mise en page : Yen Le  
Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Télex : (613) 992-5791  
Courriel : canadexport@dfait-maeci.gc.ca  
Internet :  
[www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, contactez :

*CanadExport* au (613) 996-2225, version courriel, ou sur internet de *CanadExport*. Pour un changement d'adresse, joignez l'étiquette avec le code à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,  
125, promenade Sussex,  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

NOUVELLES COMMERCIALES

a C  
bén  
fav  
et le com  
uts  
Enco  
en U  
In  
C  
(C  
2. Étal  
trav  
3. Rep  
ukr  
ent  
4. App  
inte  
en  
pro  
exe  
5. Cor  
adr  
6. Exe  
teu  
sim  
pa  
La C  
suiv  
Repr  
1. Pr  
au  
po  
de  
2. Re  
Co  
ve  
pa  
di  
l'é  
3. D  
er  
ni

La CUBI Chamber est un organisme  
bénévole national qui a pour objet de  
favoriser et de renforcer l'investissement  
et le commerce entre le Canada et l'Ukraine.

Encourager l'investissement canadien  
en Ukraine.

l'expérience des sociétés canadiennes  
qui font des affaires en Ukraine.

#### Contacts

1. Organisation de rencontres auxquelles participent des représentants clés des entreprises et des administrations publiques canadiennes et ukrainiennes

# Initiative pour les entreprises Canada-Ukraine

(CUBI Chamber)

2. Établir des réseaux et des stratégies pour travailler en Ukraine.
3. Repérer les secteurs du marché ukrainien les plus intéressants pour les entreprises canadiennes.
4. Appuyer la Commission économique intergouvernementale Canada-Ukraine en présentant les questions qui posent problème aux entreprises canadiennes exerçant des activités en Ukraine.
5. Consolider et maintenir l'appui des administrations publiques.
6. Exercer des pressions auprès des législateurs canadiens et ukrainiens en vue de simplifier le commerce entre les deux pays.

La CUBI Chamber offre les services suivants :

#### Représentations

1. Présentation de questions commerciales aux gouvernements canadien et ukrainien pour éliminer les obstacles au commerce de façon plus efficace et plus rapide.
2. Représentations auprès de la Commission économique intergouvernementale concernant des questions particulières touchant les sociétés canadiennes en Ukraine dans les secteurs de l'énergie, du bâtiment et de l'agriculture.
3. Développement des liens commerciaux entre les sociétés canadiennes et ukrainiennes, et élargissement de l'accès à

afin de fournir des renseignements sur les possibilités de réseautage en vue d'investir en Ukraine.

2. Établissement de réseaux avec des membres d'autres chambres de commerce d'Europe de l'Est, au moyen de rencontres conjointes et d'échange d'information sur des manifestations commerciales.
3. Occasion de discuter des défis qui se présentent et des cas de réussite en Ukraine et d'obtenir des conseils d'autres membres de la Chambre.
4. Accès aux débouchés commerciaux (information sur les appels d'offres, la recherche d'associés, les possibilités d'investissement, les demandes ou les offres d'emploi, etc.) par l'entremise de la CUBI Chamber.

#### Information

1. Accès à de l'information portant sur les dernières activités commerciales entre le Canada et l'Ukraine, sur les événements politiques et économiques d'importance, sur les lois fiscales et sur les entreprises canadiennes et ukrainiennes.
2. Avis de convocation aux réunions, colloques et conférences de la CUBI Chamber qui présentent des sujets d'intérêt pour les membres, et tarifs réduits pour les membres qui y participent.
3. Accès à un site internet à jour avec des liens vers des nouvelles importantes sur l'Ukraine.

#### CUBI 2000

L'Initiative pour les entreprises Canada-Ukraine (Canada-Ukraine Business Initiative ou CUBI 2000) est un programme d'expansion du commerce visant à trouver de nouveaux débouchés et à créer des partenariats entre des sociétés et des organismes au Canada et en Ukraine. L'énergie, l'agriculture et le bâtiment sont les trois secteurs industriels qui ont une importance primordiale pour l'économie ukrainienne. Toutefois, il existe de nombreux autres domaines susceptibles d'intéresser les entreprises canadiennes.

La CUBI Chamber est en train de planifier CUBI 2000, manifestation qui se déroulera cette fois à Kiev en mai 2000.

#### CUBI 2000 permet de :

1. participer à des réseaux avec d'autres gens d'affaires de diverses régions du Canada qui étudient la possibilité d'exporter vers l'Ukraine;
2. rencontrer des gens d'affaires ukrainiens qui sont désireux de faire affaire avec des Canadiens;
3. étudier directement le marché éventuel pour votre produit, dans un milieu favorable et ouvert;
4. commencer à créer ou à étendre votre réseau ukrainien et obtenir des renseignements sur le marché ukrainien;
5. explorer la possibilité de conclure des ententes de coentreprise, des ententes commerciales et des contrats de licence et de tisser des liens avec l'industrie et l'administration publique;
6. profiter de l'occasion de participer à un tarif réduit.

Pour plus d'information sur la CUBI Chamber ou sur CUBI 2000, communiquer avec M<sup>me</sup> Gill Giles, directrice générale, CUBI Chamber, Winnipeg, tél. : (204) 477-1260, téléc. : (204) 477-6346, courriel : cubi.chamber@mb.sympatico.ca



La CUBI Chamber est un organisme bénévole national qui a pour objet de favoriser et de renforcer l'investissement et le commerce entre le Canada et l'Ukraine.

#### Buts

1. Encourager l'investissement canadien en Ukraine.

# Initiative pour les entreprises Canada-Ukraine

(CUBI Chamber)

2. Établir des réseaux et des stratégies pour travailler en Ukraine.
3. Repérer les secteurs du marché ukrainien les plus intéressants pour les entreprises canadiennes.
4. Appuyer la Commission économique intergouvernementale Canada-Ukraine en présentant les questions qui posent problème aux entreprises canadiennes exerçant des activités en Ukraine.
5. Consolider et maintenir l'appui des administrations publiques.
6. Exercer des pressions auprès des législateurs canadiens et ukrainiens en vue de simplifier le commerce entre les deux pays.

#### La CUBI Chamber offre les services suivants :

##### Représentations

1. Présentation de questions commerciales aux gouvernements canadien et ukrainien pour éliminer les obstacles au commerce de façon plus efficace et plus rapide.
2. Représentations auprès de la Commission économique intergouvernementale concernant des questions particulières touchant les sociétés canadiennes en Ukraine dans les secteurs de l'énergie, du bâtiment et de l'agriculture.
3. Développement des liens commerciaux entre les sociétés canadiennes et ukrainiennes, et élargissement de l'accès à

l'expérience des sociétés canadiennes qui font des affaires en Ukraine.

#### Contacts

1. Organisation de rencontres auxquelles participent des représentants clés des entreprises et des administrations publiques canadiennes et ukrainiennes

afin de fournir des renseignements sur les possibilités de réseautage en vue d'investir en Ukraine.

2. Établissement de réseaux avec des membres d'autres chambres de commerce d'Europe de l'Est, au moyen de rencontres conjointes et d'échange d'information sur des manifestations commerciales.
3. Occasion de discuter des défis qui se présentent et des cas de réussite en Ukraine et d'obtenir des conseils d'autres membres de la Chambre.
4. Accès aux débouchés commerciaux (information sur les appels d'offres, la recherche d'associés, les possibilités d'investissement, les demandes ou les offres d'emploi, etc.) par l'entremise de la CUBI Chamber.

#### Information

1. Accès à de l'information portant sur les dernières activités commerciales entre le Canada et l'Ukraine, sur les événements politiques et économiques d'importance, sur les lois fiscales et sur les entreprises canadiennes et ukrainiennes.
2. Avis de convocation aux réunions, colloques et conférences de la CUBI Chamber qui présentent des sujets d'intérêt pour les membres, et tarifs réduits pour les membres qui y participent.
3. Accès à un site internet à jour avec des liens vers des nouvelles importantes sur l'Ukraine.

#### CUBI 2000

L'Initiative pour les entreprises Canada-Ukraine (Canada-Ukraine Business Initiative ou CUBI 2000) est un programme d'expansion du commerce visant à trouver de nouveaux débouchés et à créer des partenariats entre des sociétés et des organismes au Canada et en Ukraine. L'énergie, l'agriculture et le bâtiment sont les trois secteurs industriels qui ont une importance primordiale pour l'économie ukrainienne. Toutefois, il existe de nombreux autres domaines susceptibles d'intéresser les entreprises canadiennes.

La CUBI Chamber est en train de planifier CUBI 2000, manifestation qui se déroulera cette fois à Kiev en mai 2000.

#### CUBI 2000 permet de :

1. participer à des réseaux avec d'autres gens d'affaires de diverses régions du Canada qui étudient la possibilité d'exporter vers l'Ukraine;
2. rencontrer des gens d'affaires ukrainiens qui sont désireux de faire affaire avec des Canadiens;
3. étudier directement le marché éventuel pour votre produit, dans un milieu favorable et ouvert;
4. commencer à créer ou à étendre votre réseau ukrainien et obtenir des renseignements sur le marché ukrainien;
5. explorer la possibilité de conclure des ententes de coentreprise, des ententes commerciales et des contrats de licence et de tisser des liens avec l'industrie et l'administration publique;
6. profiter de l'occasion de participer à un tarif réduit.

Pour plus d'information sur la CUBI Chamber ou sur CUBI 2000, communiquer avec M<sup>me</sup> Gill Giles, directrice générale, CUBI Chamber, Winnipeg, tél. : (204) 477-1260, téléc. : (204) 477-6346, courriel : [cubi\\_chamber@mb.sympatico.ca](mailto:cubi_chamber@mb.sympatico.ca)



(Suite de la page 1)

de financement dans le secteur. Les principales sociétés et institutions que l'on retrouve dans ce groupe comprennent les filiales d'entreprises étrangères comme Baxter, CAF-DCF, la Croix-Rouge, Janssen Pharma (Johnson & Johnson), Lilly,

début des années 1980. Certaines de ces entreprises avaient été créées à partir de groupes universitaires où l'on faisait une grande utilisation de technologies de base novatrices; il s'agit, entre autres, de Plant Genetic System (société qui exerce des activités importantes de fabrication et de

qui démarrent. Ces dernières se concentreront soit sur des produits ou des services innovateurs, soit sur des besoins particuliers de l'industrie, fournissant des solutions sur mesure qui, très souvent, constituent la base de liens à long terme avec des clients privilégiés.

Au Canada, en plus de l'investissement important effectué par Plant Genetic System en Saskatchewan, les relations d'affaires comprennent l'accord stratégique à long terme de coopération et de développement conjoint conclu entre SmithKline Beecham Biologicals de Belgique et Bio-Pharma de Laval (Québec). Ce partenariat vise le développement de nouvelles technologies pour la conception d'un vaccin antigrippal et pour la production d'ingrédients actifs utilisés en culture cellulaire, et le développement de nouveaux modes d'administration intranasale. Ces nouvelles technologies serviront un marché étendu et en croissance dans lequel, seulement en Europe et en Amérique du Nord, quelque 70 et 150 millions de personnes, respectivement, sont frappées par la maladie chaque année. Il s'agit d'un marché prometteur parce que la vaccination est la protection la plus rentable.

Pour conclure, le marché belge de la biotechnologie offre de très bons débouchés pour les PME et les plus grandes entreprises canadiennes, dans le domaine des partenariats commerciaux, technologiques et en recherche concertée. L'ouverture de l'économie belge et, plus précisément, la dimension internationale de son industrie de la biotechnologie, font de ce pays un point de départ idéal pour implanter des entreprises en Europe.

**Pour un aperçu plus complet** de l'industrie belge de la biotechnologie, consulter l'étude de marché canadienne disponible bientôt à l'adresse : [www.info-export.gc.ca/be](http://www.info-export.gc.ca/be) ou communiquer avec M. Bart Roefmans, attaché aux affaires commerciales, ambassade du Canada à Bruxelles, courriel : [bart.roefmans@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bart.roefmans@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Occasions d'affaires dans la biopharmaceutique en Belgique

Pharmacia-Upjohn, Pfizer et SmithKline Beecham Biologicals.

Parmi les entreprises belges typiques, on trouve Solvay. Cette société est associée à Solvay Pharma, de Scarborough (Ontario), qui emploie 140 personnes et qui se spécialise dans la fabrication du Pantoloc, médicament utilisé pour traiter les cas de reflux œsophagien. Solvay effectue aussi de la recherche en thérapeutique, en gastroentérologie, en cardiologie et en gynécologie. L'année dernière, cette société, qui souhaite conclure de nouvelles ententes de partenariat, a accru sa présence sur le marché des États-Unis grâce à des alliances avec Unimed Pharmaceuticals et Duramed Pharmaceuticals.

Une autre société belge prospère est UCB, qui est présente dans le monde entier. UCB est connue pour les médicaments Zyrtec et Kepra. Ce dernier médicament a reçu l'approbation de la FDA en décembre dernier et les ventes pour cette année devraient atteindre 225 millions de dollars américains. De son côté, Zyrtec, un antiallergique qualifié de médicament « vedette », a enregistré des ventes de plus de 1 milliard de dollars américains à l'échelle mondiale en 1999.

Les premières entreprises belges de biotechnologie ont ouvert leurs portes au

R-D au Canada), dans le secteur des industries agricoles et d'Eurogenetic, Eurogentec, Innogenetics et Medgenix dans le secteur des soins de santé.

La Belgique compte actuellement plus de 52 sociétés qui travaillent activement en biotechnologie. Ces entreprises emploient plus de 4 400 personnes et leur investissement en R-D dépasse 0,51 milliard de dollars (0,30 milliard d'euros) par an. Les budgets annuels de R-D de ces entreprises ont augmenté en moyenne de 40 % par année au cours des cinq dernières années.

Les progrès dans le domaine de la biotechnologie en Belgique se sont poursuivis régulièrement au cours des années 1990 avec l'arrivée de nouveaux intervenants comme Computer Cell Culture Center, DevGen, Euroscreen, Lambdatech, Tibotec, Virco et, plus récemment, CropDesign.

### Débouchés

En 1998, les recettes totales du secteur belge de la biotechnologie s'élevaient à 3,10 milliards de dollars (1,52 milliard d'euros). Les sociétés biopharmaceutiques plus importantes continuent d'avoir recours à l'impartition pour une partie de leurs activités de recherche et de fabrication, ce qui crée des débouchés pour des entreprises

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



**U**n an de travail acharné a permis à **Sonitec Inc.** de remporter un contrat de 435 000 \$ pour la fourniture d'un système de filtration de l'eau destiné aux tours de refroidissement du nouvel aéroport international d'Inchon, en Corée du Sud, qui doit entrer en service l'année prochaine.

La cellule filtrante à haute efficacité Vortisand®, dont la livraison est prévue pour la mi-avril, a déjà quitté l'usine de cette petite entreprise de Ville-Saint-Laurent. Ce gigantesque projet a été précédé par l'envoi, en octobre dernier, de huit filtres intégrés à du matériel de traitement de l'eau potable destiné aux troupes de maintien de la paix au Kosovo.

Face à la vive concurrence des fournisseurs américains de systèmes classiques, Sonitec a remporté ces deux contrats grâce à deux caractéristiques du Vortisand® en particulier : son encombrement réduit et sa séquence de filtration unique qui combine la centrifugation et la filtration sur sable ultra-fin. Les résultats ainsi obtenus sont 20 fois plus fins qu'avec les méthodes classiques.

### Importance du Service des délégués commerciaux

Les résultats impressionnants obtenus par Sonitec à l'étranger viennent de sa technologie novatrice, du fait qu'elle est concurrentielle et de ses techniques de commercialisation judicieuses. Selon M<sup>me</sup> Martine Ménard, coordonnatrice de la commercialisation de l'entreprise, le soutien du Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada a également joué un rôle essentiel, en particulier en Corée.

« La société d'ingénierie responsable de la construction de l'aéroport d'Inchon a tout d'abord pris contact avec nous lors d'un salon professionnel à San Francisco, en 1998. Une semaine plus tard elle nous demandait un devis », explique M<sup>me</sup> Ménard. « Afin de rassembler tous les renseignements manquants, nous avons fait appel à l'ambassade à Séoul, avec laquelle nous sommes depuis en contact étroit.

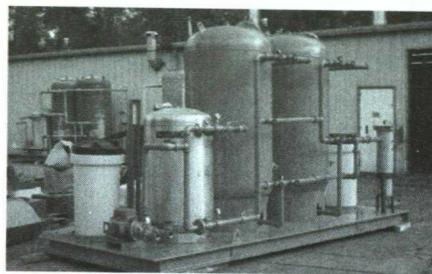
« Le personnel du SDC, en particulier l'agent de commerce, M. Y.H. Choi, a fait sans tarder un certain nombre d'appels pour notre compte et a trouvé l'information dont nous avions besoin. Non seulement ces recherches nous ont fourni une documentation essentielle sur le projet,

mais elles nous ont également aidés à vérifier le sérieux et l'intégrité de nos interlocuteurs coréens », ajoute M<sup>me</sup> Ménard.

L'entreprise, qui est inscrite dans WIN Exports, la base de données du ministère des Affaires étrangères et du Commerce

# Percée d'une société québécoise novatrice grâce à sa technique de filtrage

international (MAECI), est cependant loin d'en être à ses débuts en matière d'exportation. Selon son président, M. Alain Blais, les exportations à l'échelle mondiale représentent près de 70 % de la produc-



La cellule filtrante à haute efficacité Vortisand®.

tion totale de Sonitec qui est en passe d'ajouter le Japon aux marchés qu'elle a récemment conquis. Elle se prépare, en collaboration avec la Japan External Trade Organization (JETRO), pour un important salon professionnel sur les produits de protection de l'environnement et de recyclage, qui aura lieu en mai à Tokyo, et fera alors appel au personnel du SDC pour organiser des rencontres.

### Conseils pratiques pour l'exportation

M<sup>me</sup> Ménard et M. Blais ont quelques conseils aux entreprises en environnement qui se lancent dans l'exportation : « Il est essentiel d'avoir un produit concurrentiel et de fournir un excellent service avant et après la vente. Il est également très important d'avoir une image professionnelle et un site internet. De nombreuses demandes de renseignements nous ont été adressées de partout dans le monde par l'intermédiaire de notre site (distributeurs

que nos produits intéressent, sociétés aux exigences particulières). Ces demandes nous présentent sans cesse de nouveaux défis, que nous sommes capables de relever la plupart du temps.

« Au-delà des évidences (par exemple, la

nécessité d'un plan de commercialisation bien conçu pour aborder les pays cibles), on peut inclure dans les stratégies efficaces celles qui consistent à rester très en vue en faisant de la publicité dans les publications de l'industrie, à participer aux missions et aux salons commerciaux, et à faire appel aux très nombreuses ressources que le gouvernement met à notre disposition. Par exemple, nous trouvons que *CanadExport* est une source fiable de renseignements et de pistes intéressantes ».

### Variété des produits

Utilisé partout en Amérique du Nord (universités, hôpitaux, grandes installations industrielles et municipalités), le filtre Vortisand® sert à diverses applications comme la filtration de l'eau sur tour de refroidissement, le traitement des eaux usées industrielles (réutilisation de l'eau), la filtration de l'eau potable et de l'eau des piscines. Sonitec fabrique également l'appareil de séparation membranaire Osmotec<sup>MD</sup>, qui utilise l'osmose inverse pour déminéraliser l'eau des chaudières et des réservoirs d'humidificateurs.

La société possède une autre usine qui emploie 7 personnes à Holyoke (Massachusetts), mais effectue 80 % de sa production à son siège social, au Québec, qui compte 15 employés.

**Pour plus d'information** sur Sonitec Inc., communiquer avec M<sup>me</sup> Martine Ménard, tél. : (514) 335-2200, sans frais : (888) 876-9655, téléc. : (514) 335-2295, courriel : [sales@vortisand.com](mailto:sales@vortisand.com) internet : [www.vortisand.com](http://www.vortisand.com) ✪



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 500 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# é de ommentaire

ensemble des pays de l'Union  
européenne.

**Le consommateur japonais**  
Les consommateurs japonais de-  
pendent de plus en plus des produits  
alimentaires pratiques, considérés

de plie dans la région du Kansai  
(4,2 kg) dépasse de 90 % celle de  
la région de Kanto (2,2 kg).

## Tendances

Bien que les produits agricoles de  
base dominent actuellement les

## Règlements

Beaucoup des règlements techniques japonais  
en matière de produits alimentaires peuvent  
compliquer la tâche des exportateurs canadiens.  
Cependant, des progrès continuent d'être réa-  
lisés chaque année pour réduire davantage les  
incidences de ces obstacles réglementaires.

## Le marché japonais des produits de la pêche - Faits en bref (1998)

Consommation annuelle de fruits de mer par habitant	72 kg
Volume des importations de poissons	3,1 million tonnes
Valeur des importations de poissons	19,8 milliards \$
Approvisionnement étranger du marché total des fruits de mer	40 %
Part canadienne du marché	3,5 %
Classement du Canada	10 <sup>e</sup> exportateur en termes d'importance

comme sains (c'est-à-dire faibles en  
gras et en sel), et dont les prix sont  
compétitifs. Alors que, dans le passé,  
le prix des produits alimentaires au  
Japon était secondaire par rapport  
à la qualité, les consommateurs  
japonais se préoccupent maintenant  
davantage d'obtenir un produit de  
qualité à un prix raisonnable.

Le Japon n'est pas un  
marché de consommation  
homogène. Il existe des dif-  
férences régionales notables  
quant aux préférences ali-  
mentaires. Par exemple, la  
consommation annuelle de thon et  
de saumon par habitant est de près  
de 50 % supérieure dans la région  
de Kanto ou la région de l'Est du  
Japon (9,2 Kg), par rapport au  
Kansai ou la région de l'Ouest  
(6,3 kg). Par contre, la consom-  
mation par habitant de sparidé et



exportations de produits agroali-  
mentaires vers le Japon, une  
grande variété de produits de con-  
sommation alimentaire ont un  
potentiel significatif de  
croissance. Par exemple, il  
existe une forte demande  
pour les produits céré-  
aliers, les fruits et légumes  
frais et congelés, et les  
produits laitiers.

Le Japon continue égale-  
ment d'être le plus grand  
importateur de produits de  
la pêche du monde. Le  
rapport intitulé « Le mar-  
ché agroalimentaire au  
Japon » décrit certains  
débouchés qui s'offrent  
aux exportateurs cana-  
diens de produits de la  
pêche traditionnels et non  
traditionnels.

## Ce marché vous intéresse ?

Il existe de nombreux débouchés pour les  
exportateurs canadiens de produits agroali-  
mentaires et de produits de la pêche sur le  
marché japonais. Bien qu'il y ait une concu-  
rence internationale marquée sur le marché  
japonais, en adaptant votre produit aux  
besoins des importateurs japonais, vous pour-  
rez entrer en compétition avec des fournisseurs  
étrangers. Pour en savoir plus au sujet des  
débouchés dans ce pays, consultez le rapport  
complet, intitulé « Le marché agroalimentaire  
au Japon ». Ce rapport est disponible en ligne  
à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

**V**ous planifiez actuellement une visite dans votre marché cible. Vous avez décidé de faire traduire les brochures de votre entreprise afin de bien la mettre en valeur. Pendant votre séjour, vous aurez aussi besoin des services d'un interprète et d'un endroit pour exposer

lisés dans ce domaine. Chaque mission tient une liste de fournisseurs de confiance dont les prix sont concurrentiels.

### Bureaux ou salles d'exposition temporaires

Même si vous voyagez avec votre ordina-

mission. Toutefois, un tel arrangement ne s'effectue qu'à titre exceptionnel et les entreprises ne doivent pas s'attendre à ce que de tels locaux soient à nouveau disponibles au moment de leur prochaine visite ou dans d'autres missions.

**Pour obtenir** une liste de fournisseurs de services suggérés sur divers marchés étrangers, nous vous invitons à visiter notre site internet ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)). Vous y trouverez aussi de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada.

### Le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) — Services de base

• Aperçu du potentiel de marché

- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

## Le Service des délégués commerciaux du Canada Services additionnels : services d'affaires, bureaux et salles d'exposition temporaires

un échantillonnage de vos produits. Vous pouvez compter sur l'aide du Service des délégués commerciaux du Canada pour obtenir ces services ainsi que d'autres services d'affaires.

### Services d'affaires

Il existe sûrement des spécialistes, dans votre marché cible, qui peuvent vous fournir des services de traduction, d'interprétation ainsi que d'autres services professionnels. Mais il peut parfois s'avérer difficile de les repérer. C'est ici que nous entrons en jeu. Nous pouvons vous recommander des entreprises locales fiables qui pourront satisfaire à tous les besoins de votre entreprise. Si vous souhaitez effectuer une étude de marché approfondie dans votre marché cible, nous pouvons vous aider en vous dirigeant vers des professionnels compétents, spécia-

teur portatif, votre agenda électronique de poche et votre téléphone cellulaire, vous trouverez peut-être qu'un bureau portable n'est pas suffisant. Bien des hôtels proposent à leur clientèle des locaux équipés. Cependant, si votre hôtel n'entre pas dans cette catégorie, nous pouvons vous recommander des fournisseurs compétents qui mettront une salle à votre disposition ou en trouveront une pour vous.

S'il vous faut une salle pour donner une séance d'information ou exposer un échantillonnage de vos produits, notre personnel local pourra vous prêter main-forte. Beaucoup de nos missions ne disposent pas de locaux de ce genre, mais celles qui en sont dotées pourront les mettre à votre disposition, si cela ne dérange pas les activités officielles de la



### Services additionnels

- Rendez-vous et réunions
- Soutien logistique
- Services d'affaires
- Participation à des événements
- Bureaux et salles d'exposition temporaires ✪

## Le consulat du Canada à Naples

(Suite de la page 2)

départ, le voyage et l'arrivée au quai 21 », organisée par l'ambassade en collaboration avec la Pier 21 Society de Halifax et le port de Naples.

Au nombre des autres activités, signalons un concert présenté par la pianiste et chanteuse de jazz et de blues, Almeta Speaks, et par le groupe Canadian Brass; une exposition de photographies de Sheila McKinnon ayant pour thème « Pour eux », commémorant le 10<sup>e</sup> anniversaire

de la Convention relative aux droits de l'enfant; et un colloque sur la coopération et le développement en Afrique sous le thème « L'Afrique : le Canada et l'Italie partagent leur expérience ».

Les événements ont concouru à mieux faire connaître le Canada en Italie, sur le plan local, régional et national, et à fortement rehausser son image, celle d'un pays à la fine pointe de la technologie qui offre à l'Italie des occasions de partenariats. Le

Canada a aussi nettement amélioré son image culturelle dans le sud de l'Italie. Bref, les Napolitains ont maintenant une conception bien différente du Canada et des Canadiens, celle d'un partenaire éventuel.

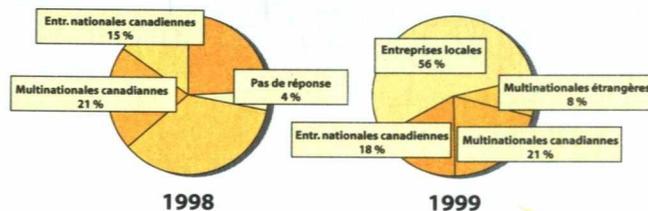
L'enjeu est de poursuivre l'impulsion donnée pour établir des liens commerciaux et culturels plus étroits et durables entre Naples et le Canada.

**Pour plus d'information** sur les débouchés en Italie, communiquer avec M<sup>me</sup> Loreta Giannetti, Direction de l'Europe du Sud, MAECI, tél. : (613) 996-5263, courriel: [loreta.giannetti@dfait-maeci.gc.ca](mailto:loreta.giannetti@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Résumé des résultats...

- En 1998 et en 1999, le Centre des études de marché (CEM) a interrogé 306 et 500 clients respectivement.
- Les résultats montrent clairement que le CEM rejoint sa clientèle cible, les PME.
- Les clients estiment que les études de marché du CEM sont des outils importants, qu'elles sont bien rédigées, bien présentées et faciles à obtenir, et ils les utilisent à des fins stratégiques.

- La très grande majorité des clients préfèrent recevoir les études par voie électronique, c'est-à-dire par Internet
- Dans l'ensemble, le degré de satisfaction des clients à l'égard des études de marché se maintient à un niveau élevé.



## Qui sont nos clients

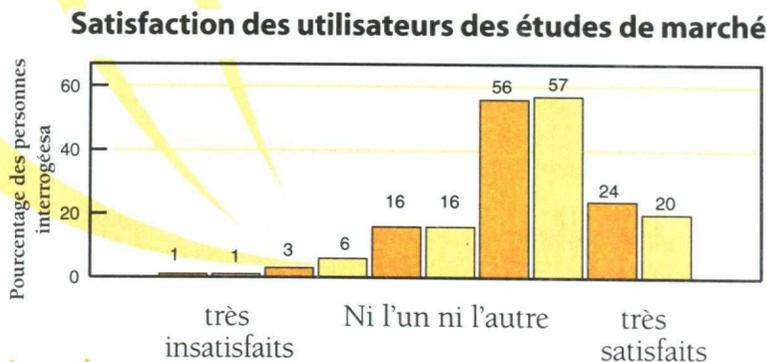
Principales catégories :	1998	1999
• Service commerciaux.....	31 %	33 %
• Fabrication.....	17 %	19 %
• Vente au détail.....	9 %	12 %
• Haute technologie.....	17 %	10 %
• Moins de 20 employés.....	59 %	57 %
• Ventes annuelles au Canada de moins de 5 millions de dollars.....	64 %	57 %

## Comment nos clients qualifient-ils nos études ?

	1998	1999
Faciles à obtenir.....	89 %	84 %
Faciles à comprendre.....	83 %	89 %
Bien écrites.....	85 %	86 %
Biens présentées.....	85 %	86 %
Sujet faciles à trouver.....	75 %	76 %

## Satisfaction des clients

■ 1998 ■ 1999  
(Il n'y a pas de différence statistiquement significative entre les pourcentages.)

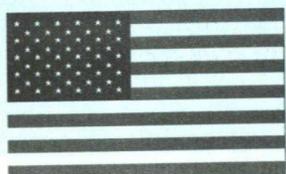


## les clients utilisent les études aux fins suivantes

	1998	1999
Pour obtenir des renseignements sur un marché ciblé.....	62 %	63 %
Pour définir des marchés éventuels.....	54 %	50 %
Pour trouver des contacts et (ou) établir un réseau.....	27 %	33 %
Pour définir des produits et (ou) services possibles pour un marché donné.....	16 %	27 %

## Prochaine étapes de nos clients

	1998	1999
Poursuivre la recherche.....	56 %	52 %
Communiquer avec une mission commerciale ou un agent de commerce du Canada à l'étranger.....	26 %	38 %
Visiter le marché.....	35 %	34 %
Chercher un agent/distributeur.....	31 %	31 %



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## Un grand saut sur le marché de la Nouvelle-Angleterre

**L**e consulat général du Canada à Boston dessert cinq des six États de la Nouvelle-Angleterre : le Rhode Island, le Massachusetts, le Vermont, le New Hampshire et le Maine. Le sixième, c'est-à-dire le Connecticut, fait partie du territoire du consulat du Canada à New York. Le consulat général du Canada à Boston dessert aussi Saint-Pierre-et-Miquelon.

Voisine immédiate du Canada, la Nouvelle-Angleterre représente un marché de 13 millions d'habitants possédant un revenu disponible et un pouvoir d'achat élevés. En effet, les salaires y sont de 16 % supérieurs à la moyenne nationale et le taux de chômage, de 3,1 %, est parmi les plus faibles de toutes les régions des États-Unis.

On considère en général que les secteurs d'activité les plus prometteurs et offrant le plus de potentiel sont la biotechnologie, la réseautique, les soins de santé, les services financiers, les produits chimiques et plastiques et la technologie de l'environnement. En outre, la Nouvelle-Angleterre est le principal point d'entrée et le plus gros débouché des produits de la pêche de l'Est canadien : la moitié du commerce de produits de la mer des États-Unis passe par la région de Boston. Le fait que les Américains soient des consommateurs avertis et que la demande aille dans le sens d'une plus grande diversité rend ce marché intéres-

sant pour les entreprises canadiennes qui vendent du poisson, des fruits de mer et des produits de l'aquaculture.

### Ocean Pier : une petite entreprise avec de grandes idées

Entreprise de transformation et de production de poisson fondée en 1989, Ocean Pier Inc. est rapidement devenue une société d'exportation prospère et novatrice. Située à Scoudouc, au Nouveau-Brunswick, et employant actuellement 30 personnes toute l'année, cette entreprise progressiste se spécialise dans les produits gastronomiques du poisson et des fruits de mer.



miques du poisson et des fruits de mer.

Le Conseil national de l'American Tasting Institute a récemment reconnu la qualité supérieure des produits d'Ocean Pier en décernant à cette société le prestigieux « American Taste Award of Excellence » à San Francisco.

Ocean Pier a commencé à exporter en 1993, avec un seul produit — la lasagne aux fruits de mer. Aujourd'hui, on trouve de nombreux plats d'Ocean Pier sur les rayons des grands supermarchés américains tels que Shaws, Stop & Shop et Price Choppers.

L'entreprise continue à prendre de l'expansion et à grandir : 80 % de ses recettes viennent des exportations et elle a récemment conclu son premier contrat de marque de distributeur avec une nouvelle chaîne américaine.

Un des facteurs clés de la réussite d'Ocean Pier tient au fait qu'elle utilise des ressources accessibles aux entreprises canadiennes qui veulent profiter de la conjoncture favorable en Nouvelle-Angleterre. L'International Boston Seafood Show [foire internationale des fruits de mer de Boston], à laquelle Ocean Pier a participé cette année pour la troisième fois, revêt une importance particulière pour l'entreprise : c'est là que ses représentants ont pris contact pour la première fois avec d'importants distributeurs, qui ont plus tard contribué à introduire ses produits sur le marché américain.

### L'International Boston Seafood Show, vitrine importante du secteur des fruits de mer

Lancée au départ par le consulat général du Canada, l'International Boston Seafood Show est devenue la plus grande et la plus prestigieuse exposition de ce genre en Amérique du Nord. L'édition de cette année a eu lieu du 7 au 9 mars à Boston, et comportait des stands de producteurs de fruits de mer frais, congelés ou vivants, et des présentations des technologies les plus récentes pour le contrôle de la qualité, le transport et le stockage.

Cette année, les exposants ont eu une occasion unique de présenter leurs produits à des acheteurs venus de partout dans le monde. En 1999, les acheteurs ont dépensé plus de 8,5 millions de dollars sur les lieux de l'exposition même. Le Canada

Voir page 11

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

était bien représenté, les entreprises canadiennes formant le second groupe d'exposants en importance après les entreprises américaines. Le stand d'information des entreprises canadiennes a contribué à



M. Pierre Beaudoin, président et chef de l'exploitation de Bombardier Produits récréatifs Inc., a pris la parole devant les membres du NECBC, lors d'un déjeuner à l'hôtel Seaport de Boston le 1<sup>er</sup> décembre 1999.

rehausser l'image du Canada, et une réception offerte par le consul général, M<sup>me</sup> Mary Clancy, a fourni aux participants du Canada et aux acheteurs éventuels une occasion unique de constituer un réseau de relations.

### Le New England Canada Business Council

Former de bons réseaux de relations est l'un des meilleurs moyens de réussir. Pour introduire des produits dans une région, les entreprises prospères doivent y établir des contacts et y nouer de solides relations. Une société qui souhaite accéder au marché de la Nouvelle-Angleterre a la chance d'avoir à sa disposition un certain nombre de ressources intéressantes qu'elle peut utiliser

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

pour pénétrer le marché et s'y implanter.

Le New England Canada Business Council (NECBC) est une de ces ressources. Fondé en 1981, le NECBC est un réseau actif d'entreprises et de personnes qui partagent un intérêt commun, à savoir le renforcement des liens commerciaux, politiques et culturels qui existent depuis longtemps entre le Canada et la Nouvelle-Angleterre. Les manifestations fréquemment organisées par le NECBC offrent aux dirigeants d'entreprises des deux côtés de la frontière des forums où ils peuvent se rencontrer dans un contexte professionnel qui favorise la création de précieuses relations d'affaires.

M. Pierre Beaudoin, président et chef de l'exploitation de Bombardier Produits récréatifs Inc. a dirigé, en décembre dernier, un groupe de représentants d'entreprises de l'Estrie, au Québec, à un déjeuner d'affaires à Boston, dont le thème était les organisations virtuelles. Au cours de prochains déjeuners du NECBC à Boston, on pourra entendre, le 12 avril 2000, M. Thomas d'Aquino, président et chef de la direction du Conseil canadien des chefs d'entreprise et, le 31 mai 2000, M. Dominic D'Allessandro, président et directeur général de la Financière Manuvie.

Chaque année, le NECBC organise la principale conférence nord-américaine sur l'énergie. Cette année, la **8th Annual U.S.-Canada Energy Trade and Technology Conference** [huitième conférence annuelle canado-américaine sur l'énergie, le commerce et la technologie] aura lieu le 3 novembre 2000. Suivant de près l'évolution du marché, le NECBC s'occupe aussi de lancer un tout nouveau projet sur la haute technologie, qui commencera la première semaine de juin par une conférence intitulée « Northern Lights Illuminating

Canada's High-Tech Opportunities ».

Aux dires de M. Richard J. Terrazas, président et directeur général du NECBC, « Nos membres viennent de milieux divers. Ils représentent de nombreux secteurs d'activité, ce qui donne lieu à des échanges d'idées profitables sur des questions très diverses. »

## L'InfoCentre du consulat à Boston: porte d'entrée vers la Nouvelle-Angleterre

L'InfoCentre du consulat général du Canada à Boston est un guichet unique pour les entreprises canadiennes qui ont effectué des recherches sur la Nouvelle-Angleterre et ont choisi cette région comme marché cible. L'InfoCentre répond aux demandes de renseignements écrites d'une entreprise dans un délai de cinq jours après la réception de la demande. Il est en mesure de fournir à cette entreprise une liste des contacts locaux ainsi que des renseignements stratégiques sur son secteur. Lorsqu'il en existe, l'InfoCentre peut aussi lui communiquer des études de marché qui pourront l'aider à mieux se préparer en vue de son entrée sur ce marché dynamique, où l'on trouve une vigoureuse coexistence de secteurs traditionnels et de secteurs émergents.

Les entreprises peuvent communiquer avec l'InfoCentre par l'internet à l'adresse suivante : [boston.commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:boston.commerce@dfait-maeci.gc.ca) ou, par télécopieur, au numéro (617) 262-3415.

## La taxe d'affaires unique du Michigan

La taxe d'affaires unique du Michigan (Single Business Tax ou SBT) est une taxe sur la valeur ajoutée qui est particulière à l'État du Michigan. Les entreprises canadiennes dont les recettes brutes au Michigan dépassent 250 000 \$ pourraient être assujetties à cette taxe et devoir produire annuellement des déclarations de revenus. Pour trouver réponse à vos questions et déterminer quelles étapes vous devrez suivre si vous croyez que votre

entreprise peut être assujettie à la SBT au Michigan, cliquez sur le bouton du groupe de discussion et de la diffusion Web (Webcast) mis sur pied par le consulat général du Canada à Detroit en collaboration avec la London Economic Development Corporation plus tôt cette année. Le groupe de discussion sera offert jusqu'au 31 mai à la section du commerce du site internet du consulat ([www.dfait-maeci.gc.ca/~detroit](http://www.dfait-maeci.gc.ca/~detroit)) \*

**L**e marché de Hong Kong est très concurrentiel, mais ouvert aux entreprises du secteur agricole et agroalimentaire canadiens. C'est le seul marché d'Asie où des gammes complètes de produits alimentaires canadiens sont représentées dans les supermarchés.

Les produits agroalimentaires forment la principale composante des exportations canadiennes vers Hong Kong, puisque, pour les 10 premiers mois de 1999, ils représentaient 28 % de ces exportations ou une valeur de 341 millions de dollars. Bien que ce chiffre soit très inférieur aux

# L'agroalimentaire à Hong Kong



729 millions de dollars atteints en 1998 — en raison des restrictions temporaires imposées par la Chine et de la baisse mondiale des prix de certains produits alimentaires en 1999 — on prévoit que

les exportations de produits agroalimentaires reviendront à une croissance positive du fait que l'économie de Hong Kong devrait connaître une expansion de 3,5 % en 2000.

Les secteurs porteurs sont les produits laitiers, la viande frigorifiée, les issues congelées, les produits nutraceutiques, les fruits et légumes frais et congelés et les poissons et fruits de mer.

## Succès canadiens

Depuis deux ans, plusieurs entreprises canadiennes se sont établies et ont étendu  
Voir page 16 - L'agroalimentaire

## Miser gagnant sur le Web

(Suite de la page 1)

des Émirats arabes unis. Ce premier succès a été suivi de la conception d'un site internet primé pour le magasin de détail Réno-Dépôt spécialisé dans la rénovation domiciliaire. L'an dernier, lorsque les Douanes pour l'ALENA cherchaient une entreprise

trois langues constitue une source d'informations essentielles pour les exportateurs qui travaillent sur le marché nord-américain.

« Nous avons rencontré des employés des douanes canadiennes, américaines et mexicaines ici à Montréal pour déterminer leurs besoins, explique M. Zaccour. La CCC a envoyé un représentant d'Ottawa pour nous aider dans les discussions, ce qui nous a été très utile. Et tout au long du projet, la CCC s'est occupée aussi des aspects juridiques. »

### Clients et partenaires

« La CCC nous a fourni la crédibilité dont nous avons besoin pour mener à bien un projet comme celui-ci, précise M. Zaccour. Et notre travail dans le cadre de ce marché nous a également ouvert de nouvelles portes. »

Les 15 employés à plein temps et 10 à contrat de Clickon proposent maintenant des solutions en technologie de l'information à une clientèle plus étendue, qui compte, entre autres, le géant en ingénierie SNC Lavalin et l'Ordre des comptables généraux licenciés du Québec. L'entreprise travaille actuellement à la mise au point d'applications de commerce électronique.

« Nous faisons constamment de la recherche-développement, précise M. Zaccour, pour offrir à nos clients les outils dont ils ont besoin. Le but est avant tout de faire parfaitement équipe avec nos clients, tout comme la CCC l'a fait avec nous. » \*



M. Albert Zaccour, président, Clickon Technologies

capable de planifier, de concevoir et d'héberger leur site internet, Clickon figurait sur la liste des fournisseurs qualifiés de la CCC.

« C'est la CCC qui nous a donné le tuyau pour le site internet des Douanes pour l'ALENA. Nous avons présenté une offre, puis nous avons décroché le contrat, confie M. Zaccour. Mais l'équipe de la CCC nous a épaulés tout au long du projet. À plusieurs égards, elle a fait office de gestionnaire de projet. »

Grâce à sa vaste expérience de la réglementation et de l'exportation, le personnel de la CCC a guidé Clickon dans toutes ses transactions avec les représentants des trois gouvernements de l'Amérique du Nord qui avaient leur mot à dire sur le site internet de l'ALENA. Ce site internet en

## LA CCC

### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121, courriel: info@ccc.ca internet: www.ccc.ca

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**THAÏLANDE — Équipement destiné à une centrale hydroélectrique** — L'Office thaïlandais de l'électricité lance un appel d'offres cachetés en vue de la conception, de la fabrication, des épreuves en atelier, de la fourniture, de la livraison et de la supervision de montage, de vérification sur place et de mise en service de l'équipement pour la centrale hydroélectrique de Sirikit (rénovation des unités 1-3). Les soumissions seront

ouvertes publiquement le 9 mai 2000. Ce projet est financé par l'Office. Les documents de soumission seront disponibles aux fins de l'examen des compétences des soumissionnaires et pour achat, moyennant des frais non remboursables de 500 \$US ou 20 000 baht pour un ensemble de deux exemplaires ou de 250 \$US ou 10 000 baht pour tout exemplaire supplémentaire. Date de clôture : le 9 mai 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000216-00604.

**SYRIE — Débouchés pour les investisseurs dans la production de verre calorifuge** — Le projet proposé vise la fabrication de verre calorifuge, pour usage au foyer, à des fins médicales ou dans les laboratoires. D'une capacité de production brute prévue de 900 tonnes par année, le projet se déroulera dans la région du Centre-Ouest (Homs et Hama) ou du Nord (Aleppo). Il permettra de produire un substitut local au verre calorifuge, qui est actuellement importé. Le coût de l'investissement est évalué à 175 millions de livres syriennes (3,5 M\$US), dont 2,5 % serviront à financer le fonds de roulement. Selon les prévisions sur 10 ans, le taux de rendement interne du projet ressort à 21,2 %. Date de clôture : le 17 mai 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000216-00593.

**HONG KONG — Produits alimentaires non périssables** — Aqua Pure Distilled Water Co. Ltd. recherche des fournisseurs de produits alimentaires non périssables pour compléter sa gamme d'eau en bouteille et de café instantané. L'entreprise souhaite offrir d'autres marchandises sèches, de

préférence celles dont la marque est connue des consommateurs, dans le cadre de ses ventes actuelles à des cuisines dans des lieux de travail. Date de clôture : le 28 avril 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000201-00390.

**RÉPUBLIQUE KIRGHIZE — Programme de développement régional en agriculture** — Le gouvernement du Kirghizistan a reçu de la Banque asiatique de développement (BAD) un prêt de 38 millions de \$US pour son programme de développement agricole. L'objectif de développement à long terme consiste à accroître le revenu des agriculteurs de la région de Chui Oblast; à court terme, le programme vise à hausser la productivité et la rentabilité des installations agricoles dans certaines régions. Le programme comporte quatre volets : (i) développement des installations agricoles; (ii) drainage et irrigation; (iii) mise en place de services privés liés à la commercialisation et à l'offre de facteurs de production et (iv) gestion de projet. Le projet dispensera notamment une formation sur le tas et d'autres types de formation dans le but d'améliorer les connaissances et les compétences des agriculteurs et des entrepreneurs. L'acquisition des produits et des services visés par le projet s'effectuera conformément aux lignes directrices de la BAD en matière de marchés. Les gros biens d'équipement feront l'objet d'appels d'offres concurrentiels internationaux ou de consultations auprès de fournisseurs étrangers, tandis que les ouvrages civils feront l'objet d'appels d'offres concurrentielles locales. Le ministère de l'Agriculture et des Ressources hydriques sera l'autorité contractante, tandis que l'administration de Chui Oblast, avec l'aide de l'unité de gestion de projet, jouera le rôle d'organisme d'exécution. Date de clôture : le 1<sup>er</sup> mai 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux au COAI, tél.: (613) 996-0675, téléc.: (613) 996-2635, en indiquant le numéro de dossier 000216-00601.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) \*



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

## Publication d'avis de marchés par la Banque mondiale : grands changements

Les entreprises canadiennes doivent prendre note de changements apportés par la Banque mondiale dans la publication des avis de marchés publics. Suivant la nouvelle façon de procéder, les emprunteurs ne sont plus tenus de faire paraître un avis dans la version papier de *United Nations Development Business (UNDB)*, pour les éléments suivants :

- expressions d'intérêt visant des services d'experts-conseils d'une valeur de 200 000 \$US ou plus;
- avis de marchés spécifiques de biens et de services d'une valeur de moins de 10 millions de dollars américains.

En conséquence, il n'y aura plus de correspondance exacte entre la version électronique et la version papier, puisque certaines expressions d'intérêt ou certains avis paraîtront uniquement dans la version électronique. La version papier

devient donc pratiquement désuète. Depuis le lancement de la version électronique d'*UNDB* en décembre 1998, les abonnés pouvaient choisir de recevoir uniquement la version papier (495 \$US par année), ou d'avoir accès aux deux versions (695 \$US par année).

Pour plus de renseignements sur l'abonnement à *UNDB*, consulter le site [www.devbusiness.com](http://www.devbusiness.com)

Pour obtenir, sans frais, des conseils et des renseignements sur la manière de faire affaire avec la Banque mondiale et sur l'accès et l'interprétation de ces renseignements et d'autres sources d'information de la Banque mondiale sur les marchés publics, les entreprises canadiennes sont invitées à consulter le site internet du Bureau de liaison avec les institutions financières internationales de l'ambassade du Canada à Washington, à [www.ambassadeducanada.org/blifi](http://www.ambassadeducanada.org/blifi) \*

## Vietnam : la Francophonie réunit commerce et culture pour promouvoir le Canada

Pour faire écho au 8<sup>e</sup> sommet de la Francophonie tenu en septembre dernier à Moncton, et pour promouvoir les liens dans le domaine de la francophonie entre le Canada et le Vietnam, le consulat général du Canada à Ho Chi Minh-Ville avait organisé à la même époque une manifestation intitulée « Journées de la Francophonie canadienne ».

Le clou de la manifestation, lancée et organisée par la déléguée commerciale en chef et vice-consul du Canada à Ho Chi Minh-Ville, M<sup>me</sup> Bonny Berger, a été la remise d'une bourse d'études canadienne de 10 000 \$ à M. Vuong Phuoc Tri, choisi parmi plus de 100 jeunes concurrents vietnamiens.

La bourse, qui a également vu le jour grâce aux efforts de M<sup>me</sup> Berger, était

offerte par McCain Foods Limited, l'une des plus importantes sociétés canadiennes qui exportent au Vietnam, et appuyée par Nortel Networks et Cathay Pacific. Elle permettra notamment à M. Tri, étudiant de 23 ans dans sa dernière année de médecine à l'Université de Ho Chi Minh-Ville, de continuer ses études à l'Université de Moncton l'automne prochain.

Les « Journées », qui comprenaient également un festival de films franco-canadiens, ont ainsi permis de promouvoir non seulement les biens et les services canadiens (McCain et Nortel), mais aussi la culture et l'éducation (considérée d'une importance capitale au Vietnam), domaines de fortes compétences canadiennes. \*

## Une entreprise conjointe en Pologne

En novembre dernier, l'ambassadeur du Canada en Pologne, M. Donald McLennan, a assisté à l'ouverture officielle du bureau polonais de la société torontoise TrizecHahn Corporation.

TriIDM Development Sp. z o.o., de Varsovie, est une entreprise conjointe polonaise qui regroupe TrizecHahn Europe et International Development Management (IDM). TrizecHahn Europe a pour rôle d'élaborer et de gérer divers projets européens devant être réalisés conjointement par la TrizecHahn Corporation et des partenaires locaux dans des pays d'Europe. L'entreprise conjointe, dont le financement est entièrement assuré par des capitaux canadiens, a pour but d'accroître les activités commerciales en Pologne, par l'aménagement de centres commerciaux et de complexes de divertissement dans des grandes villes. Les activités de TrizecHahn en Pologne viennent confirmer l'importance prioritaire du secteur de la construction pour les investisseurs et exportateurs canadiens.

D'autres entreprises canadiennes sont également présentes sur le marché polonais de l'immobilier et de la construction, notamment Royal Technologies Group, de Woodbridge (Ontario); la Caisse de dépôt et de placement du Québec, de Montréal, par ses filiales CADIM Inc. et Ivanhoe; Nascor, de Calgary; INDRA, de Montréal; Colliers, de Vancouver.

TrizecHahn (actif supérieur à 9 milliards de \$US), est l'une des plus grandes entreprises immobilières cotées en bourse en Amérique du Nord.

Pour tout renseignement sur l'entreprise conjointe ou sur les débouchés en Pologne, communiquer avec M. Adam Kapitan Bergman, agent de commerce, ambassade du Canada à Varsovie, tél. : (011-48-22) 629-8051, téléc. : (011-48-22) 622-9803, courriel : [Adam.Bergman@dfait-maeci.gc.ca](mailto:Adam.Bergman@dfait-maeci.gc.ca) \*

MEXICO — 16-19 mai 2000 — Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et l'ambassade du Canada à Mexico organisent un pavillon canadien à Comdex 2000.

Avec 230 exposants et 33 000 visiteurs inscrits en 1999, Comdex est le salon professionnel le plus vaste et le plus important dans le domaine du logiciel et des technologies de l'information et des communications (TIC) au Mexique et l'un des deux plus grands en Amérique latine. Comdex 2000 offre aux entreprises canadiennes fournissant du logiciel et d'autres produits et services liés aux TIC une excellente occasion :

- d'évaluer directement le potentiel du marché mexicain au moyen d'échanges avec un public avisé et bien circonscrit d'acheteurs et de décideurs mexicains;
- de créer des occasions de vente;
- de rencontrer les agents et les distributeurs et de se rendre compte de la concurrence;

## Foire Comdex 2000 de Mexico : le pavillon du Canada vous attend

- d'explorer les possibilités de réaliser certaines activités au Mexique et en Amérique centrale.

Avec une croissance de 10 % en 1998 et de 13 % en 1999, le secteur mexicain des TIC continue de progresser plus rapidement que l'économie du pays dans son ensemble. Les domaines les plus prometteurs pour le Canada comprennent l'internet et le commerce électronique, les didacticiels et les logiciels utilisés dans les télécommunications et la fabrication, de même que plusieurs secteurs en plein essor — finance et industrie, transports, logistique et accueil (hôtels, centres de villégiature, restaurants).

Lors du salon de l'an dernier, d'importantes sociétés canadiennes comme Corel, Hummingbird et Cognos ont fait partie des exposants.

Le MAECI est actuellement à la recherche

de sociétés qui souhaitent participer au pavillon du Canada et il s'efforce de promouvoir les compétences reconnues du Canada dans les domaines des télécommunications, du commerce électronique, du multimédia et des technologies de l'information et des communications utilisées en éducation dans le cadre de cette importante exposition.

Pour plus d'information sur le salon ou sur la façon d'y participer, communiquer avec M. Ted Mackay, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 995-0460, téléc. : (613) 996-6142, courriel : [ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Marco Rodriguez, agent de commerce, ambassade du Canada à Mexico, tel. : (011-525) 724-7900, téléc. : (011-525) 724-7982, courriel : [marco.rodriguez@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marco.rodriguez@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.comdex.com.mx/](http://www.comdex.com.mx/) \*

## Exposition pétrole et gaz : débouchés en mer Caspienne

BAKOU, AZERBAÏDJAN — 6-9 juin 2000 — La 7th International Caspian Oil & Gas Exhibition and Conference Incorporating Refining and Petrochemicals (7<sup>e</sup> exposition et conférence sur le pétrole et le gaz de la mer Caspienne incluant le raffinage et la pétrochimie), qui aura lieu cette année, devrait attirer une foule de visiteurs vu le très grand intérêt que suscitent la région de la mer Caspienne et l'Azerbaïdjan, à la suite de la signature, en novembre dernier, de l'accord sur l'oléoduc Bakou-Ceyhan.

L'exposition de l'an dernier avait attiré plus de 300 sociétés de 29 pays ainsi que 10 000 visiteurs de 45 pays, y compris une délégation de sociétés de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Certaines d'entre elles avaient d'ailleurs l'intention d'y retourner cette année.

Un espace a été réservé provisoirement par l'ambassade du Canada en Turquie pour l'aménagement de stands d'exposants canadiens. Cela offrirait une occasion idéale pour des entreprises

canadiennes de se faire connaître à cette exposition.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire (dès que possible), communiquer avec M. John Rodney, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Ankara, Turquie, tél. : (011-90-312) 436 1275, téléc. : (011-90-312) 446 2811, courriel : [john.rodney@dfait-maeci.gc.ca](mailto:john.rodney@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Appels de candidatures : Prix d'excellence à l'exportation canadienne de l'an 2000

Cette année, la cérémonie prestigieuse de remise des prix d'excellence à l'exportation canadienne de 2000 aura lieu à l'occasion du Congrès annuel de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, à Halifax, du 1<sup>er</sup> au 3 octobre. Un des lauréats sera choisi Exportateur de l'année.

Ce programme de remise des prix s'adresse à toutes les entreprises ou filiales d'entreprises situées au Canada et qui exportent des biens ou des services depuis au moins trois ans. Les réalisations des entreprises ou organisations exporta-

trices, et celles d'institutions bancaires ainsi que d'entreprises de transport, d'études de marchés, d'emballage et de promotion, qui facilitent l'exportation, peuvent être mises en candidature.

Pour obtenir un formulaire d'inscription, consulter le site internet [www.infoexport.gc.ca/awards](http://www.infoexport.gc.ca/awards) ou contacter M<sup>me</sup> Lucille Latremouille-Dyet, tél. : (613) 944-2395, téléc. : (613) 996-8688, courriel : [lucille.latremouille-dyet@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lucille.latremouille-dyet@dfait-maeci.gc.ca) La date limite de réception des candidatures est le 31 mars 2000. \*



(Suite de la page 12)

leur marché sur ce territoire avec l'aide du consulat général du Canada à Hong Kong. Parmi ces entreprises, on peut mentionner le **Choix du Président**, dont les produits

mentaire, dont la valeur a atteint 11,86 milliards de dollars pour les 10 premiers mois de 1999. Environ 22 % des importations, en valeur, proviennent de Chine, principalement de la province du Guangdong.

demeurer la meilleure « référence » pour la Chine et une voie d'accès privilégiée pour les produits alimentaires à valeur élevée.

# L'agroalimentaire à Hong Kong



sont maintenant offerts chez PARKnSHOP, la plus grosse chaîne de supermarchés de Hong Kong, qui offre plus de 150 produits de cette marque. **Park Tak International Corporation** vend maintenant des conteneurs d'Italpasta, de biscuits Dare et d'eau minérale à China Resources Supermarket (Hong Kong) Co. Ltd., qui est la troisième chaîne de supermarchés de Hong Kong.

Sur le marché industriel, le consulat général a également aidé **Canbra Foods** à vendre de l'huile de canola à Calbee Four Seas Co. Ltd., le plus gros fabricant de croustilles de pommes de terre de Hong Kong. Les aliments **McCain** sont eux aussi offerts dans tous les supermarchés, et cette entreprise est régulièrement un partenaire du consulat général dans son programme dynamique de promotion des produits alimentaires.

## Indications sur le marché

Il y a environ sept millions d'habitants à Hong Kong, dont 98 % sont d'origine chinoise. Pour répondre aux besoins de sa population croissante, Hong Kong importe presque tout son approvisionnement ali-

Pour réussir sur le marché hongkongais, il est essentiel de comprendre ce que veulent les consommateurs et d'être disposé à adapter ses produits en conséquence. Les denrées de base sont le riz, les légumes frais et la viande — principalement le porc, la volaille et le poisson. Avec l'enrichissement constant de la jeune génération, il y a une demande de plus en plus forte dans le domaine de l'alimentation rapide.

Bien que le marché agroalimentaire hongkongais soit très concurrentiel et sensible aux prix, une commercialisation et des circuits de distribution diversifiés permettent aux distributeurs de cibler des créneaux précis.

L'accession probable de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce en l'an 2000 risque de réduire le mouvement de produits alimentaires passant par Hong Kong. Cependant, le territoire devrait demeurer à la fois un marché alimentaire intéressant et une plaque tournante régionale pour les services et les échanges commerciaux, particulièrement dans les secteurs des finances, de la commercialisation et des communications. En outre, Hong Kong va

## Technologie nouvelle

Les produits alimentaires à base d'organismes génétiquement modifiés (OGM) sont devenus un sujet de préoccupation public à Hong Kong. Il y a au niveau de la vente au détail une demande de plus en plus forte de produits dans lesquels n'entrent pas d'OGM. Ainsi, la chaîne PARKnSHOP a annoncé qu'elle ne vendrait pas de produits alimentaires à base d'OGM et qu'elle était disposée à acheter au prix fort des produits sans OGM.

Le progrès technologique a aussi amené la création de circuits de distribution et de solutions logistiques nouvelles et plus efficaces à Hong Kong. En faisant affaire avec des fournisseurs qui assurent les services logistiques du début jusqu'à la fin, l'exportateur peut désormais vendre directement aux détaillants, aux entreprises qui offrent un service de livraison à domicile ou au bureau et aux entreprises de services d'alimentation.

Le contexte de plus en plus concurrentiel du secteur alimentaire a en outre incité les importateurs traditionnels à commander en plus petites quantités et plus souvent afin de réduire leurs risques. La rationalisation des gammes de produits au niveau tant de l'offre que de la demande est une pratique de plus en plus répandue dans le secteur alimentaire de Hong Kong.

**Pour plus d'information** sur le marché agroalimentaire de Hong Kong, communiquer avec M. Houston Wong, agent commercial (agriculture et agroalimentaire), tél.: (011-852) 2847-7434, téléc.: (011-852) 2847-7441, courriel : [houston.wong@dfait-maeci-gc.ca](mailto:houston.wong@dfait-maeci-gc.ca)

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



DOCS  
---  
C01  
EA  
C 6f  
v. 18  
April 3,  
2000  
Copy 1



# canadex

Vol. 18, N° 6 —  
3 avril 2000

SUPPLÉMENT SUR L'ASIE DU SUD-EST  
(Voir l'encart)

Canada

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

APR 6 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

## Un fabricant de logiciels montréalais profite d'Équipe Canada et d'Educathec

### DANS CE NUMÉRO

- 2 Célébration de la Semaine internationale de la femme
- 3 Le marché de l'auto en Chine
- 4 La Corée — Le marché du secteur de la santé
- 7 Boucler la boucle du financement des exportations
- 8 Les trucs du métier
- 9 TD Waterhouse en Inde
- 10 Carrefour États-Unis
- 11 La CCC aide un pompier
- 12 Le secteur du bois en France
- 13 Premier tramway Bombardier en Pologne
- 14 Occasions d'affaires
- 15 Foires et missions
- 16 La Banque asiatique de développement

**U**n fabricant de logiciels éducatifs, **Systèmes d'Ordinateur Logo inc. (LCSI)** lauréat d'un grand nombre de prix et trois fois membre d'une mission commerciale d'Équipe Canada, est bien branché sur les programmes et les services du gouvernement fédéral.

Au cours de la mission commerciale de l'an passé, la petite entreprise a conclu un marché de 250 000 \$ par année pour distribuer son produit vedette, **MicroWorlds**, dans quelque 30 000 écoles aux quatre coins du Japon, tandis que les deux missions précédentes d'Équipe Canada avaient mené à la signature de contrats de licence au Mexique et en Corée. **MicroWorlds** permet aux élèves de créer des projets dynamiques et interactifs intégrant films, photos, son, graphisme, texte et animation qui peuvent ensuite être chargés sur l'internet.

### Équipe Canada rapporte

Qu'est-ce qui motive LCSI — ses produits,

traduits en dix langues, sont déjà un succès mondial — à se joindre à Équipe Canada? Selon M. Michael Quinn, président de l'entreprise, c'est la puissante combinaison de gens d'affaires canadiens de premier plan, de chefs politiques, de réceptions organisées et d'activités uniques.

« Le déjeuner qui a eu lieu à Mexico en janvier 1998 illustre parfaitement le pouvoir du concept d'Équipe Canada », raconte

Voir page 9 — LCSI



Le stand de LCSI (à gauche), l'an dernier, à Educathec.

## M. Pettigrew annonce la position du Canada sur les négociations de la ZLEA

Le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a présenté le mois dernier au Parlement les priorités et les objectifs du Canada pour négocier une Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA).

La position du gouvernement répond directement à 29 recommandations faites par un comité parlementaire composé de tous les partis, le Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international (CPAECI), qui recommande les

positions que devrait prendre le Canada pendant les négociations continues de la ZLEA. Celles-ci devraient se conclure d'ici 2005; y participent les 34 pays démocratiques des Amériques.

« L'avenir économique du Canada est directement lié à celui de nos voisins de l'hémisphère, a déclaré M. Pettigrew. Une fois les négociations conclues, la ZLEA sera la plus vaste région de libre-échange du monde, avec une population actuelle

Voir page 2 — M. Pettigrew

(Suite de la page 1)  
de 800 millions de personnes et un PIB combiné de presque 11 billions de dollars.»  
L'an dernier, le Comité permanent a tenu des audiences sur la ZLEA dans tout

Commerce international (MAECI consulte aussi directement les représentants des secteurs de l'industrie et des groupes de citoyens, et continuera de le faire à mesure que les négociations avancent.

de réglementation dans la poursuite des objectifs nationaux, notamment ceux des secteurs de la santé et de l'éducation.»

M. Pettigrew vient de terminer une mission de promotion du commerce en Uruguay, en Argentine et au Chili, où il a invité instamment les nouveaux dirigeants et ministres élus des trois pays à faire progresser les négociations de la ZLEA que préside actuellement l'Argentine.

La ZLEA fait partie intégrante du processus du Sommet des Amériques qui renforce l'engagement du Canada à long terme à l'égard de l'hémisphère. Au mois d'avril 2001, à Québec, le Canada sera l'hôte du troisième Sommet des Amériques, qui rassemblera les 34 dirigeants démocratiquement élus de la région. Au mois de juin prochain, Windsor, en Ontario, accueillera l'Assemblée générale de l'Organisation des États américains (OEA), qui marquera le 10<sup>e</sup> anniversaire de l'adhésion du Canada à l'OEA. ✪

# M. Pettigrew annonce la position du Canada sur la ZLEA

le pays et a entendu des centaines de Canadiens de divers milieux : affaires, travail, environnement, groupes œuvrant dans le domaine universitaire ou dans celui des droits humains. Depuis 1998, le ministère des Affaires étrangères et du

« Le Canada est tributaire d'un système commercial fondé sur des règles ouvertes pour poursuivre son impressionnante croissance et la création d'emplois, a poursuivi M. Pettigrew. Nous sommes également déterminés à préserver notre droit

## CÉLÉBRATION DE LA SEMAINE INTERNATIONALE DE LA FEMME AVEC DES ENTREPRENEURES PROSPÈRES

Le mercredi 8 mars, à l'administration centrale du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), quatre Canadiennes ayant réussi en affaires ont fait part de leur expérience sur les marchés internationaux à une foule enthousiaste d'une centaine de personnes. Cette activité a marqué le milieu de la Semaine internationale de la femme, décrétée par les Nations Unies.

Cette activité du MAECI, l'une des nombreuses à se dérouler aux quatre coins du Canada et dans le monde entier, était organisée par la Direction des services à l'exportation pour les petites et les moyennes entreprises.

La première conférencière, M<sup>me</sup> Annette O'Shea Roche, présidente de la société WISE Business Management, de Burnaby, en Colombie-Britannique, a fait partie de l'équipe qui a mis au point le concept de la mission commerciale virtuelle. Selon M<sup>me</sup> Roche, il faut normalement compter deux ou trois visites dans un marché cible

pour conclure une affaire (entre environ 20,000 et 30,000 \$ et de 8 à 12 semaines), ce qui représente une quantité énorme de temps et d'argent, dont ne disposent pas un grand nombre de petites et de moyennes entreprises.

« Grâce au concept de la mission commerciale virtuelle, nous avons réussi à lever l'obstacle du temps et de la distance. » Collectivement, les participants ont passé quelque 60 jours en ligne avant de partir en mission commerciale en Malaisie et à Singapour. « Les résultats sont probants », a déclaré M<sup>me</sup> Roche. Huit dirigeantes d'entreprise canadiennes ont signé 17 contrats — des affaires réelles pour lesquelles des chèques ont changé de main, soit le plus grand nombre d'affaires conclues par participant depuis que des missions commerciales canadiennes sont organisées. »

M<sup>me</sup> Sharlyn Ayotte, présidente et p.d.g. de la société T-Base Communications Inc., d'Ottawa, aveugle au sens de la loi depuis 1976, a participé au développement du

Voir page 3 – Semaine

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédacteurs : Vince Chetcuti, Julia Guaitieri  
Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000

Tél. : (613) 996-2225

Télex : (613) 992-5791

Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)

Internet :

[www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec :

*CanadExport* au (téléphone), à la version courriel, à l'adresse internet de *CanadExport*. Pour un changement d'adresse, envoyez l'étiquette avec le numéro de votre bulletin six semaines de dé

Expédier à :  
*CanadExport* (BCS),  
Ministère des Affaires  
du Commerce international,  
125, promenade Su  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

canadexport

La présence d'une délégation chinoise du secteur de l'automobile à la conférence et à l'exposition de l'Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada (AFPAC), qui auront lieu cette année à Hamilton, en Ontario, les 12 et 13 avril, indique que les réformes économiques s'étendent même aux secteurs économiques les plus rigoureusement gérés de la Chine.

La délégation comprendra des représentants de la plus ancienne entreprise de fabrication d'automobiles de la Chine, China First Auto Works Corp., et d'autres entreprises importantes comme la Dongfeng Citroën Automobile Co. Ltd. et la Shanghai GM Automobile Co. Ltd. On s'attend à ce que les délégués rencontrent en privé les membres de l'AFPAC et visitent plusieurs fabricants d'automobiles du Sud de l'Ontario.

Le secteur de l'automobile de la Chine est très fragmenté. Il compte plus de 120 fabricants d'automobiles, et sa production totale de l'an passé s'est élevée à 1,8 million de véhicules — ce qui est inférieur à la production d'un des trois géants nord-américains de l'automobile. De plus, il y a des barrières commerciales non négligeables entre les régions, et il faut obtenir l'autorisation du gouvernement central avant de pouvoir établir de nouvelles installations de production dans de nombreux segments du marché.

La Chine a rapidement parcouru beaucoup de chemin pour un pays qui ne comptait que 60 véhicules personnels en 1986. Au cours des dernières années, sa production d'automobiles s'est accrue

de la Chine à l'OMC entraînera une rationalisation du secteur chinois de l'automobile, les grandes sociétés absorbant les plus petites alors que de nombreuses entreprises peu efficaces cesseront leurs

## Débouchés dans l'énorme marché de l'auto en Chine



d'environ 10 p. 100 par année, en moyenne, et l'investissement étranger direct a été marqué. Sept des huit principaux producteurs de la Chine ont formé des entreprises conjointes avec des sociétés étrangères.

Les projets d'expansion de Shanghai GM et Ford, qui souhaitent étendre leurs activités en Chine à court terme, devraient contribuer à accroître les débouchés qui s'offrent aux fournisseurs de pièces d'automobile du Canada. On s'attend à ce qu'une étape décisive soit franchie plus tard dans l'année, lorsque la Chine deviendra membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Selon la plupart des analystes, l'adhé-

activités. Les tarifs frappant les automobiles déclineront au cours des cinq prochaines années, passant des taux actuels, qui varient entre 80 et 100 p. 100, à 25 p. 100. Les tarifs applicables aux pièces fléchiront aussi, le taux moyen tombant à 10 p. 100. De plus, les restrictions visant le financement des achats d'automobiles et la distribution de ces dernières et les exigences en matière de contenu local seront éliminées ou libéralisées.

La visite qu'entreprendra la délégation chinoise ce mois-ci suit de près les visites effectuées par des hauts fonctionnaires chinois qui ont étudié le « modèle

Voir page 7 – Marché

## Semaine internationale de la femme

(Suite de la page 2)

premier guichet automatique «parlant» au Canada, lequel permet aux aveugles, aux mal-voyants et aux personnes qui ne savent pas lire d'avoir accès aux guichets automatiques. Elle a également joué un rôle dans l'adaptation de la technologie pour permettre à celle-ci de fonctionner avec les téléphones à clavier. Connue sous le nom d'InfoTouch, ce système permet à une multitude d'utilisateurs d'avoir accès à des renseignements archivés sous plusieurs formes — en Braille, en gros caractères, sur audiocassette ou sur disquette d'ordinateur — et dans six langues.

Selon M<sup>me</sup> Ayotte, 40 % des Canadiens ont du mal à avoir accès à l'information

pour des raisons de langue, d'alphabétisation, de classe ou d'argent. Son but est de mettre cet accès à la portée de tous. « La vision du Canada que nous voulons créer, dit-elle, pour le présent et l'avenir, est une vision dont personne n'est exclu. »

La conférencière suivante, M<sup>me</sup> Betty Thomas, présidente de la société Thomas Special Effects, de Vancouver-Nord, exploite la plus grande entreprise d'effets spéciaux pour le cinéma et la télévision au Canada, dont le chiffre d'affaires est de plus de un milliard de dollars. Anciennement cascadeuse, M<sup>me</sup> Thomas a déclaré : « S'il y a de la demande, il y a une occasion d'affaires, et s'il y a une occasion d'affaires,

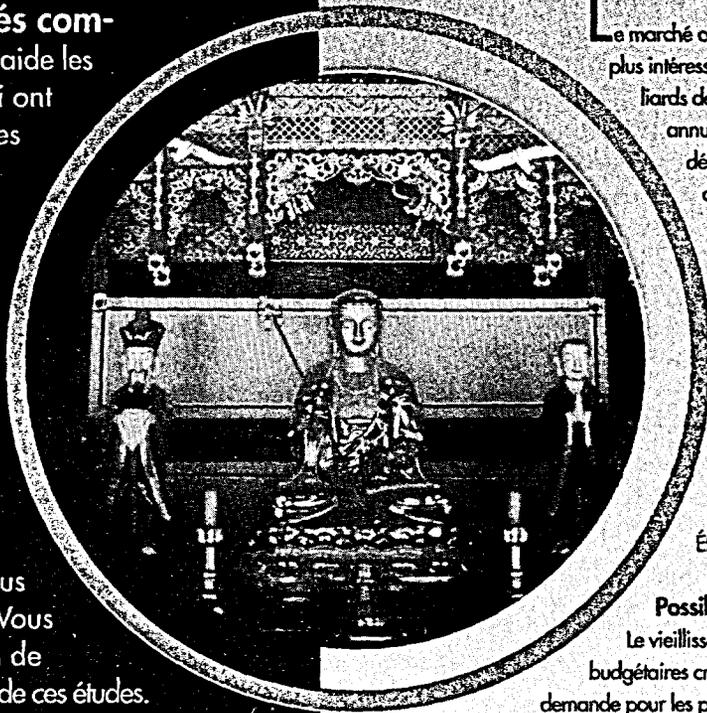
il y a de la concurrence, et par conséquent de la croissance. »

La dernière des quatre femmes d'affaires à prendre la parole était M<sup>me</sup> Bianca Battistini, présidente de la société Can-Am Export Services Inc., de Deauville, au Québec. Elle a insisté sur la nécessité des partenariats entre le secteur privé et le secteur public dans l'environnement mondial qui est celui des entreprises aujourd'hui. En tant que présidente du groupe de travail de la petite et moyenne entreprise, M<sup>me</sup> Battistini est consciente de l'utilité de ce type de partenariat, particulièrement pour les petits exportateurs. « Le Service des délégués commerciaux du Canada est l'un des meilleurs partenaires que nous ayons », affirme-t-elle. \*

# LA CORÉE — Le marché de la santé

**Le Service des délégués commerciaux du Canada** aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 500 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



Le marché coréen du secteur de la santé est un des plus intéressants en Asie. Évalué à plus de 55 milliards de dollars, il connaît une croissance annuelle de 10 %. Ce marché offre de nombreux débouchés certains aux exportateurs canadiens. En 1998, les importations coréennes d'appareils médicaux et de produits pharmaceutiques en provenance du Canada se sont élevées à près de 9 millions de dollars. Avant 1998, les importations de produits pharmaceutiques étaient évaluées à 216 millions de dollars, alors que les importations d'appareils médicaux atteignent 304,6 millions de dollars. Les principaux pays fournisseurs sont les États-Unis, le Japon et l'Allemagne.

### Possibilités d'exportation

Le vieillissement de la population et les pressions budgétaires croissantes entraînent une hausse de la demande pour les produits de soins de santé à prix compétitifs. Parmi les secteurs ayant un fort potentiel commercial, on retrouve : les appareils orthopédiques; les appareils ambulatoires; les vitamines; les remèdes à base de plantes et les aliments fonctionnels; l'informatique médicale. De même, la demande pour les appareils utilisés dans la chirurgie à l'assistance minimale, les équipements de soins de santé à domicile, les vaccins fabriqués par génie génétique, et les produits servant à la prévention et au traitement des affections cardio-vasculaires devrait continuer à croître rapidement.

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visiteurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour le marché du secteur de la santé en Asie



## CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Plus de 500 études de marché portant  
sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Directeur de la santé

Le système coréen des soins de santé est un système de soins de santé publics, qui relève du ministère de la Santé et des Affaires sociales, est basé sur un régime d'assurance maladie à trois volets. Le système national applique le principe du remboursement selon la formule de la contribution à l'acte. Les Coréens ont aussi la possibilité de souscrire des assurances complémentaires privées. Grâce à

de constituer des partenariats avec des agences coréennes, en particulier dans le domaine de la recherche et du développement du secteur pharmaceutique. Les sociétés travaillant dans le secteur des services de santé peuvent découvrir des possibilités d'affaires en s'adressant à l'Institut coréen de gestion des services de santé (Korea Institute of Health Services Management) (KIHM).

sur la sécurité (National Institute of Safety Research). De façon générale, les importateurs ou les partenaires coréens se chargent des formalités d'enregistrement.

### Importations d'équipements médicaux et de produits pharmaceutiques en 1998 (millions \$)

Équipements à ultrasons	110,7
Seringues	43,0
Appareils de diagnostic électronique	34,4
Autres types d'aiguilles, cathéters, etc.	26,7
Appareils de mécanothérapie et de traitement par ozone	12,8
Appareillages orthopédiques et de prothèses	7,8
Bandages	10,7
Médicaments sous forme posologique	83,6
Sang, vaccins et antisérum	68,9

### Le marché du secteur coréen de la santé - indicateurs clés

Population	46,5 millions
Dépenses publiques en santé	6 % du PIB
Marché des appareils médicaux	1,6 milliards \$
Marché des produits pharmaceutiques (y compris les produits nutritifs spéciaux)	8,9 milliards \$
Marché des services de soins de santé	45,2 milliards \$
Nombre d'établissements de soins de santé (hôpitaux, cliniques, centres de santé et cabinets privés)	18 616

### Ce marché vous intéresse ?

Pour en connaître davantage sur les nombreux débouchés qu'offre le marché coréen, consulter l'étude complète intitulée « Le marché des produits et des services de santé en Corée du Sud ». Cette étude, préparée par le Centre des études de marché, est disponible à l'adresse suivante :

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

investissements publics importants, les soins de santé (en particulier dans les grands centres urbains comme Séoul et Busan) sont considérés, en général, comme étant d'une grande qualité. De nombreux médecins coréens ont reçu une formation occidentale.

### Comment accéder au marché ?

Pour les exportateurs canadiens, la méthode la plus répandue et la plus efficace d'accéder au marché des appareils médicaux et des produits pharmaceutiques consiste à désigner un agent, un distributeur ou une société de commerce général local. Les clients du secteur public effectuent leurs achats principaux via l'Administration des approvisionnements, République de Corée (SAROK) sur la base d'appels d'offres ouverts. Il peut aussi être avantageux pour les sociétés canadiennes



### Enregistrements locaux

Les produits de santé qui entrent en Corée doivent être approuvés par le Secrétariat coréen des produits alimentaires et pharmaceutiques (Korean Food and Drug Administration) (KFDA) et enregistrés auprès de la Coopérative industrielle coréenne des appareils médicaux (Korean Medical Instrument Industrial Cooperative) (KMIC) ou de l'Association coréenne des négociants en produits pharmaceutiques (Korean Pharmaceuticals Traders Association) (KPTA). Les produits pharmaceutiques d'apparition récente doivent aussi être enregistrés auprès de l'Institut national de recherche

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

## Est-ce un marché pour vous? Étude complète sur l'internet [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

### Le marché du secteur de la santé

➔ Consultez nos études de marché

**G**âce aux incitatifs fiscaux du gouvernement coréen, le secteur du capital-risque de la Corée est en plein essor, les entreprises de capital-risque étant autorisées à investir jusqu'à 30 p. 100 de leur capital d'apport dans des entreprises de capital-risque étrangères.

On dénombre plus de 100 entreprises, et bien que les technologies de l'informa-

s'est rendu récemment à Séoul dans le cadre d'un programme organisé par l'ambassade du Canada. « J'ai été très impressionné par l'attitude positive de mes homologues coréens, qui ont proposé des marchés précis dès notre première rencontre. »

Environ 60 entreprises s'adonnent à la recherche pharmaceutique en Corée. Les dix principales entreprises sont en grande

# Débouchés en Corée

## en biotechnologie et produits pharmaceutiques

tion (TI) reçoivent la part du lion, certaines entreprises investissent dans de jeunes sociétés spécialisées en biotechnologie. Bon nombre d'entre elles, dont la très grande Samsung Venture Investment Corp., ont pris conscience du potentiel du secteur canadien de la biotechnologie dans le domaine de la santé.

Les entreprises coréennes de capital-risque affirment qu'il y a habituellement si peu de nouvelles sociétés de biotechnologie dans leur pays qu'elles doivent se tourner vers l'étranger pour trouver des occasions d'investissement intéressantes dans ce secteur. Le Canada peut tirer profit de cette situation, car les sociétés pharmaceutiques de la Corée sont disposées à conclure des alliances technologiques et à fournir une aide financière à leurs partenaires ou à permettre à ceux-ci d'utiliser leur réseau de commercialisation en Asie.

« Les entreprises de capital-risque de même que les fabricants de produits pharmaceutiques en Corée m'ont fourni d'excellentes pistes », de dire M. Ron Kertesz, directeur commercial de Immune Networks Research de Vancouver qui

partie des sociétés indépendantes de taille moyenne, avec un chiffre d'affaires variant entre 100 et 200 millions de dollars américains, et ont des bureaux de commercialisation bien implantés en Chine et en Asie du Sud-Est.

La Food and Drug Administration des États-Unis a approuvé la commercialisation d'un nouveau médicament anticancéreux mis au point par SK Chemical; et Axcan de Saint-Hilaire, au Québec, a été autorisée à mettre sur le marché un traitement contre les ulcères développé par llyang Pharmaceutical, ce qui témoigne de la maturité technologique croissante du marché.

Selon l'Association des fabricants de produits pharmaceutiques de la Corée, 43 entreprises coréennes travaillent actuellement à mettre au point 137 nouveaux médicaments. Ces entreprises ont de nombreux produits en phases 1 et 2 d'essais cliniques et sont à la recherche de partenaires qui les aideront à commercialiser leurs produits. Les recherches effectuées en Corée ont aussi produit des résultats encourageants dans le domaine de la thérapie génique.

Les entreprises de capital-risque de la Corée comprennent :

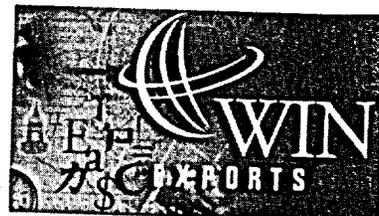
- Hanmi Venture Capital Corp. (11,6 millions de dollars US);
- Hansol Capital Investment Corp. (22,3 millions de dollars US);
- Hyundai Venture Investment Corp. (26,8 millions de dollars US);
- Kookmin Bank Venture Capital (22,3 millions de dollars US);
- Kookmin Venture Capital (42 millions de dollars US);
- KTIC (35,7 millions de dollars US);
- LG Venture Investment (26,8 millions de dollars US);
- Samsung Venture Investment Corp. (prévoit investir 268 millions de dollars US au cours des cinq prochaines années);
- Hanwha Chemicals (met sur pied un fonds à l'intention du secteur pharmaceutique);
- Samchully Corp. (possède une filiale américaine qui investit dans les entreprises de biotechnologie nord-américaines).

Pour plus de renseignements, communiquer au Canada avec M<sup>me</sup> Lynne Thomson, déléguée commerciale, Direction de la Corée et de l'Océanie, MAECI, tél. : (613) 995-8744, téléc. : (613) 996-1248, courriel : [lynne.thomson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lynne.thomson@dfait-maeci.gc.ca)  
En Corée, communiquer avec M. Jean-Philippe Linteau, deuxième secrétaire (affaires commerciales), ambassade du Canada à Séoul, tél. : (011-82-2) 3455-6061, téléc. : (011-82-2) 755-0686, courriel : [philippe.linteau@dfait-maeci.gc.ca](mailto:philippe.linteau@dfait-maeci.gc.ca) \*



## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



*Il peut être difficile de ne pas perdre le fil de ses pensées quand on vit dans un avion. Et vivre dans un avion, c'est en gros ce que j'ai fait depuis quelque temps, en me déplaçant de Richmond (C.-B.), où NORTHSTAR a son siège, vers diverses villes comme Miami et Beijing. Cependant, mes pensées reviennent toujours à Montréal.*

Et cela n'a rien de vraiment surprenant. En effet, quand on a pris part à un événement extraordinaire, il y a matière à réflexion après coup.

J'étais à Montréal le 11 février justement à l'occasion d'un tel événement, lequel a marqué l'entrée de la Banque Nationale du Canada — qui a uni ses forces à celles de l'équipe NORTHSTAR — dans le partenariat du financement des exportations des PME canadiennes. Grâce à cela, nous avons maintenant un fonds de 310 millions de dollars pour consentir des prêts à des acheteurs étrangers de produits fabriqués par des entreprises canadiennes nouvelles et en croissance.

Mais ce n'est pas tout!

Ce qui a été accompli à Montréal n'était peut-être pas aussi spectaculaire que l'achèvement du chemin de fer transcanadien, mais c'est un fait qui a une grande importance.

Le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a accepté d'assister à la cérémonie, à l'occasion de laquelle il a dit ceci : « L'investissement effectué aujourd'hui représente un excellent modèle de la manière dont les banques canadiennes peuvent aider les petites et les moyennes entreprises à soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux. » Et, comme l'a dit M. André Bérard, président du conseil d'administration et directeur général de la Banque Nationale du Canada, « je pense que ce jour marque un nouveau départ pour nous tous, le commencement d'une ère où un plus grand nombre d'entreprises québécoises vont exporter plus d'équipement et de services vers plus de pays que jamais auparavant. »

Avec un actif de plus de 70 milliards de dollars, la Banque Nationale possède un réseau de plus de 650 succursales et emploie environ 17 000 personnes. Sixième banque à charte en importance au Canada, elle est la plus grande banque au Québec. Il s'agit donc d'une institution

avec laquelle il faut compter financièrement. Mais sa participation à l'équipe NORTHSTAR ne consiste pas seulement en un accroissement de ses capacités financières.

consentis aux acheteurs étrangers et dont le montant varie entre 100 000 \$ et 5 millions de dollars.

Outre la Banque Nationale, les action-

# Boucler la boucle du financement des exportations de PME



Les services financiers sont d'abord et avant tout des services qui ont trait aux



M. Scott Shepherd,  
p.d.g. de  
NORTHSTAR

gens, qui s'appuient sur une relation de longue durée entre un client et un professionnel. Au cours de son histoire déjà longue, la Banque Nationale a bâti des relations de ce genre avec de très nombreux entrepreneurs partout au Québec. Elle peut désormais envisager d'explorer des marchés nouveaux et complexes à l'aide d'un guide dans lequel elle sait qu'elle peut avoir confiance. Cela signifie que nous, à NORTHSTAR, pouvons jouer un rôle plus important que jamais auparavant pour faire une réalité de la perspective des Québécois sur l'exportation.

NORTHSTAR travaille déjà avec de petites entreprises dans tout le Canada : elle a soutenu plus de 800 transactions de vente à l'exportation au moyen de prêts

naires de la NORTHSTAR sont la Banque de Montréal, la Banque Royale du Canada, la Banque HSBC Canada et le gouvernement de la Colombie Britannique. Le gouvernement de l'Ontario a fourni le capital initial, tandis que le gouvernement du Canada apporte son soutien par l'intermédiaire de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), qui garantit les prêts. NORTHSTAR a aussi conclu des partenariats stratégiques avec deux organismes fédéraux, la Corporation commerciale canadienne (CCC) et la Banque de développement du Canada (BDC).

En établissant un pont financier entre les différentes régions du Québec et les régions même les plus éloignées du monde, l'équipe de NORTHSTAR est désormais en mesure de mettre toute la puissance financière des ses partenaires au service d'une nouvelle catégorie d'entreprises.

Pour plus de renseignements communiquer avec M. Scott Shepherd, tél. : 1 800 663-9288, courriel : s.shepherd@northstar.ca, internet : www.northstar.ca \*

## Marché de l'automobile en Chine (Suite de la page 3)

canadien » de développement industriel qui, selon eux, est beaucoup plus ouvert à l'investissement étranger direct.

Les entreprises désirant faire des affaires avec la Chine sont invitées à se prévaloir des services offerts par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), qui possède des bureaux commerciaux fournissant des services aux

Canadiens dans chacune des principales régions productrices d'automobiles de la Chine. Les missions sont situées à Beijing, Shanghai, Guangzhou et Chongqing.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jordan Reeves, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-7256, courriel : jordan.reeves@dfait.maeci.gc.ca \*

**E**spérant devenir riches facilement, les Vietnamiens achètent maintenant leurs billets de loterie en ligne grâce à un système automatisé, le premier du genre, mis en œuvre dans leur pays par une petite entreprise de Calgary, Applied Gaming Solutions of Canada Inc. (AGS).

point de vente dans des emplacements stratégiques commerciaux à Hanoï.

Les ventes de billets, au prix de 6 000 dong (environ 50 cents) l'unité, augmentent régulièrement, surtout maintenant que la publicité passe aussi à la télévision. Bien que ce prix soit trois fois plus élevé que

bureau de Hanoï est fantastique! Nous n'aurions jamais pu remporter l'appel d'offres sans son appui, ses encouragements et son aide dynamique.»

### Les roues de la fortune

Grâce à la collaboration des représentants du consulat général du Canada, le processus en vue d'étendre les opérations à la capitale d'affaires du pays, Ho Chi Minh Ville, où l'investissement prévu est quatre fois plus important qu'à Hanoï, est déjà orchestré.

« Nous attendons que notre proposition soit acceptée pour implanter le système dans cette ville; celui-ci devrait être installé et mis en exploitation plus tard dans l'année », nous explique M. Aftergood. La déléguée commerciale du Canada, M<sup>me</sup> Bonny Berger, nous a été d'un grand secours dans nos efforts pour étendre nos activités dans le sud du pays ».

Les responsables de l'entreprise sont en discussion avec les autorités vietnamiennes pour établir une des premières

# Une entreprise de Calgary « tire » le billet gagnant à une loterie du Vietnam

En implantant ce système qui n'est que le cinquième du genre en Asie, le gouvernement fait le pari de réduire le nombre des loteries illégales utilisant un support en papier, de créer de l'emploi et d'accroître les recettes de l'État.

Dans cette opération, AGS investit 6,8 millions de dollars et fournit le transfert de technologie nécessaire par l'intermédiaire d'une équipe de spécialistes canadiens. En retour, grâce à une formule de remboursement hebdomadaire dont le montant est établi selon un pourcentage des bénéfices, AGS espère gagner quelque 40 millions de dollars durant les sept années que durera le projet. Ce dernier a déjà conduit l'entreprise à accroître son effectif de 8 à 14 employés.

### AGS gagne au premier coup

Durant un voyage d'observation effectué à l'été 1997 au Vietnam, le président directeur général d'AGS, M. David Aftergood, a eu connaissance, pour la première fois, du désir du gouvernement de moderniser sa loterie manuelle. « Après avoir présenté une soumission, nous avons répondu à une demande de proposition au début de 1998, d'expliquer M. Aftergood. Nous avons été sélectionnés et nous avons signé un contrat quelques mois plus tard, en mai ». Le projet a été officiellement lancé en août 1999, avec pompe et faste.

Actuellement, avec le concours de l'entreprise d'État de loterie, la Construction Lottery of the Capital, AGS a installé un réseau de quelque 300 terminaux de

celui des loteries traditionnelles, les lots sont astronomiques en comparaison, le premier lot étant actuellement de près de 300 000 \$.

### Partenariat et assistance spécialisée

AGS s'est associée à Automated Wagering International Inc. (AWI), entreprise américaine spécialisée dans les systèmes de loterie automatisés. Afin de vendre le produit aux Vietnamiens, AGS a accepté de s'en remettre à un groupe d'investisseurs canadiens pour le financement du projet.

Selon M. Aftergood, l'assurance fournie par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a été un facteur crucial qui a permis de réunir les fonds nécessaires et de réduire les risques pour les investisseurs.

« Nous avons communiqué avec les agents de la SEE dès le début du processus parce que nous avons besoin de leurs connaissances spécialisées pour faire affaire dans cette région, d'ajouter M. Aftergood. Quand nous avons été sélectionnés, nous avons à nouveau discuté avec eux pour déterminer le type de conditions que nous devons chercher à obtenir dans nos négociations. »

Les avis fournis par la SEE se sont avérés très précieux pour établir des conditions comme les paiements hebdomadaires par le gouvernement du Vietnam, formule qui, aux dires de M. Aftergood, a été scrupuleusement respectée.

Le concours du personnel de l'ambassade du Canada a aussi été très utile, explique M. Aftergood. « Le personnel du



Lancement de la vente des billets de loterie dans une boutique de Hanoï.

loteries au monde administrées et autorisées par l'État et accessibles sur l'internet.

« Nous fournirons l'assistance et la technologie nécessaires pour incorporer les commandes passées sur l'internet, précise M. Aftergood. Il est essentiel pour le succès de cette première loterie nationale asiatique accessible sur l'internet que nous soyons en mesure de garantir l'intégrité du système et de fournir une plate-forme sûre pour le commerce électronique. »

Pour plus de renseignements concernant Applied Gaming Solutions of Canada Inc., communiquer avec le président directeur général, M. David Aftergood, tél. : (403) 266-8900, téléc. : (403) 266-8909, courriel : davidaftergood@ags.ca internet : www.ags.ca \*

## Trait d'union entre l'orient et l'occident, l'Asie du Sud-Est au cœur du marché de l'Asie-Pacifique

*L'Asie du Sud-Est est de retour! La région est en bonne voie de se rétablir de la crise économique asiatique de 1997. Les économies de la région deviennent plus fortes, et chacune d'elles offre des perspectives de croissance positive du produit intérieur brut (PIB) cette année. De fait, toutes, sauf l'Indonésie, ont connu une croissance positive en 1999, alors qu'en 2000, les Philippines, la Thaïlande, la Malaisie et Singapour verront leurs économies croître plus rapidement que celle du Canada. Les entreprises canadiennes qui ont négligé ce marché à cause des incertitudes économiques doivent maintenant examiner avec le plus grand sérieux le potentiel qu'offre cette région.*

L'Asie du Sud-Est comprend les 10 pays qui forment l'Association des nations du Sud-Est asiatique (ANSEA), Brunei, Birmanie, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam. Avec

une superficie de 4,5 millions de kilomètres carrés soit environ la moitié de celle du Canada et une population de 525 millions d'habitants, l'Asie du Sud-Est compte d'importantes ressources naturelles (étain, cuivre, pétrole, bois d'oeuvre, caoutchouc, huile de palme), une solide base agricole et, depuis les années 1970, un secteur industriel et manufacturier en rapide expansion. Il existe une demande pour pratiquement tous les types de produits et services canadiens, un reflet des différents stades de développement économique atteints dans l'ensemble de la région depuis une technologie évoluée à Singapour jusqu'au développement d'une infrastructure de base au Cambodge et au Laos.

Le Canada est largement présent dans la région par l'intermédiaire de toute une variété de programmes touchant l'immigration, la culture, l'éducation,

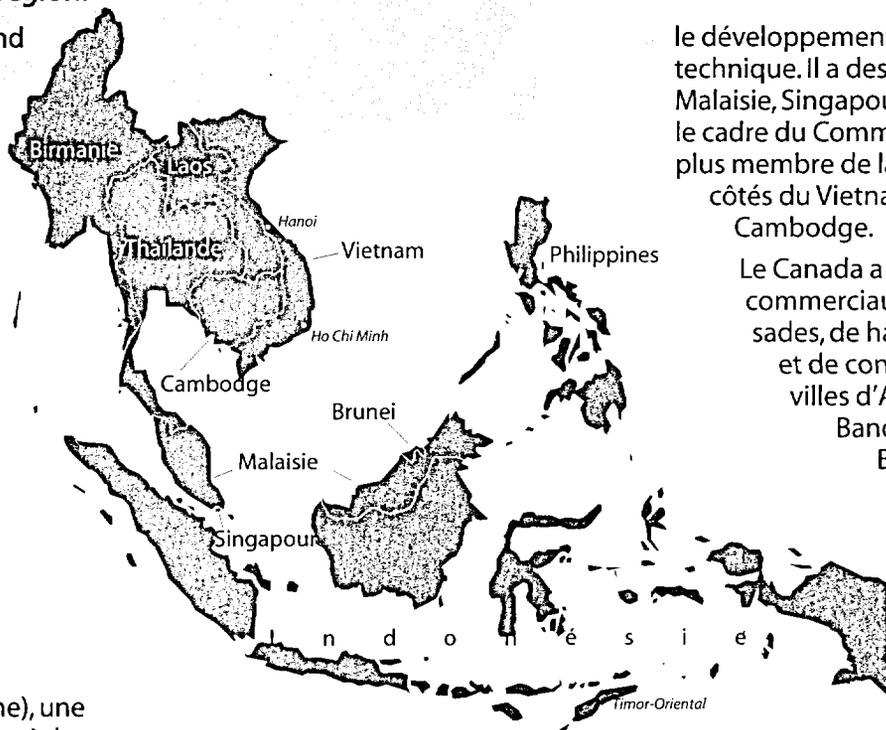
le développement et l'assistance technique. Il a des liens avec la Malaisie, Singapour et Brunei dans le cadre du Commonwealth; il est de plus membre de la Francophonie aux côtés du Vietnam, du Laos et du Cambodge.

Le Canada a des bureaux commerciaux au sein d'ambassades, de hauts-commissariats et de consulats dans neuf villes d'Asie du Sud-Est — Bandar Seri Begawan, Bangkok, Hanoi, Ho Chi Minh, Jakarta, Kuala Lumpur, Manille, Phnom Penh et Singapour.

Le Canada est perçu comme un partenaire commercial attrayant par

les Asiatiques et affiche avec la région des échanges commerciaux bilatéraux supérieurs à 9 milliards \$ pour 1999. C'est surtout l'Asie qui en tire profit : les exportations canadiennes se sont chiffrées à environ 2 milliards \$, et ses importations, à 7 milliards \$.

Ce supplément vise à souligner le retour en force du marché de l'Asie du Sud-Est et à amener ainsi les gens d'affaires canadiens à accroître le volume et la diversité de leurs exportations vers cette région.



Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction de l'Asie du Sud-Est, tél. : (613) 995-6877, fax : (613) 944-1604.

Préparé par la Direction de l'Asie du Sud-Est



Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada

## La Banque asiatique de développement : un précieux partenaire

La Banque asiatique de développement (BAsD), dont le siège social se trouve à Manille, est une institution financière internationale (IFI) qui, depuis 30 ans, soutient le développement régional en Asie-Pacifique. En 1999, la Banque a fourni une assistance sous forme de prêts et de subventions aux 35 pays en développement qui en sont membres, pour un total de près de 7,3 milliards \$.

Les projets de la BAsD offrent d'excellentes occasions d'affaires aux fournisseurs de produits, d'équipements et de services, ainsi qu'aux entrepreneurs et aux experts-conseils. La plupart des débouchés sont liés soit à une assistance technique financée par des subventions (265,4 millions \$ en 1999), soit à des contrats d'achat financés par des prêts (7 milliards \$ en 1999). D'autres débouchés et avantages peuvent également être obtenus grâce à la participation de la Banque à des accords de cofinancement avec des partenaires financiers bilatéraux, multilatéraux et commerciaux comme l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et la Société pour l'expansion des exportations (SEE), ou par le biais de la participation financière de la BAsD à des projets du secteur privé.

Le Canada connaît un succès considérable auprès de la BAsD, notamment par l'obtention de contrats de services conseils ainsi que par ses activités de cofinancement et ses projets du secteur privé qui appuient les intérêts commerciaux canadiens. Ces succès sont obtenus dans une large variété de secteurs comme l'énergie, les transports, les communications, l'infrastructure sociale, la santé, l'éducation et l'environnement. NOVA Gas International, Tecsub, l'Association des collèges communautaires du Canada, SR Telecom, Cowater, Acres, Agrodev, SNC-Lavalin, la SEE et la Caisse de dépôt et placement du Québec, entre autres, illustrent la diversité des intervenants canadiens qui ont contribué à la présence commerciale du Canada à la Banque.

Le site Web de la BAsD ([www.adb.org](http://www.adb.org)), une ressource riche et conviviale, est le meilleur moyen de se tenir informé des occasions à venir. Une attention particulière devrait être portée aux rubriques *Business Opportunities* (projets proposés et approuvés) et *Country Assistance Plan* (l'annexe 4 contient une liste de projets sur trois ans). Outre l'information accessible dans Internet, la Banque publie le bulletin mensuel *ADB Business Opportunities*.

Côté marketing, l'objectif le plus important des entreprises et experts-conseils intéressés à saisir les occasions offertes par la BAsD doit être de « se faire remarquer » par le personnel de la Banque (et par les organismes réalisant les projets financés par des prêts dans les pays membres), de préférence en effectuant des visites régulières à la Banque ou dans les pays eux-mêmes. Une expérience de la région est également un atout crucial.

Des renseignements plus détaillés et des conseils utiles sont offerts dans deux documents du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) : *Le Canada et la BAsD : Décrocher des contrats d'assistance technique financés par des subventions* et *Le Canada et la BAsD : Décrocher des marchés financés par des prêts*. Visitez le site [www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet) et cliquez sur *Guides d'affaires* pour obtenir ces documents.

Un soutien et une assistance additionnels peuvent être obtenus de l'Unité de liaison avec la BAsD à l'ambassade du Canada à Manille, courriel : [pierre.delorme@dfait-maeci.gc.ca](mailto:pierre.delorme@dfait-maeci.gc.ca), fax : (632) 810-1699, tél. : (632) 867-0001, et du Bureau du directeur général pour le Canada à la BAsD, courriel : [jpayne@adb.org](mailto:jpayne@adb.org), fax : (632) 636-2048, tél. : (632) 632-6060.

## Redressement économique de l'Indonésie

*L'économie de l'Indonésie a commencé à remonter la pente sous l'impulsion des ventes au détail et des exportations. L'inflation demeure sous les 10 % et les taux d'intérêt touchent des plateaux historiques. La croissance économique devrait être de 4 % cette année et atteindre 4 % à 6 % dans les années qui viennent. Bien sûr, c'est une performance inférieure à celle d'avant 1997, mais de l'avis général, elle offre un caractère plus durable. Comptant plus de 200 millions d'habitants, dont les deux tiers vivent sur l'île de Java, l'Indonésie est un important marché émergent pour les exportateurs canadiens.*

Le marché indonésien représente un défi, mais il offre de grandes possibilités aux entreprises prêtes à s'y investir. La primauté du droit n'est pas solidement ancrée en Indonésie, et les entreprises doivent être prêtes à accepter, sur le plan juridique, des risques plus élevés qu'au Canada. La clé pour les fournisseurs canadiens est de déterminer comment les paiements seront effectués pour chaque vente.

### Débouchés

#### Ressources naturelles

L'Indonésie, qui est l'un des seuls exportateurs d'énergie et le seul des pays d'Asie membre de l'OPEP (Organisation des pays exportateurs de pétrole), a de solides fondations dans le secteur énergétique, étayées par d'importantes réserves minérales. Au cours des 30 dernières années, plusieurs grandes entreprises canadiennes ont investi des milliards de dollars dans les secteurs des mines et de l'énergie de l'Indonésie. Ces entreprises, notamment INCO et Gulf Canada, facilitent l'entrée aux petits et moyens fournisseurs canadiens de produits et services souhaitant percer le marché indonésien. En outre, toutes les principales entreprises multinationales de pétrole et de gaz en amont sont actives dans le pays.

#### Matériel et services d'énergie

L'Indonésie est un marché international clé pour les fournisseurs canadiens de matériel et de services d'énergie. Bien qu'une importante restructuration soit en cours sur l'île de Java, il existe d'importantes poches de croissance ailleurs qu'à Java, notamment dans les régions riches en ressources de Sumatra, de Sulawesi et du Kalimantan.

**Industrie de l'environnement**

C'est un secteur en croissance rapide pour les entreprises canadiennes. Avec d'abondantes ressources naturelles analogues à celles du Canada, l'Indonésie a besoin de technologies et d'équipements environnementaux perfectionnés pour respecter les normes plus strictes qu'elle s'est imposées et protéger sa réputation à l'échelle internationale. Plusieurs petits fournisseurs canadiens font déjà des percées dans ce marché grâce à la solide réputation du Canada.

Canora (Asia) Inc. (Calgary), un consortium constitué en société de firmes canadiennes de génie environnemental et de gestion des ressources, en association avec l'entreprise indonésienne locale PT Pusat Pengembangan Agribisnis, a récemment décroché un contrat pour exécuter le volet suivi, contrôle et surveillance du Projet de pêche des collectivités côtières. Ce projet est financé conjointement par le gouvernement indonésien et la Banque asiatique de développement, qui a consenti un prêt. Ce projet de deux ans a débuté en mars 2000 et dispose d'un budget initial de 1,16 million \$.

**Indonésie (1999)**

Capitale : Jakarta  
 Population : 210 millions  
 Urbanisation : 38,5 %  
 PIB : 181,25 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (16 %), industrie (43 %), services (41 %)  
 Total des exportations : 72,8 milliards \$  
 Total des importations : 64 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 865,1 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 543,1 millions \$

**Agriculture, aliments et boissons**

Ces dernières années, les produits agroalimentaires ont représenté de 40 % à 45 % du total des exportations canadiennes vers l'Indonésie. De ce total, le blé a représenté de 90 % à 96 %. En 1999, toutefois, les exportations de soja ont progressé pour atteindre des niveaux nettement supérieurs aux bilans récents. Parmi les autres débouchés en Indonésie, mentionnons les suivants : sécurité alimentaire, engrais, amélioration et diversification des cultures, aliments pour bétail, biotechnologie, élevage de bovins de boucherie et laitiers, volaille, technologie post-récolte, stockage, mise en conserve, distribution alimentaire et coopératives.

**Des débouchés croissants en Malaisie**

*L'économie de la Malaisie est en voie de complet rétablissement, avec une croissance de 8,1 % au troisième trimestre de 1999 et une progression prévue de 5 % cette année. Une autre preuve de reprise réside dans la remontée de l'indice de la Bourse de Kuala Lumpur, qui a atteint 900 après être tombé à 265 il y a quelques années.*

Tous ces facteurs annoncent de nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes dans ce pays tropical de 22 millions d'habitants situé au coeur de l'Asie du Sud-Est et richement pourvu en ressources naturelles comme l'huile de palme, le bois d'oeuvre, l'étain, le caoutchouc, le pétrole et le gaz.

**Débouchés**

**Agriculture, aliments et boissons**

La Malaisie doit importer des quantités importantes de plusieurs produits agroalimentaires, notamment soja, blé, malt d'orge, pois, haricots et produits laitiers.

En outre, le réseau de plus en plus vaste de chaînes de supermarchés du pays crée une demande grandissante pour des produits d'épicerie et des aliments transformés de tous types en provenance du Canada.

Les exportateurs du secteur agroalimentaire canadien ont connu jusqu'ici beaucoup de succès en Malaisie dans la vente de soja, de blé et d'orge de brasserie, ainsi que de produits d'épicerie et de consommation vendus dans les supermarchés. Des chaînes de

franchises de restauration-minute comme Saint Cinnamon, avec cinq points de vente, ont elles aussi solidement pris pied en Malaisie récemment.

**Technologies de l'information et des communications (TIC)**

Le secteur en croissance rapide des TIC a ouvert la porte à plusieurs segments prometteurs comme les produits et services de soutien à Internet et de commerce électronique, ainsi que les applications multimédias. Les progrès des communications mobiles et sans fil ajoutent à cet éventail de nouveaux débouchés.

Des succès dans le secteur des TIC sont observés presque tous les jours. Les deux cas les plus récents sont la vente du concept d'« hôtel dé ville virtuel » par SRI Strategic Resources Inc. (Burnaby, C.-B.) à la ville d'Ipoh

dans le nord de la Malaisie, et le lancement d'une coentreprise sous direction canadienne appelée Backpack Asia Sdn. Bhd., un site Web interactif pour les voyageurs à budget modeste dans 14 pays de l'Asie.

**Industrie de l'environnement**

Le développement industriel de la Malaisie a causé des heurts dans l'environnement, et des programmes de nettoyage et de restauration à grande échelle sont requis pour assurer la qualité de l'air, de l'eau et du sol.

**Malaisie (1999)**

Capitale : Kuala Lumpur  
 Population : 22,2 millions  
 Urbanisation : 56 %  
 PIB : 104,11 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (14 %), industrie (45 %), services (41 %)  
 Total des exportations : 104,2 milliards \$  
 Total des importations : 78,7 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 2 056,8 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 414,9 millions \$

Les entreprises environnementales canadiennes possèdent l'expertise dont a besoin la Malaisie pour mener à bien ces programmes. Cryo-Lines Supplies Inc. est l'une d'entre elles : cette firme ontarienne a commercialisé avec succès la technologie de la « Blue Bottle », qui permet de recycler, sans danger pour l'environnement, les CFC et d'autres substances destructrices d'ozone présentes dans les systèmes de climatisation.

**Singapour toujours prospère**

*Depuis son indépendance il y a plus de 30 ans, Singapour est devenue un chef de file en matière de technologies, affichant un PNB par habitant de 33 000 \$ (1998) et l'un des niveaux de vie les plus élevés du monde.*

Singapour n'a pas été gravement touchée par la récente crise économique en Asie. L'Economist Intelligence Unit prévoit une croissance de 8,4 % pour Singapour cette année, ce qui placera le pays au premier rang de la croissance en Asie et au troisième rang dans le monde. Le secteur manufacturier mène le bal, prenant appui sur une forte reprise du secteur électronique et une production accrue des secteurs pharmaceutique et pétrochimique. Par conséquent, le chômage, qui avait atteint un sommet de 4,5 % au troisième trimestre de 1998, s'est replié et n'était plus que de 3,3 % en juin 1999. Pendant ce temps, le cycle déflation-

**Singapour (1999)**

Capitale : Singapour  
 Population : 3,2 millions  
 Urbanisation : 100 %  
 PIB : 122,5 milliards \$ (1998)  
 Économie : industrie (28 %), services (72 %)  
 Total des exportations : 159 milliards \$  
 Total des importations : 147,5 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 1 252,2 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 367,3 millions \$

niste a pris fin lorsque l'indice des prix à la consommation a grimpé de 0,1 % en mai 1999, après 11 mois consécutifs de baisse.

L'économie singapourienne dépend énormément du commerce extérieur. Les droits à l'importation qu'elle perçoit sont minimes et les barrières commerciales non tarifaires qu'elle impose sont négligeables. Son rôle comme plaque tournante commerciale de la région est mis en relief par le fait que 40 % des importations de Singapour sont réexportées.

**Débouchés**

**Technologies de l'information et des communications (TIC)**

Le gouvernement de Singapour souhaite rehausser la compétitivité dans les secteurs économiques clés en misant sur un développement tous azimuts des TIC. Il se propose de faire en sorte que tous les ménages, administrations et entreprises soient reliés entre eux, de façon à créer « une île intelligente ». Par suite du plan d'ensemble mis en oeuvre à cette fin (le plan ICT21), les occasions de vente et d'investissement dans les TIC devraient augmenter considérablement.

Les entreprises canadiennes du secteur des TIC ont déjà d'impressionnantes réussites à leur crédit à Singapour. En décembre 1999, TimeStep, une filiale de Newbridge Networks (Kanata, Ont.), a obtenu deux contrats d'une valeur de 10 millions \$ pour la livraison de systèmes sécurisés de réseaux privés virtuels sur protocole Internet. Newbridge Networks s'est aussi vu attribuer un contrat évalué à plus de 35 millions \$ par Singapore Telecom pour la livraison de systèmes évolués à mode de transfert asynchrone et multiplexage temporel qui serviront à la construction d'un réseau multiservices à large bande, flexible et de haute performance.

En novembre 1999, des entreprises montréalaises du multimédia et du divertissement, Enzyme Digital et Icestorm Digitalque, ainsi que la firme Dreamation

de Singapour ont annoncé la formation d'une coentreprise — d'une valeur de 22,8 millions \$ — pour la production d'un jeu informatique de toute dernière génération incorporant une technologie d'animation de pointe et des éléments d'intelligence artificielle.

**Industrie de l'environnement**

Singapour accorde une grande priorité à la protection de l'environnement et à la promotion de sa réputation de « cité jardin d'Asie ». Plusieurs projets d'envergure sont prévus, notamment le Deep Tunnel Sewerage System, ainsi que la construction d'usines de traitement des eaux usées et d'incinération des déchets solides.

**Agriculture, aliments et boissons**

Confinée à un petit territoire et dépourvue de ressources naturelles, Singapour a enregistré des importations d'aliments et de boissons de plus de 6 milliards \$ en 1998. Il existe des débouchés pour des produits alimentaires transformés de haute qualité et à valeur ajoutée, des amuse-gueules santé et une large variété de produits de la mer de haut de gamme.

**Construction**

L'industrie de la construction de Singapour s'attend à une forte croissance, ce qui créera des débouchés pour les fabricants et fournisseurs canadiens dans différents domaines, notamment les câbles électriques et optiques souterrains, la remise à neuf d'infrastructures, la construction d'écoles, l'agrandissement et la modernisation des aéroports, les matériaux de construction, la technologie de construction et les structures en béton préfabriqué.

**La réforme soutient la croissance en Thaïlande**

*Après deux années difficiles, l'économie de la Thaïlande est sur la voie de la reprise, avec une progression du PIB de 4 % en 1999. L'économie devrait maintenir son élan en 2000, la plupart des prévisionnistes des secteurs public et privé annonçant une croissance soutenue de plus de 4 %.*

Le gouvernement thaïlandais a utilisé à bon escient le programme du Fonds monétaire international (FMI) pour amorcer des réformes structurelles qui continueront de soutenir la croissance économique. Ces mesures ont également donné des résultats à court terme encourageants, menant à une situation macroéconomique stable :

le taux de change de la monnaie a peu fluctué depuis plus de 18 mois, l'inflation et les taux d'intérêt sont faibles, le chômage est en recul et la production, la consommation et l'investissement sont tous en ascension.

La Thaïlande n'est pas encore complètement « sortie de l'auberge », car le niveau des prêts non performants dans le secteur financier demeure élevé, ce qui fait obstacle à la capacité des banques de financer les investissements. Les observateurs, toutefois, sont convaincus que le pire est passé, notamment à la lumière des éloges internationaux que la Thaïlande a reçues pour ses politiques favorables au marché.

**Débouchés**

**Industrie de l'environnement**

Les besoins de la Thaïlande en technologies de l'environnement sont énormes, devant les effets de l'industrialisation rapide et l'émergence d'une nouvelle conscience environnementale. On estime qu'au cours des cinq ou six prochaines années, les projets d'infrastructures environnementales atteindront 20 milliards \$. Les entreprises canadiennes devraient jeter un regard stratégique du côté de la Thaïlande, notamment dans des secteurs comme le tourisme, les technologies propres, les services conseils et le génie, la lutte contre la pollution atmosphérique, et le traitement des déchets solides et des eaux usées.

**Technologies de l'information et des communications (TIC)**

La Thaïlande accorde une grande importance au développement d'une infrastructure nationale des TIC. Les initiatives à cette fin ont notamment consisté à élargir la Loi sur le droit d'auteur de 1994 et à élaborer un calendrier de privatisation de plusieurs entreprises de télécommunications. Les grands centres urbains du pays ont une infrastructure de TIC bien développée, dont l'expansion constante exige des technologies évoluées provenant de pays comme le Canada, tandis que dans les régions rurales,

**Thaïlande (1999)**

Capitale : Bangkok  
 Population : 61,5 millions  
 Urbanisation : 21 %  
 PIB : 59 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (10 %), industrie (29 %), services (61 %)  
 Total des exportations : 76,6 milliards \$  
 Total des importations : 53,5 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 1 508,2 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 300,5 millions \$

les besoins en services de télécommunications de base demeurent immenses.

Plusieurs entreprises canadiennes du secteur des TIC ont eu du succès en Thaïlande ces derniers mois, notamment dans les domaines de l'enseignement de l'anglais par Internet avec eduverse.com (Vancouver) et des logiciels de gestion d'entreprise et d'analyse d'audit avec ACL Services (Vancouver). De plus, Capital Alliance Group (Vancouver) s'est associé à un important fournisseur thaïlandais de services professionnels en TIC.

### Agriculture, aliments et boissons

La reprise économique en Thaïlande a grandement bénéficié de la remarquable performance des secteurs de la production et de l'exportation agroalimentaires. La poursuite de la reprise fera naître des débouchés pour des aliments et boissons à valeur ajoutée destinés aux marchés de la restauration et de la vente au détail, qui ont été si gravement touchés par la crise. Le débouché le plus intéressant à court terme réside dans le marché de 200 millions \$ visant l'importation d'ingrédients alimentaires pour animaux, pour lequel les droits de douane sur les produits de tourteau de canola et de luzerne ont été réduits de 5 %.

### Pétrole et gaz

Il s'agit d'un secteur important en Thaïlande et pour lequel le Canada a une expérience et un savoir-faire éprouvés. Des débouchés existent dans le secteur du pétrole et du gaz, par exemple dans les services de réparation et de maintenance, la distribution du gaz naturel et les services conseils en contrôle des procédés. Les entreprises canadiennes sont déjà solidement implantées dans ce secteur, avec Cyntech (Calgary) qui a décroché un important contrat visant des systèmes d'ancrage de pipelines, et Canadoil (Bécancour, Qc), qui a investi dans une installation de fabrication de raccords de pipelines.

### Matériel et services d'énergie

Dans ce secteur également, avec le redressement économique et la hausse de la demande, des débouchés résultent de la nécessité d'investir dans des installations de nouvelle génération, ainsi que des plans à long terme visant à privatiser les ressources énergétiques. Il y a aussi un intérêt pour les technologies de production d'électricité à faible coût et les solutions de protection de l'environnement.

### Aérospatiale et défense

La Thaïlande est sur le point de devenir un centre majeur en aérospatiale, et bien que le recul économique récent ait comprimé les budgets, il y a encore d'excellentes occasions à saisir pour les entreprises canadiennes. Le gouvernement thaïlandais et les Forces armées ont encore des besoins à combler en hélicoptères et en simulateurs de vol.

### Infrastructure de transport

La croissance économique rapide de la Thaïlande a exercé une énorme pression sur son infrastructure de soutien, en particulier ses installations de transport, qui exigeront une vaste réfection. Bangkok se dote d'un système de transport en commun de classe mondiale, et un deuxième aéroport international est prévu pour la capitale. Le pays offre donc des débouchés pour les planificateurs, les experts-conseils et les fournisseurs d'équipements canadiens. Par exemple, un contrat de plusieurs centaines de millions de dollars a récemment été accordé à SNC-Lavalin (Vancouver) pour les travaux de voie du projet de métro Blue Line de Bangkok.

## Les Philippines sur la voie de la reprise

*Les perspectives commerciales des entreprises canadiennes aux Philippines sont prometteuses. La croissance devrait être modeste, mais régulière, au cours des quelques années à venir. Le Niño et, dans une moindre mesure, la crise asiatique ont causé un repli de l'économie philippine en 1998 — mais de 0,5 % seulement. La reprise est déjà amorcée, mais la cadence est lente comparativement à des pays comme la Thaïlande.*

La production agricole s'est rétablie, mais certains secteurs, en particulier la construction et le secteur manufacturier, ressentent encore les effets de la crise. Cependant, les exportations, qui ont fourni un important rempart contre la crise, continuent d'afficher une robuste croissance.

### Philippines (1999)

Capitale : Manille  
 Population : 75,1 millions  
 Urbanisation : 57 %  
 PIB : 94,4 milliards \$  
 Économie : agriculture (22 %), industrie (32 %), services (46 %)  
 Total des exportations : 50,8 milliards \$  
 Total des importations : 44,6 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 1 043,8 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 294,5 millions \$

À bien des égards, les Philippines en sont aux stades initiaux du développement, une situation qui, en soi, crée des débouchés. Le pays a besoin de nouvelles routes, de réseaux de transport ferroviaire et de communications, et avec la population urbaine en croissance, il lui faut aussi de nouveaux types de technologies alimentaires et environnementales.

Bon nombre de ces débouchés se situent en dehors de la capitale, dans les centres provinciaux, où la croissance dépasse de loin la moyenne nationale.

### Débouchés

#### Technologies de l'information et des communications

Le secteur des équipements de télécommunications a connu une croissance remarquable après la libéralisation du marché en 1995. Maintenant, l'industrie se rationalise et il y a beaucoup de mouvement dans le marché, dans un contexte de capacité téléphonique excédentaire et de concurrence féroce. Les entreprises de télécommunications se réorganisent, redistribuent leurs ressources, déménagent leurs équipements et font de nouveaux investissements. L'intérêt pour le commerce électronique et les services à valeur ajoutée exigera l'expansion et la modernisation des infrastructures de réseau, pour permettre un accès Internet haute vitesse à large bande. De grands joueurs canadiens sont déjà sur le terrain, et il y a place pour d'autres. Par exemple, SR Telecom (Montréal) a récemment décroché un contrat de 145 millions \$ pour fournir et installer des équipements radio à ondes hertziennes pour le Municipal Telephone Project des Philippines.

En vertu de ses engagements dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), le gouvernement des Philippines vient d'abolir les droits de douane sur les ordinateurs, pièces et composants importés, et il existe une solide demande pour ces produits.

#### Automobile

Toujours pour se conformer aux engagements liés à l'OMC, les Philippines prévoient lever l'interdiction visant les importations de voitures d'occasion et l'exigence imposée aux usines d'assemblage de se procurer au moins 40 % des pièces et composants de véhicules auprès de fournisseurs locaux. Il y a un regain d'intérêt de la part des constructeurs d'automobiles et fabricants de pièces de rechange étrangers, comme en témoigne l'ouverture d'une usine d'assemblage Ford en périphérie de Manille en 1999.

**Agriculture, aliments et boissons**

Les Philippines apprécient la nourriture occidentale et représentent donc un excellent marché pour les Canadiens. La demande de produits prêts à manger et de produits de restauration devrait s'accroître avec l'augmentation des revenus et une plus forte présence des femmes sur le marché du travail. Déjà en 1999, des importations records de frites congelées, de soupes et bouillons, de mélanges de farine et de pâtes congelées provenant du Canada ont été enregistrées. La bonne nouvelle concernant la qualité et les prix des produits canadiens se répand, et les possibilités de franchisage progressent rapidement.

Country Style Donuts, une division de Maple Leaf Foods (Toronto), a ouvert son premier comptoir franchisé en 1997 et compte maintenant plus de 20 points de vente dans la région métropolitaine de Manille. D'autres ouvertures sont prévues. Par ailleurs, Beaver-Tails (Ottawa) vient d'ouvrir sa deuxième franchise et prévoit en ouvrir 20 autres au cours des cinq prochaines années. (voir CanadExport, 1<sup>er</sup> mars 2000, p. 18).

L'importance accordée par les Philippines au développement agricole contribuera à renforcer davantage des secteurs comme les reproducteurs et la génétique animale, le porc congelé, les semences, les technologies d'irrigation et le matériel de transformation des aliments. Le marché de produits comme le soja de première qualité et les ingrédients d'aliments de remplacement pour animaux commence à peine à être exploité.

**Industrie de l'environnement**

L'adoption récente d'une loi sur l'assainissement de l'air (Clean Air Act) ouvre des débouchés pour des technologies de lutte contre la pollution visant les sources stationnaires et les véhicules automobiles. On s'attend également à ce que le gouvernement légifère en matière de services d'eau et d'égouts, secteurs dans lesquels les entreprises canadiennes ont déjà des réalisations à leur crédit.

La région de Manille et plusieurs autres grandes villes font face à une crise de gestion de déchets — Manille à elle seule doit dépenser quelque 3,4 milliards \$ d'ici 2015 pour régler ce problème. Il existe également un intérêt considérable pour les technologies d'enfouissement sanitaire.

**Infrastructure de transport**

Le gouvernement envisage de privatiser et de développer ses réseaux de transport ferroviaire publics et s'intéresse aux compé-

tences canadiennes. La Philippine National Railway veut moderniser ses services de banlieue et de la ligne Sud. Le pays part presque à zéro dans ces domaines, de sorte que le potentiel est énorme. Plusieurs aéroports régionaux sont agrandis, à l'instar de l'aéroport international de Manille, ce qui crée des occasions en matière de conception, de construction et de fourniture d'équipements.

**Construction résidentielle**

Le besoin de logements à prix modique a pris l'ampleur d'une crise et constitue l'une des grandes priorités du gouvernement. Celui-ci souhaite construire 1 000 unités de logement par jour et est en quête de technologies de construction novatrices qui sont peu coûteuses et faciles d'application. Une entreprise canadienne compte déjà des commandes importantes et d'autres sont sur le terrain, mais il y a encore de la place.

**Le Vietnam : vers une libéralisation du marché**

*Le Vietnam demeure un pays à économie planifiée dans lequel l'ouverture du marché est limitée. Bien que le gouvernement reconnaisse le besoin de prendre des mesures concrètes pour libéraliser son marché, les responsables favorisent une transition graduelle.*

Ce marché représente un défi, avec son degré élevé de protection tarifaire et non tarifaire. Il souffre aussi d'un déficit du compte courant, d'un sous-développement du secteur financier et d'un accès limité aux monnaies fortes, tous des facteurs qui posent des obstacles aux exportateurs canadiens. C'est pourquoi faire des affaires au Vietnam devrait être considéré comme un projet à long terme. Le pays compte néanmoins une population vaste et jeune qui est très réceptive aux produits étrangers. Il existe un marché pour à peu près tous les types de produits canadiens, dans la mesure où les

conditions de marketing et de financement sont propices.

**Débouchés**

**Ressources naturelles**

Puisqu'il s'agit d'un pays en développement, le Vietnam a besoin d'investissements considérables dans ses ressources naturelles. Les priorités du gouvernement sont la production et la transmission d'énergie électrique. Le Vietnam est membre de la Commission du Mékong, au sein de laquelle il collabore avec le Laos, le Cambodge et la Thaïlande pour maximiser les ressources énergétiques du fleuve. Le charbon est une autre source importante d'énergie, tout comme le pétrole et le gaz, et une meilleure technologie permettrait d'en maximiser le potentiel. Des modifications législatives proposées devraient contribuer à améliorer le contexte commercial dans l'industrie minière (charbon, potasse et gîtes minéraux), les forêts (y compris les pâtes et papiers), et le pétrole et le gaz.

**Agriculture, aliments et boissons**

Le secteur agroalimentaire offre un potentiel élevé et réserve une place grandissante aux aliments à valeur ajoutée avec l'augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs. Un potentiel existe dans le domaine des technologies et de la transformation alimentaires, ainsi que dans la reproduction animale.

**Projets, capitaux et services**

Ces secteurs exigent aussi des investissements considérables. Les routes, chemins de fer, ponts et ports doivent être modernisés, et il faut construire des maisons, des appartements et des immeubles à bureaux, tous des secteurs offrant des perspectives intéressantes aux entreprises canadiennes.

Malgré le potentiel limité dans l'immédiat, plusieurs entreprises canadiennes ont eu du succès au Vietnam. Applied Gaming Solutions (Calgary) a introduit des loteries en ligne dans le pays; Financière Manuvie (Toronto), en coentreprise avec Chinfo de Taïwan, a été la première entreprise à propriété étrangère complète à obtenir une licence pour vendre de l'assurance vie; GIT Informatique Inc. (Québec) a décroché un contrat de services conseils pour aider à moderniser le système bancaire; enfin, plusieurs sociétés minières canadiennes s'affairent à des travaux d'exploration minière.

Vietnam (1999)	
Capitale :	Hanoi
Population :	78,1 millions
Urbanisation :	20 %
PIB :	39,4 milliards \$ (1988)
Économie :	agriculture (28 %), industrie (30 %), services (42 %)
Total des exportations :	13,6 milliards \$
Total des importations :	14,9 milliards \$
Exportations vers le Canada :	194,5 millions \$
Importations provenant du Canada :	47,6 millions \$

## La montée des prix du pétrole alimente la croissance à Brunei

Après avoir connu des difficultés pendant presque deux ans, l'économie de Brunei prend du mieux. Les prévisions gouvernementales annoncent une croissance de près de 1 % cette année, attribuable principalement à la hausse des prix du pétrole. Le secteur pétrolier et gazier domine l'économie de Brunei et sa part du PIB est estimée à 57 %. Brunei est le troisième producteur de pétrole en Asie du Sud-Est et le deuxième producteur de gaz naturel liquéfié au monde.

Le marché de Brunei est relativement petit, mais le revenu par habitant y est parmi les plus élevés au monde; il s'agit donc d'un marché qui devrait retenir l'attention des entreprises canadiennes. Une modernisation rapide est en cours, avec d'importants investissements publics en développement des infrastructures. Dans le cadre de son programme de reprise économique, le gouvernement de Brunei a récemment annoncé son intention de consacrer quelque 200 millions \$ au financement de projets de petite et de moyenne taille.

### Débouchés

Le commerce avec le Canada est peu développé, mais une activité canadienne accrue s'observe dans plusieurs secteurs de Brunei. D'importants débouchés existent dans les secteurs du pétrole et du gaz, de l'environnement et des produits et services technologiques de pointe. Des occasions s'offrent également dans les services financiers, les produits de défense et de sécurité, l'éducation, les forêts, l'agriculture et l'agroalimentaire, et les technologies de l'information et des communications.

Les entreprises canadiennes ont fait des percées considérables dans le secteur des services environnementaux à Brunei. Inland Technologies Inc. (Truro, N.-É.) et Canora Brunei Environment Ltd. (Québec)

ont conclu un accord de coentreprise avec Cathay Scientific Instrument Sdn. Bhd. pour la réalisation d'un programme à long terme de récupération de déchets d'hydrocarbures évalué à plus de 20 millions \$. Jacques Whitford Environment Limited (Dartmouth, N.-É.) et Inland Technologies, en partenariat avec Haji Adinin and Sons of Brunei, ont récemment signé un contrat de plusieurs millions de dollars avec Brunei Shell Petroleum Company Sdn. Bhd. (BSP) pour la récupération de boues d'hydrocarbures et de boues de forage aux installations de production de pétrole brut de BSP.

## La stabilité : facteur clé de la remontée du Cambodge

*En 1999, la stabilité politique du Cambodge a donné son élan à l'expansion économique. La croissance du PIB a rebondi à 4 % et devrait atteindre 5,5 % cette année.*

L'investissement global actuel est d'environ 870 millions \$, dont 580 millions proviennent de sources privées. L'aide étrangère et l'investissement étranger direct financent de 14 % à 15 % du PIB. Le FMI a approuvé un financement sous forme d'une Facilité d'ajustement structurel renforcée d'un montant de 118,3 millions \$ sur trois ans, dont la première tranche, de 17 millions \$, a déjà été versée. Les prêts de la Banque mondiale au Cambodge se chiffrent au total à 109,1 millions \$ pour l'année financière 1999.

### Débouchés

#### Infrastructure de transport

Plus de deux décennies de guerre et de destruction ont causé de graves dégâts au réseau de transport du Cambodge. La modernisation des installations s'est amorcée et offre des occasions d'affaires aux Canadiens.

#### Matériel et services d'énergie

Comblant les besoins énergétiques du Cambodge, notamment de la capitale Phnom Penh, est considéré par le gouvernement comme l'absolue priorité du pays. Un apport accru d'énergie obligera à investir dans des systèmes de production, de transmission et de distribution. À titre de membre de la Commission du Mékong, le Cambodge offre des débouchés aux

### Cambodge (1999)

Capitale : Phnom Penh  
 Population : 11,4 millions  
 Urbanisation : 22,5 %  
 PIB : 4,13 milliards \$  
 Économie : agriculture (47 %), industrie (16 %), services (37 %)  
 Total des exportations : 1,3 milliard \$  
 Total des importations : 1,6 milliard \$  
 Exportations vers le Canada : 11,3 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 2,1 millions \$

entreprises canadiennes dans les domaines liés à l'exploitation du fleuve. Les firmes canadiennes ont également des occasions d'affaires dans l'exploration et l'exploitation de réserves de pétrole et de gaz dans le golfe de Thaïlande.

#### Industrie de l'environnement

Les abondantes ressources renouvelables et naturelles du Cambodge ont été mises à mal ces dernières années. Le gouvernement a déterminé des domaines cruciaux qui requièrent une attention immédiate : gestion des forêts, préservation de la biodiversité de l'écosystème du Tonlé Sap, et programmes environnementaux côtiers.

Les entreprises canadiennes ont été très actives dans le secteur environnemental cambodgien. Hydro Québec International/ Experco (Montréal) a réalisé une étude de préféabilité pour un projet hydroélectrique sur la rivière Kamchay; Resource Futures International (Ottawa) et Global Environment Consulting (Vancouver) ont reçu une subvention de la BASD pour donner une formation au personnel du ministère de l'Environnement sur la façon d'effectuer des études d'impacts sur l'environnement.

## Lente reprise économique au Laos

*La République démocratique populaire du Laos est l'un des pays les plus pauvres et les moins développés au monde. Régime socialiste à parti unique, le pays demeure largement tributaire des IFI et de l'assistance extérieure d'organisations d'aide internationales et d'agences donatrices.*

Depuis 1985, le Laos tente de s'éloigner d'une économie centralisée et planifiée et de s'orienter davantage vers une économie de marché. Il a amorcé des efforts limités de privatisation tout en faisant la promotion active du commerce international et en maintenant un climat relativement ouvert à l'investissement étranger.

### Brunei (1999)

Capitale : Bandar Seri Begawan  
 Population : 323 600  
 Urbanisation : 71 %  
 PIB : 7,03 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (5 %), industrie (46 %), services (49 %)  
 Total des exportations : 2,6 milliards \$  
 Total des importations : 2,4 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 0,956 million \$  
 Importations provenant du Canada : 2,943 millions \$

La crise économique asiatique de 1997 a fait chuter la valeur de la monnaie du Laos, le *kip*, à un dixième de sa valeur antérieure, tandis que l'inflation s'est propulsée dans les trois chiffres. La monnaie demeure extrêmement volatile.

Tandis que les autres économies de la région montrent des signes de reprise, le Laos demeure affligé de graves problèmes macroéconomiques, avec des secteurs financiers et bancaires qui auraient besoin d'une restructuration et d'une réforme en profondeur.

### Débouchés

Malgré la rareté de l'investissement privé, il existe des possibilités pour les entreprises canadiennes dans le cadre de partenariats avec des sources de financement externes comme la Banque mondiale, la BAsD ou l'ACDI. Les soins de santé, les services conseils en environnement, l'énergie hydroélectrique, l'infrastructure de transport, le secteur minier et les projets de développement international sont tous des secteurs qui offrent un potentiel.

### Laos (1999)

Capitale : Vientiane  
 Population : 5,35 millions  
 Urbanisation : 22,5 %  
 PIB : 1,87 milliard \$  
 Économie : agriculture (56 %), industrie (19 %), services (25 %)  
 Total des exportations : 416 millions \$  
 Total des importations : 871,5 millions \$  
 Exportations vers le Canada : 2,9 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 0,030 million \$

### Restrictions au commerce toujours en vigueur pour la Birmanie

Le Canada demeure préoccupé par la piètre situation des droits de la personne en Birmanie. En août 1997, le Canada a retiré à la Birmanie son admissibilité au Tarif de préférence général. Il a en outre placé la Birmanie sur la Liste des pays visés par contrôle, ce qui signifie que toutes les exportations du Canada exigent l'obtention d'un permis d'exportation. Par cette intervention, le Canada se joignait aux États-Unis et à l'Union européenne pour imposer certaines mesures de restriction économique à la Birmanie.

Les entreprises canadiennes qui désirent livrer des produits en Birmanie doivent d'abord faire une demande à la Direction des contrôles à l'exportation du MAECI à Ottawa pour obtenir un permis, lequel ne peut être obtenu actuellement que pour des biens à vocation humanitaire.

Les investissements canadiens en Birmanie ne sont pas interdits, mais ils ne sont ni encouragés ni appuyés par le gouvernement canadien. La monnaie birmane, le *kyat*, est surévaluée de plus de 5 000 %. De valeur fixée officiellement à 6 *kyats* pour 1 dollar américain, elle s'échangeait à 340 *kyats* au dollar sur le marché libre à la fin de 1999.

Pour en savoir plus sur les possibilités de faire des affaires en Birmanie, communiquer avec la Direction de l'Asie du Sud-Est, MAECI, tél. : (613) 944-5378.

### Principaux sites Web

- ◆ Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) : [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)
- ◆ Services InfoExport du MAECI : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) (voir *Ambassades et missions du Canada*)
- ◆ Société pour l'expansion des exportations : [www.edc.ca](http://www.edc.ca)
- ◆ Corporation commerciale canadienne : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)
- ◆ Agence canadienne de développement international - coopération industrielle : <http://acdi-cida.gc.ca/inc>
- ◆ Fondation Asie-Pacifique du Canada : [www.apfc.ca](http://www.apfc.ca) et [www.asiapacific.ca](http://www.asiapacific.ca)

## Contactez les délégués commerciaux principaux du Canada dans les pays suivants :

### Thaïlande

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-66-2) 636-0540  
 Fax : (011-66-2) 636-0568  
 Courriel : [bngkk-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bngkk-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok](http://www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok)

### Malaisie

Haut-Commissariat du Canada  
 Tél. : (011-60-3) 2718 3333  
 Fax : (011-60-3) 2718 3391  
 Courriel : [klmpr-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:klmpr-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/kualalumpur](http://www.dfait-maeci.gc.ca/kualalumpur)

### Singapour

Haut-Commissariat du Canada  
 Tél. : (011-65) 325-3200  
 Fax : (011-65) 325-3294  
 Courriel : [spore-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:spore-td@dfait-maeci.gc.ca)

### Brunei

Haut-Commissariat du Canada  
 Tél. : (011-673-2) 220043  
 Fax : (011-673-2) 220040  
 Courriel : [BSBGN@dfait-maeci.gc.ca](mailto:BSBGN@dfait-maeci.gc.ca)

### Indonésie

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-62-21) 525-0709  
 Fax : (011-62-21) 571-2251  
 Courriel : [jkrta-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jkrta-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/jakarta](http://www.dfait-maeci.gc.ca/jakarta)

### Philippines

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-63-2) 867-0001  
 Téléc. : (011-63-2) 810-1699  
 Courriel : [manil-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:manil-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/manila](http://www.dfait-maeci.gc.ca/manila)

### Vietnam

Hanoi  
 Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-84-4) 823-5500  
 Fax : (011-84-4) 823-5351  
 Courriel : [hanoi-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:hanoi-td@dfait-maeci.gc.ca)

### Ho Chi Minh

Consulat général du Canada  
 Tél. : (011-84-8) 824-5025  
 Fax : (011-84-8) 829-4528  
 Courriel : [HOCHI@dfait-maeci.gc.ca](mailto:HOCHI@dfait-maeci.gc.ca)

### Cambodge

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011 855 23) 213-470  
 Fax : (011 855 23) 211-389  
 Courriel : [PNMPN@dfait-maeci.gc.ca](mailto:PNMPN@dfait-maeci.gc.ca)

(Suite de la page 1)

M. Quinn. « Nous étions tous assis par catégorie d'industrie et, par hasard, le gouverneur de l'État de Jalisco était assis à côté de moi. Avec mon partenaire mexicain, nous avons pu avoir un entretien privé d'une heure avec lui, puis il nous a

## LCSI profite d'Équipe Canada, d'Educathec

invités à présenter nos propositions à ses conseillers économiques à Guadalajara.

« De toute évidence, ce gouverneur a assisté au déjeuner parce que les meilleurs gens d'affaires canadiens et des dirigeants politiques canadiens y étaient. Je ne peux imaginer comment une compagnie aurait pu avoir un accès direct à une telle personnalité clé, sans passer par Équipe Canada. »

Cette réunion fortuite avec le gouverneur a rapporté à LCSI, près de deux ans plus tard, un contrat de 750 000 \$ pour la distribution de son logiciel dans des écoles de tout l'État de Jalisco. Comme M. Quinn l'explique, l'accord a été facilité par la Corporation commerciale canadienne (CCC).

« Nous avons utilisé la CCC, dont nous avons rencontré les représentants pour la première fois à bord de l'avion d'Équipe Canada, pour négocier de gouvernement à gouvernement et éviter un processus d'appel d'offres. » Le marché avec l'État de Jalisco, qui a été conclu en décembre dernier, servira de modèle de référence pour d'autres États, ouvrant ainsi la voie à d'autres possibilités pour l'entreprise dans tout le Mexique.

### Utilisation des ressources du SDC

Les exportations représentant 98 p. 100 de son chiffre d'affaires, LCSI a souvent tiré profit d'initiatives du gouvernement, et en particulier du Service des délégués commerciaux (SDC) à l'étranger. « Par exemple, déclare M. Quinn, M. Brian Wong, au consulat général du Canada à Hong Kong, est en train de nous organiser des réunions en tête à tête.

« Nous travaillons aussi étroitement avec l'ambassade du Canada en Colombie à la conclusion d'un marché de distribution de notre logiciel dans les écoles

publiques de Bogota que nous espérons signer en mai. Le personnel du SDC, notamment M<sup>me</sup> Lesley-Anne Reed, nous a donné de précieux conseils sur des questions d'ordre pratique, surtout en ce qui a trait aux droits de propriété intellectuelle, aux licences, à l'enregistrement et

à la fiscalité. Ces questions doivent être traitées correctement dès le départ, avant qu'il ne soit trop tard et qu'elles ne deviennent des problèmes. »

### Educathec, une clé qui ouvre beaucoup de portes

LCSI a également participé l'an dernier à Educathec — la plus grosse foire professionnelle mondiale dans le domaine des services, des systèmes et du matériel didactiques et de formation — qui a lieu une fois par an à Paris. Cette année, Educathec se tiendra la semaine du 22 novembre (voir l'article dans le prochain numéro de *CanadExport*).

« Elle nous a fait gagner beaucoup de

temps et économiser beaucoup d'argent », dit M. Quinn de l'activité. « Notre gouvernement a été d'une grande utilité et a établi toutes sortes de contacts pour nous. Le personnel du SDC nous a aidés à monter notre stand et a fourni l'appui logistique nécessaire. »

« M. François Gauthé, agent de commerce, ambassade du Canada à Paris, nous a introduits au ministère français de l'Éducation, qui est actuellement en train d'examiner notre produit en vue de lui donner son aval. Cet appui officiel du gouvernement rendra les enseignants plus susceptibles de choisir notre logiciel, ce qui nous donnera un énorme avantage sur le marché français, où la concurrence est grande. »

Depuis sa fondation en 1981, LCSI — qui a gagné pas moins de 26 grands prix pour son logiciel novateur — n'a cessé de prendre de l'expansion en raison de ses exportations. L'entreprise vient d'accroître de 1 500 pieds carrés la superficie de ses locaux et de porter le nombre de ses employés à 25.

Pour plus de renseignements sur LCSI, communiquer avec M. Michael Quinn, président de l'entreprise, tél. : (514) 939-8700, téléc. : (514) 331-1380, courriel : [maq@lcsi.ca](mailto:maq@lcsi.ca) Internet : [www.lcsi.ca](http://www.lcsi.ca) ✪

## TD Waterhouse se lance en Inde

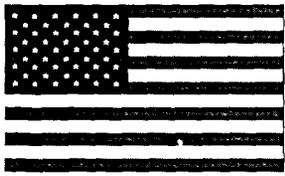
Le mois dernier, TD Waterhouse Group Inc., l'un des chefs de file dans le domaine des services financiers en ligne et le deuxième courtier exécutant en importance dans le monde, a signé un accord de coentreprise avec la société indienne Tata Finance Limited. La coentreprise, Tata Finance-TD Waterhouse Ltd., mettra sur pied, en Inde, une gamme complète de services financiers, en mettant l'accent sur le courtage et les opérations boursières en ligne. Tata Finance-TD Waterhouse Ltd. exploitera le réseau indien de 75 succursales appartenant à Tata et lancera les opérations en ligne dès que l'entreprise aura obtenu les autorisations nécessaires.

En vertu de l'accord, TD Waterhouse détient une participation de 49,9 % de la coentreprise dont le siège social sera situé à Mumbai, en Inde. L'Inde, qui compte plus de 25 millions d'investisseurs et où

l'internet se répand rapidement, est un marché en croissance qui offre des possibilités considérables et qui est généralement estimé être l'un des marchés les plus porteurs pour les services financiers.

TD Waterhouse vient s'ajouter à un nombre toujours grandissant d'entreprises canadiennes dans le secteur financier de l'Inde, groupe incluant la Banque Scotia, la Banque Toronto-Dominion, la Sun Life du Canada, Canada-Vie, Scotia Finance et Dundee Bancorp Inc.

Avec une population de 1 milliard d'habitants et une classe moyenne en plein essor, l'Inde offre d'énormes possibilités aux nouveaux arrivants. La politique du gouvernement est favorable à l'investissement étranger et elle vise à renforcer son secteur financier qui affiche des taux de croissance annuels composés de près de 20 % depuis 1990. ✪



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Il ne fait aucun doute que le secteur du logiciel projette une image qui suscite l'admiration générale. Les entreprises

Or, ce sont exactement ces caractéristiques qui préoccupent un grand nombre de leurs clients. Selon le magazine *The*

au code source pour protéger l'investissement en argent de l'utilisateur final dans l'entreprise du marchand de logiciel. Les marchands de logiciels canadiens qui veulent donner un coup de pouce à leurs ventes internationales auraient intérêt à faire le nécessaire pour conclure des contrats de séquestre.

## La mise sous séquestre accroît les ventes internationales de logiciels

de ce secteur sont perçues comme des entreprises novatrices, d'avant-garde et à la croissance rapide — comme de petites entités qui doivent lutter pour garder leur place de choix dans une branche très concurrentielle.

*Economist*, pas moins de 60 p. 100 des entreprises de haute technologie créées il y a un certain temps n'allaient pas fêter leur cinquième anniversaire.

Le fondement de tout séquestre conventionnel est le contrat. Les conditions de divulgation énoncées dans le contrat devraient se rapporter aux préoccupations habituelles concernant ce type de produit, soit la maintenance et le soutien. Il importe que la communication soit bonne entre toutes les parties pour que le séquestre soit fiable. Il est également essentiel que le gardien de séquestre reçoive toute mise à jour importante du code source afin que la version du produit déposé corresponde exactement à celle utilisée par le titulaire de la licence.

Cette prévision soulève une question urgente : comment les acheteurs de logiciels peuvent-ils s'assurer un accès garanti aux codes produits par des entreprises qui ferment leurs portes par la suite? Et comment les partenaires qui participent au développement du produit et les investisseurs, par exemple ceux qui fournissent du capital-risque, peuvent-ils protéger leurs droits relatifs à des renseignements exclusifs?

Les documents déposés doivent être conservés dans une chambre forte pour supports informatiques dotée d'un pare-feu assurant une protection d'un minimum de quatre heures, d'un système

La réponse, c'est la mise sous séquestre des logiciels. On a recours à ce processus en tant que service qui ajoute de la valeur à un produit en donnant accès, sous condition,

Voir page 12 – Ventes

### Du nouveau! CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS À VENIR

Le site des échanges avec les États-Unis comprend désormais un nouveau calendrier détaillé des événements à venir dans le domaine du commerce et de l'investissement. On y énumère une vaste sélection de foires commerciales et d'autres activités qui se tiendront au Canada et aux États-Unis (celles auxquelles participent les missions localisées aux États-Unis). Le nom d'une personne clé est fourni pour chaque activité. La liste ne comprend pas les activités organisées dans le cadre du programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), qui sont énumérées séparément, par secteur. On y trouve également des liens avec des sites faisant état d'autres foires commerciales.

### Un nouveau nom pour NEEF Plus

À partir du 1<sup>er</sup> avril 2000, les initiatives NEEF Plus porteront le nom d'initiatives « EXÉU » (exportateurs aux États-Unis). Ce programme continuera d'offrir ses services aux entreprises canadiennes qui exportent déjà aux États-Unis, et tout particulièrement de les aider à élargir leurs marchés vers d'autres régions de ce pays.

La liste complète des activités à venir en 2000-2001 dans le cadre des programmes NEEF et EXÉU se trouve sur le site [www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/nebs\\_00-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/nebs_00-f.asp) (à noter le nouveau localisateur) ou encore sur le site des échanges avec les États-Unis. ★

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**D**u temps où il était membre du corps des sapeurs-pompiers de Barrie, en Ontario, M. Gary Joice était constamment à l'affût des meilleures méthodes de formation afin que ses pompiers soient le plus efficaces possible.

## La CCC aide un pompier à s'imposer en systèmes de formation

Après avoir constaté que les méthodes conventionnelles n'offraient pas l'expérience pratique dont un pompier a besoin pour faire un travail efficace dès sa première sortie, M. Joice a mis au point, en 1984, son propre système de formation, une machine alimentée au propane.

En peu de temps, ses unités de simulation des incendies se sont taillé une bonne réputation, et la société Pro-Safe Fire Training Systems Inc. a vu le jour. Après plusieurs années de croissance, Pro-Safe est maintenant établie à Parry Sound, en Ontario.

« C'est pour répondre aux nombreuses demandes de clients qui avaient vu nos

systèmes à l'œuvre que nous avons commencé à les fabriquer pour la vente, » explique M<sup>me</sup> Henriette Martinitz, chef de la direction de l'entreprise, qui travaille chez Pro-Safe depuis 1994. « Les systèmes que nous fabriquons permettent de former

les pompiers en reproduisant des conditions très proches de la réalité. Ils s'habituent à la chaleur et à divers autres facteurs et sont ainsi en mesure de réagir correctement face à un véritable incendie. »



M<sup>me</sup> Henriette Martinitz, p.d.g., Pro-Safe Fire Training Systems Inc., Parry Sound (Ontario).

À ses débuts, la société vendait principalement aux services d'incendie municipaux, mais la vente au ministère de la Défense nationale d'un système de formation destiné à la base d'Esquimalt, en Colombie-Britannique, il y a quelques années, lui a ouvert de nouvelles perspectives.

« Le ministère de la Défense nationale nous a dirigés vers la Corporation commerciale canadienne (CCC) pour nous aider dans le domaine des ventes, et on connaît la suite, dit M<sup>me</sup> Martinitz. La CCC constitue un filet de sécurité, pour nous et pour nos banquiers, et elle nous donne la crédibilité dont nous avons besoin auprès des clients étrangers. Grâce à elle, nous sommes passés de la production d'un système de 20 000 \$ à la réalisation d'une vente de 750 000 \$ à la marine américaine. »

Au cours des dernières années, des ventes cautionnées par la CCC à des

## La CCC DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca) internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

clients comme la marine américaine, l'armée de l'air américaine et la garde nationale aérienne ont plus que décuplé les recettes de Pro-Safe, qui poursuit son expansion sur les marchés étrangers. Aujourd'hui, la société vend des systèmes mobiles de formation pour le vol, dans lesquels une réplique exacte d'un aéronef est équipée de systèmes simulant des incendies qui sont très proches de la réalité.

« Ces systèmes simulent tous les types d'incendie qui peuvent survenir, explique M<sup>me</sup> Martinitz — du feu qui prend dans le poste de pilotage ou dans la soute jusqu'à l'incendie qui enveloppe tout l'appareil en passant par le " feu de flaque ", l'incendie d'une aile ou celui du moteur de la queue... Nous travaillons avec le client avant la livraison et formons ses instructeurs. En tout, nous avons fourni à la marine et à l'armée de l'air américaines quatre systèmes, qu'elles ont soumis à un programme d'essais rigoureux sur terre et en mer. »

Les ventes de Pro-Safe sont passées

Voir page 13 - L'aide

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

**L**a filière du bois en France est constituée de 38 000 entreprises employant près de 300 000 personnes qui génèrent un chiffre d'affaires annuel de 34 milliards de dollars US.

Les composants de cette filière sont, par ordre d'importance « utilisateurs » : bois-papier, 40,8 %; bois-emballage, 24,5 %;

# Le secteur du bois en France :

## filiale, marché et accès

bois-construction, 13,8 %; bois-meubles, 13,6 %; scieries, 7,3 %.

### Importations françaises

À ce marché interne viennent s'ajouter des importations (surtout des pays européens), dont le montant moyen annuel dépasse, depuis 1996, 2 milliards de dollars US pour atteindre 2,3 milliards en 1998.

Pour ces mêmes années (1996 et 1997) la France a importé du Canada, respectivement, pour 41 millions de dollars US et 43 millions, pour culminer à 49 millions en 1998 se plaçant, cette dernière année, en position de 13<sup>e</sup> fournisseur (après des concurrents essentiellement européens) avec 2,12 % de part de marché import, mais avec une belle progression de 14,36 % par rapport à 1997.

En terme de « produit », le « bois d'œuvre (plus de 6mm d'épaisseur) compte pour près de 76 % des importations françaises de bois du Canada et représente un montant de 37 millions de dollars US.

### Débouchés en France

A noter qu'en France, le bois est très peu utilisé, voire « trop peu » aux dires même de la filière bois française, comme matériaux de construction. Dans ce contexte, les créneaux les plus porteurs pour les fournisseurs canadiens sont les bois pour planchers et ameublement, les bois de contre-plaqué, et les panneaux pour revêtement intérieur.

La demande pour le pin maritime utilisé pour les planchers et les revêtements muraux connaît une croissance annuelle de 3 %. Le plancher en pin maritime représente 65 % du marché de plancher en résineux et 27 % de tout le marché du parquet en France. En 1995, il s'est posé en France 3 millions de mètres carrés de plancher en pin maritime. Pour le bois

d'ameublement, les préférences françaises vont au merisier, au noyer et au chêne rouge.

### Accès au marché

Il est utile de rappeler que l'exportation vers la France de bois traité canadien nécessite l'obtention de deux certificats administrés au Canada par l'Agence canadienne de l'inspection des aliments (Agriculture Canada) : un certificat de traitement thermique et un certificat phytosanitaire.

Une entreprise canadienne peut aborder le marché français par l'intermédiaire d'un agent commercial, par contact direct avec les acheteurs de la grande distribution ou en livrant directement à un client.

Les agents commerciaux « bois » sont regroupés au sein d'une association et il est relativement facile d'identifier les acheteurs des grandes surfaces spécialisées. La Fédération française du commerce du bois, dont le mandat est la promotion de ce matériau sur le marché français, publie un annuaire détaillé qui constitue un excellent outil de travail, de communication et de prospection pour les exportateurs canadiens.

### Salons spécialisés

La France compte deux événements importants pour la filière du bois : le **Carrefour International du Bois** qui a lieu tous les deux ans à Nantes et le salon parisien annuel **Approfal**.

Manifestation unique en Europe car

entièrement dédiée au commerce du bois, le **Carrefour International du Bois** se tiendra à Nantes, du 24 au 26 mai 2000. Ce salon regroupe plus de 300 exposants et attire 6 000 visiteurs de plus de 60 pays. À ce jour, la présence de **Q-WEB**, **B.C. WOOD** et d'une délégation des Provinces Maritimes est envisagée ainsi que la tenue, en liaison avec les organisateurs du Salon, d'une séance d'information « Canada » dans le cadre du programme de conférences de cet événement.

Pour les fournisseurs de bois d'ameublement, le salon **Approfal** est organisé chaque année, à Paris, en janvier, dans le cadre du **Salon du Meuble**. Il présente ainsi l'avantage de donner accès au marché français et européen du meuble tout en permettant d'étudier les grandes tendances design et essences de bois à la mode.

**Pour toute information complémentaire**, communiquer avec M. Michel Montet, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44 43 23 74, téléc. : (011-33-1) 44 43 29 98, courriel : [michel.montet@dfait-maeci.gc.ca](mailto:michel.montet@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## VENTES INTERNATIONALES DE LOGICIELS

(Suite de la page 10)

d'extinction d'incendie qui ne soit pas à base d'eau, d'un environnement d'entreposage contrôlé et d'un système de sécurité poussé.

Le secteur du séquestre est semblable au secteur canadien de la technologie en ce sens qu'il adapte constamment ses services en vue de s'améliorer. Les contrats de séquestre de logiciels ont permis par le passé aux marchands de logiciels de vendre davantage de produits et de services parce qu'ils dissipent les craintes des clients éventuels, tant au Canada qu'à l'étranger. Lorsque l'on a recours à un gardien professionnel impartial, le service sécurise et avantage toutes les parties.

Voir le site [www.fortknoxescrow.com](http://www.fortknoxescrow.com) pour de plus amples informations. ✪

**M**oins de deux ans après que la Commission des transports de Cracovie (MPK Krakow) a lancé un appel d'offres pour de nouveaux tramways, Bombardier Transport a officiellement présenté le premier tramway à plancher sur-

Schweitzer, insiste sur l'importance que les marchés de l'Europe centrale revêtent pour Bombardier. « Nous envisageons une collaboration à long terme car l'Europe centrale demeure un marché de premier plan au potentiel de croissance considérable. »

26 m, peut asseoir 76 passagers et en accueillir 100 debout. Il est pourvu de sièges individuels rembourrés, d'un système de ventilation intégré au toit et d'un système de chauffage sous les sièges qui assurent le confort des passagers. Des accès multifonctionnels sont aussi prévus pour landaus, bicyclettes et fauteuils roulants.

Dans le discours qu'il a présenté lors de l'impressionnante présentation officielle à Cracovie, où plus de 200 invités étaient rassemblés, l'ambassadeur du Canada en Pologne, M. Donald McLennan, a fait état de la progression des relations bilatérales entre les deux pays. « Nous prévoyons que les investissements canadiens en Pologne, qui se chiffrent actuellement à 300 millions de dollars, doubleront d'ici cinq ans, » dit-il.

**Pour plus de renseignements sur Bombardier, consulter l'adresse internet [www.transportation.bombardier.com](http://www.transportation.bombardier.com)**

**Pour renseignements sur les débouchés commerciaux et en investissement en Pologne, communiquer avec M. Jean-Pierre Petit, Direction de l'Europe centrale, MAECI, tél.: (613) 992-1449, téléc.: (613) 995-8756, courriel: [jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M<sup>me</sup> Joanne Lemay, déléguée commerciale, ambassade du Canada à Varsovie, tél.: (011-48-22) 629-8051, poste 3352, téléc.: (011-48-22) 622-9803, courriel: [wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca)**

# Premier tramway

## Bombardier en Pologne, porte d'entrée à l'Europe centrale et orientale

baissé de type NGT6 à la Commission des transports de Cracovie en décembre dernier.

Au total, 14 véhicules de ce type seront livrés à la Commission des transports de



Le cardinal Franciszek Macharski bénit le premier tramway de Bombardier à Cracovie, en présence de l'ambassadeur du Canada en Pologne, M. Donald McLennan (2<sup>e</sup> à droite).

Avec cette première livraison de tramways à un pays d'Europe centrale, Bombardier Transport prouve qu'elle possède les compétences nécessaires pour fournir des solutions sur mesure aux problèmes de circulation urbaine et régionale. La gamme de produits de Bombardier va du tramway Cityrunner à plancher surbaissé intégral au Tram-Train bimodal, qui peut circuler à la fois sur un réseau ferroviaire lourd et sur des voies ferrées assemblées pour le centre des villes.

Le tramway de Cracovie est un véhicule unidirectionnel moderne dont la surface de plancher surbaissé est de 65 p. 100. La hauteur de l'accès est de 2,9 m. Le véhicule, qui est constitué de trois voitures et qui mesure

Cracovie, première administration urbaine des transports de la Pologne à commander des véhicules dans le cadre d'un appel d'offres international. C'est l'ancienne Première déléguée commerciale du Canada en Pologne, M<sup>me</sup> Linda McDonald, qui a contribué à la conclusion du marché.

Le nouveau tramway conçu pour Cracovie tient compte des règlements polonais en matière de conception et d'exploitation des tramways. Il fait partie d'une génération entière de tramways à plancher surbaissé mis au point par Bombardier Transport à son usine de Bautzen, en Allemagne — une des nombreuses installations que possède la société montréalaise Bombardier Inc. dans 12 pays.

En Allemagne, d'autres tramways de cette famille ont déjà été livrés aux villes de Kassel et de Essen.

Le vice-président des Initiatives stratégiques de Bombardier Transport sur le territoire continental européen, M. Robin

## L'aide de la CCC (Suite de la page 11)

d'environ 300 000 \$ à 3,5 millions de dollars, et les exportations ont joué un rôle déterminant. La société a tiré parti des services de la CCC tout au long de sa croissance.

« La Corporation a participé au processus de soumission et à la négociation de nombreuses ventes, précise M<sup>me</sup> Martinitz. Son personnel hautement qualifié relève tous les détails, juridiques ou techniques. »

La société Pro-Safe produit aussi des systèmes pour la formation dans les tours (les services d'incendie des villes de Vancouver et de Winnipeg sont des clients récents). Par ailleurs, elle a eu une forte influence sur le marché aéroportuaire dans le domaine de la formation des pompiers d'aéroport. C'est ainsi qu'en 1997 et 1998, elle a installé de gros simulateurs d'incendies télécommandés à l'aéroport Pearson (à Toronto) et

à la base de la garde nationale aérienne d'Alpena, au Michigan.

Actuellement, Pro-Safe travaille à l'élaboration de systèmes destinés aux bases de la garde nationale aérienne de Fargo, au Dakota du Nord, et de Gulfport, au Mississippi, et à des projets pour les aéroports de Detroit, de Denver et de Tucson.

« À l'avenir, nous comptons nous étendre au-delà du marché nord-américain, dit M<sup>me</sup> Martinitz. Nous envisageons l'Amérique du Sud, le Moyen-Orient et le Royaume-Uni et nous espérons bien pouvoir compter sur les services de la CCC pour pénétrer ces marchés. Ces services sont un filet de sécurité, pour nous et pour nos banquiers. Et ils nous donnent de la crédibilité sur les marchés étrangers et auprès des banques. » \*

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**NÉPAL — Système à ligne locale sans fil**  
— La Société des télécommunications invite les entreprises admissibles à soumissionner pour fournir et livrer des systèmes à ligne locale sans fil et des éléments d'installation. Le réseau de ligne locale sans fil fournira environ 5 000 lignes téléphoniques aux comités de développement des villages de la région de développement occidentale et ce, en trois

phases. Le fournisseur devra entreprendre la conception technique détaillée, la fourniture et la livraison du système, et l'installation clés en main de la première phase de construction. La date limite pour la présentation des soumissions a été reportée du 24 mars 2000 au **24 mai 2000**. Renseignements : M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), numéro de référence : 000221-00664.

**THAÏLANDE — Fourniture de réacteurs 500 kV** — La Société de production d'électricité recherche un fournisseur de réacteurs 500 kV pour la sous-station de Pluak Daeng dans le cadre du projet de système

de transmission 500 kV pour les producteurs d'électricité indépendants. Les documents relatifs à l'appel d'offres seront disponibles du 25 février au 3 mai 2000, au prix de 80 \$US ou 3 000 TH (non remboursables) le jeu. Date limite pour la présentation des soumissions : **3 mai 2000**. Pour plus de renseignements, consulter [www.egat.or.th/procure](http://www.egat.or.th/procure) n° d'appel d'offres : **IPPE-S1-R**. Renseignements : M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) numéro de référence : **000229-00800**.

**ISRAËL — Projet de train léger pour Jérusalem** — Les documents de présélection pour ce projet sont disponibles moyennant des droits (non remboursables) de 40 000 NIS. Date limite pour la présentation des soumissions : **15 mai 2000**. Renseignements : M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) numéro de référence : **000117-00195**.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) \*



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

## Maroc : possibilités éventuelles en informatique et en éducation

Dans le but de rattraper le train du développement des technologies de l'information, le Maroc prévoit effectuer des changements substantiels au niveau de l'éducation et de la formation.

Ainsi, on prévoit procéder à l'introduction de l'informatique de base dans tous les établissements du cycle fondamental et secondaire (6 986 établissements) d'ici l'an 2004, à un coût estimatif du matériel et de la formation de 3,3 milliards de Dh (508 millions de \$).

Par ailleurs, il est prévu de généraliser l'enseignement informatique au niveau de tous les établissements de l'enseigne-

ment supérieur au coût de 200 millions de Dh (31 millions de \$).

De leur part, les fonctionnaires et agents de l'État (au nombre de 75 000) bénéficieront d'une formation intensive aux nouvelles technologies de l'information, ce qui nécessitera une enveloppe de 75 millions de Dh (12 millions de \$).

Pour tout renseignement, communiquer avec M<sup>me</sup> Asmae Amrouche, cadre commercial, ambassade du Canada, Rabat, tel. : (011-212-7) 67-28-80, téléc. : (011-212-7) 67-21-87, courriel : [asmae.amrouche@dfait-maeci.gc.ca](mailto:asmae.amrouche@dfait-maeci.gc.ca) \*

## LE MARCHÉ INTERNATIONAL AFRICAIN DE MONTRÉAL

MONTRÉAL — 23-26 mai 2000 — Le Marché International Africain de Montréal (MIAM 2000), qui ouvrira ses portes cette année au Palais des Congrès, s'attend à recevoir plus de 200 entrepreneurs et décideurs politiques africains et 400 entrepreneurs canadiens.

Lancé l'année dernière par la Chambre de Commerce et d'Industrie Canada-Afrique (CCICA) et appuyé, entre autres, par les gouvernements du Canada et du Québec, le MIAM vise avant tout à accroître les relations d'affaires entre les entreprises africaines et celles de Montréal, des régions du Québec et des autres provinces canadiennes.

En dehors de rendez-vous personnalisés, de nombreuses activités permettent de favoriser les rencontres directes entre participants, soit : kiosques d'exposition et foires aux affaires, ateliers thématiques (agro-alimentaire, éducation et formation, énergie, environnement, mines et res-

sources naturelles, santé, technologie de l'information, transports), tables rondes, et soirées (du millénaire, de gala et de remise de prix).

Seul rendez-vous exclusif entre décideurs économiques africains et canadiens, le MIAM est ouvert aux gens d'affaires de tous les secteurs et est propice au développement de partenariats d'affaires et à la promotion des investissements sectoriels.

Le MIAM de l'an dernier a donné suite à plusieurs pourparlers, ententes, partenariats et contrats signés entre sociétés canadiennes et africaines. Avec une population de plus de 760 millions d'habitants et un PIB de près de 800 milliards de dollars, l'Afrique est un marché au potentiel énorme.

Pour tout renseignement sur le MIAM ou pour y participer, communiquer avec la CCICA, tél. : (514) 990-3357, téléc. : (514) 868-6262, internet : [www.miam.ca](http://www.miam.ca) ✪

## Profiter des débouchés qu'offre l'industrie californienne de la construction résidentielle

SAN FRANCISCO, É.-U. — La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) ont uni leurs efforts pour offrir une mission d'orientation commerciale à San Francisco, du 27 au 30 juin, aux entreprises canadiennes qu'intéresse le marché de l'habitation de l'ouest des États-Unis.

La mission aura lieu conjointement avec le Western Building Show (la foire du bâtiment de l'ouest des États-Unis), prévue du 28 au 30 juin. La première journée sera consacrée à des séances d'étude au cours desquelles des experts américains de l'industrie du bâtiment présenteront des méthodes permettant d'étendre vos activités commerciales, de même qu'à des visites de chantiers de construction et de magasins de détail. Comme on prévoit une très bonne année dans le domaine du bâtiment — les volumes s'annonçant particulièrement élevés dans le Sud-Ouest — les entreprises qu'intéresse le marché de la

construction nouvelle et du réaménagement jugeront cette mission extrêmement intéressante.

Moyennant des frais de 500 \$, les participants recevront aussi un insigne du stand Canada Info du Western Building Show et un espace dans ce stand. Cette exposition attire plus de 18 000 entrepreneurs et promoteurs des secteurs de la construction d'habitations individuelles et de logements collectifs et de la construction industrielle. (Les frais de participation au colloque du 27 juin sont de 150 \$.) L'avis d'inscription doit parvenir au bureau de Vancouver de la SCHL au plus tard le 28 avril 2000.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Nellie Cheng, SCHL, tél. : (604) 666-8064, téléc. : (604) 666-3020; avec M. Harvey Rebalkin, Centre du commerce international de Vancouver, tél. : (604) 666-1445; ou avec M. Michael Pascal, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 346-2754. ✪

## ACTIVITÉS D'« AFRIQUE EN DIRECT » AU CANADA

Du 3 au 17 mai 2000, 200 dirigeants des secteurs public et privé de huit pays émergents de l'Afrique subsaharienne viendront au Canada rencontrer leurs homologues canadiens et amorcer un processus de resserrement des liens économiques et politiques.

Les huit pays (Ghana, Maurice, Mozambique, Nigeria, Sénégal, Afrique du Sud, Tanzanie et Ouganda) ont déployé de grands efforts pour libéraliser l'économie et le régime politique et accroître la transparence des affaires, de sorte qu'ils offrent actuellement parmi les meilleures possibilités pour les entreprises canadiennes en Afrique et, de fait, dans l'ensemble des pays en développement.

En 1999, les exportations canadiennes de marchandises en Afrique subsaharienne ont dépassé 650 millions de \$. La région présente de nombreuses occasions de commerce et d'investissement, particulièrement dans les secteurs des mines, des télécommunications, de l'eau et des eaux usées, de la production d'énergie, des transports et de l'habitation.

La croissance du commerce des services, la hausse de l'investissement direct dans le secteur des ressources naturelles et la multiplication d'entreprises conjointes montrent aussi à quel point l'Afrique prend de l'importance comme partenaire économique.

Des activités sont prévues dans le cadre d'Afrique en direct à Ottawa, à Calgary, à Toronto et à Montréal (dans cette ville, elles s'inscriront dans le programme de la 6<sup>e</sup> Conférence annuelle de Montréal). Le programme comprend des colloques, des ateliers, des échanges entre entreprises (formation d'entreprises conjointes et de partenariats, rencontres individuelles entre entreprises africaines et canadiennes) et des visites d'usines.

Tous les Canadiens, particulièrement les gens d'affaires, sont invités à participer aux activités d'Afrique en direct pour se renseigner sur les possibilités et le

Voir page 16 - Activités

## Colloques « occasions d'affaires » de la Banque asiatique de développement

VICTORIA, CALGARY, HAMILTON, QUÉBEC, FREDERICTON  
— 7 mai-6 juin 2000 — La Banque asiatique de développement ou BASD (voir le supplément *Pleins feux sur l'Asie du Sud-Est*, p. 2) tiendra dans tout le Canada une série de colloques sur les occasions d'affaires. Ne ratez pas cette chance de vous informer ou de perfectionner vos connaissances sur la manière de déterminer, de suivre ou de soumissionner les projets commerciaux financés par la BASD dans la région de l'Asie-Pacifique.

Une séance de deux jours aura lieu dans chacune des villes. La première matinée sera consacrée à l'évolution du rôle de la Banque, à la manière d'obtenir des informations importantes pour profiter des occasions d'affaires à différents stades du cycle d'un projet, y compris des renseignements sur les possibilités d'investissement et de cofinancement pour le secteur privé. Les participants pourront également se renseigner sur le processus de recours et sur la politique anti-corruption de la Banque.

L'après-midi, il y aura deux ateliers simultanés : l'un consacré à la description des divers aspects du recrutement des consultants, tels que l'inscription, les déclarations d'intérêt, l'établissement de la liste des soumissionnaires admissibles, la présentation des soumissions à caractère technique concurrentielles et bien d'autres points encore. L'autre atelier portera sur les différents aspects de la fourniture de biens ou de travaux, dont les méthodes et les procédures d'approvisionnement, la manière de présenter une

soumission concurrentielle et l'évaluation des soumissions.

Toutes les présentations se feront en anglais, qui est la langue de travail de la BASD. Si les contraintes opérationnelles le permettent, l'équipe d'experts de la Banque pourra détacher un agent francophone pour faciliter les échanges, en particulier à Québec et à Fredericton.

La deuxième journée sera consacrée à des rencontres individuelles avec un agent de la Banque pour permettre aux participants d'aborder des questions qui les intéressent particulièrement.

Pour plus de renseignements, communiquer avec des délégués commerciaux du Centre du commerce international. À VICTORIA, les 17 et 18 mai, M. David Dix, tél. : (604) 666-1406, courriel : dix.david@ic.gc.ca À CALGARY, les 24 et 25 mai, M<sup>me</sup> Barbara Cameron, tél. : (403) 292-4509, courriel : cameron.barbara@ic.gc.ca À HAMILTON, les 29 et 30 mai, M. Jean-Charles Joly, tél. : (416) 973-5055, courriel : joly.jeancharles@ic.gc.ca À QUÉBEC,

les 1<sup>er</sup> et 2 juin, M. Michel Roy, tél. : (514) 283-8051, courriel : roy.michel@ic.gc.ca À FREDERICTON, les 5 et 6 juin, M. Gilles Gaudet, tél. : (506) 851-6477, courriel : gaudet.gilles@ic.gc.ca ✽

## Réussir une foire commerciale

M. Barry Siskind, l'un des plus grands spécialistes des foires commerciales en Amérique du Nord, se rendra dans différentes villes du Canada pour y présenter un atelier très réputé intitulé « Making Trade Shows Work » [réussir une foire commerciale]. Cet atelier d'une journée révélera tous les secrets de l'organisation d'une foire commerciale pour en tirer le plus grand succès.

Cet atelier se tiendra notamment à Hamilton, le 18 avril; à Fredericton, le 27 avril; à Edmonton, le 17 mai; à Winnipeg, le 17 mai, et à Mississauga, le 12 juin.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, composer le 1 800 358-6079, ou consulter le site [www.siskindtraining.com](http://www.siskindtraining.com) ✽

## ACTIVITÉS D'« AFRIQUE EN DIRECT » (Suite de la page 15)

potentiel que représente la nouvelle Afrique.

Organisée par l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada (AMEC) avec l'appui de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), Afrique en direct constitue un

moyen unique pour les Canadiens d'apprendre à connaître l'Afrique.

Pour savoir comment participer, voir l'adresse internet [www.africadirect.net](http://www.africadirect.net) ou communiquer avec M<sup>me</sup> Aida Viveiros, AMEC, tél. : 905-568-8300, poste 288, courriel : Aida\_Viveiros@the-alliance.com ✽

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention  
248857499



DCS  
R1  
A  
16  
RE  
18  
pril  
7, 2000  
opy 1

**Canada**



# Le ministre Pettigrew présente les résultats positifs de la SEE

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

APR 19 2000



Le ministre du  
Commerce international,  
M. Pierre S. Pettigrew

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

## DANS CE NUMÉRO

- 2 La Chambre de commerce canado-tunisienne
- 4 Allemagne – le marché du logiciel
- 6 Les trucs du métier
- 7 Produits canadiens à Beijing
- 8 Une percée prometteuse en Chine
- 9 La SEE prévoit une forte hausse des exportations
- 10 Carrefour États-Unis
- 12 La NAMSA, agence d'achat de l'OTAN
- 13 Educatec 2000 en France
- 14 Occasions d'affaires
- 15 Foires et missions
- 16 Au calendrier/ Publications

Le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a déposé le mois dernier le Rapport annuel de 1999 de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), qui indique que la SEE a aidé des milliers d'entreprises canadiennes à exploiter des occasions d'affaires à l'étranger.

Le rapport vérifié indique que la SEE a servi un nombre record de 5 182 clients en 1999, soit 16 % de plus que l'an dernier.

La SEE a appuyé des ventes et des investissements étrangers de plus de 40 milliards de dollars en 1999, soit une augmentation de 15 % par rapport à 1998, et a aidé des entreprises canadiennes dans 171 pays et territoires l'an dernier, notamment en Asie, en Amérique latine et en Russie.

« La SEE a fait 118 millions de dollars l'an dernier tout en aidant des milliers d'entreprises canadiennes à faire des affaires à l'étranger, ce qui est bénéfique et pour notre économie et pour les Canadiens », a déclaré M. Pettigrew.

Le rapport mentionne que les petites et les moyennes entreprises représentent 88 % de la clientèle de la SEE, ces dernières ayant reçu plus de 6,1 milliards de dollars

en financement et en assurance en 1999, soit une augmentation de 6,8 % par rapport à 1998. Le nombre de petits exportateurs qui ont eu recours aux services de la SEE en 1999 a en outre augmenté de 15 % comparativement à l'année précédente, pour s'élever à 4 550 (voir tableau).

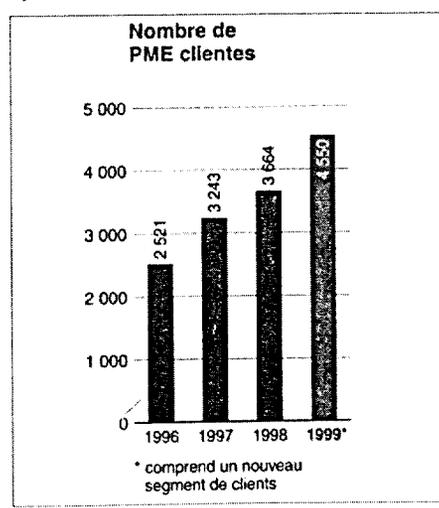
« Ces résultats démontrent le rôle crucial que joue le financement commercial en aidant les entreprises canadiennes à réaliser leur potentiel commercial international », a ajouté le Ministre.

La SEE fournit un service à valeur ajoutée aux entreprises canadiennes tout en favorisant une gestion financière saine. La SEE a encore une fois reçu des notes élevées pour le service à la clientèle en 1999, obtenant 80,4 % (79,8 % en 1998) dans son sondage annuel auprès des clients.

« En aidant à créer une capacité de financement commercial, la SEE devient un partenaire de plus en plus essentiel aux gens d'affaires canadiens qui cherchent à établir leur compétitivité dans le monde entier », a indiqué pour sa part le président et chef de la direction de la SEE, M. A. Ian Gillespie.

Fondée en 1944, la SEE est une société d'État qui fonctionne comme une institution financière commerciale, et qui se consacre exclusivement à la prestation de services financiers commerciaux à l'appui des exportateurs et des investisseurs canadiens. La compétence essentielle de la SEE est renforcée par 14 équipes sectorielles, chargées notamment de l'agriculture, de la foresterie, des biens de consommation, de l'aérospatiale et des télécommunications.

Pour tout renseignement, voir le site internet de la SEE à [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca)



Vol. 18, N° 7 –  
17 avril 2000

SUPPLÉMENT SUR LE COMMERCE  
CANADIEN EN REVUE  
(Voir l'encart)

**A**lors que Rome balbutiait, Carthage fleurissait déjà et rayonnait, tant par sa culture que par son commerce, sur toute la Méditerranée. Havre de paix, la Tunisie est déterminée à redevenir flamboyante comme jadis. Résolument

varie considérablement d'une année à l'autre, étant fortement influencée par la qualité des récoltes tunisiennes de blé.

Le Canada exporte principalement des locomotives diesels-électriques (exceptionnel cette année), du blé dur, du soufre,

33 % à 5 %, le taux de scolarisation de 5 % à 99 %, et le revenu par habitant de 30 \$ à 2 800 \$.

### La CCCT, fer de lance du partenariat canado-tunisien

Inaugurée en 1996, la Chambre de commerce canado-tunisienne (CCCT) a pignon sur rue à Montréal. C'est un organisme sans but lucratif qui a pour objectif principal d'aider l'entreprise canadienne à développer ses échanges et à s'implanter durablement en Tunisie et au Maghreb. Elle compte 50 membres représentant des grandes, des petites et des moyennes entreprises, ainsi que divers paliers de gouvernement.

Certains membres travaillent déjà en Tunisie et dans les autres pays du Maghreb. M. Abdeljelil Ouanès, de la firme C.C.I. OUANÈS, préside, depuis sa fondation, le conseil d'administration composé de personnalités du monde des affaires.

Voir page 3 - La CCCT

# La Chambre de commerce canado-tunisienne à votre service

par André Landry, agent de pupitre, MAECI

*tournee vers l'extérieur, c'est le pays le plus occidentalisé du Maghreb, comme les entreprises canadiennes pourront le découvrir grâce à la Chambre de commerce canado-tunisienne (CCCT).*

Les sociétés canadiennes trouveront en Tunisie une remarquable stabilité politique, un climat d'affaires favorable aux investissements et à l'initiative privée. De plus, le pays traverse actuellement une phase de mutation politico-économique privilégiant l'ouverture sur l'extérieur et la libéralisation économique.

La Tunisie, qui est l'un des plus anciens partenaires du Canada en Afrique et le plus ancien des pays du Maghreb, est déjà considérée comme un pays développé qui entend traiter d'égal à égal avec les gens d'affaires canadiens. Les relations entre le Canada et la Tunisie, qui remontent officiellement à 1966 (date de l'inauguration de l'ambassade du Canada, la première au Maghreb), sont bonnes. Les échanges commerciaux sont limités quoique de plus en plus diversifiés. Comme le montre le tableau en page 3, la valeur des exportations canadiennes

des appareils d'émission pour la radio, des pièces d'équipement et des médicaments, et maintient une présence dans le secteur de la géomatique. Par ailleurs, bien que leur valeur soit difficile à évaluer, nos services s'exportent bien. Enfin, on estime à près de 100 millions \$ (surtout dans les secteurs du textile, de l'énergie et des mines) la valeur des investissements canadiens en Tunisie.

Les articles de lunetterie, les peaux épilées et les gants, les dattes, les molusques et l'huile d'olive composent l'essentiel des exportations tunisiennes vers le Canada.

### Faits économiques saillants

Le revenu par habitant de la Tunisie est le plus élevé d'Afrique et sa main-d'œuvre, la plus instruite. Depuis 12 ans, le pays soutient un rythme de croissance économique frisant 6 % par année, soit en moyenne le double de la croissance qu'affiche le Canada, pourtant chef de file du G-7.

Durant les 45 dernières années, l'espérance de vie en Tunisie est passée de 50 ans à 73 ans, le niveau de pauvreté de

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédacteurs : Vince Chetcuti, Julia Gualtieri  
Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000

Tél. : (613) 996-2225

Télex : (613) 992-5791

Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Internet :

[www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consultez l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :

CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

Outil de promotion des échanges commerciaux entre les deux pays et lien formel entre les différents participants, la CCCT demeure le lieu privilégié pour recueillir des informations spécifiques sur le marché tunisien. Source de renseignements, elle permet de consolider les contacts déjà existants. Sa vocation et ses multiples activités lui permettent, au bénéfice des gens d'affaires désireux d'accroître leur marché,

1. d'associer tous les intervenants concernés à la promotion des échanges commerciaux et à la recherche d'occasions d'investissements entre le Canada et la Tunisie;
2. de constituer un forum pour échanger des idées et des informations et discuter de sujets d'intérêt commun;
3. de fournir renseignements et conseils sur l'évolution des conditions du commerce et des investissements en Tunisie;

toute entreprise peu familière avec le contexte économique et commercial tunisien.

#### Activités de la CCCT

- En partenariat avec le Club Export et la Représentation Économique de

## La CCCT, fer de lance du partenariat canado-tunisien

Tunisie, une mission aura lieu en Tunisie du 26 au 30 avril prochains dans le cadre du **Salon International de l'Agroalimentaire, Agroleader.**

#### Privileges offerts aux membres de la CCCT

- Accès à notre réseau au Canada et en Tunisie.
- Informations personnalisées.
- Rencontre de délégations tunisiennes

en mission au Canada.

- Participation à des missions commerciales en Tunisie et au Maghreb.
- Participation à des colloques et ateliers organisés par la CCCT.
- Promotion de vos produits et de vos services sur le site internet de la CCCT (en voie d'élaboration).
- Aide pour développer votre part de marché et vous implanter en Tunisie.

**Pour toute information** sur la CCCT, communiquer avec M. Abdeljelil Ouanès, CCCT, tél.: (514) 847-1281, téléc.: (514) 847-1541, courriel : [info@cccantun.ca](mailto:info@cccantun.ca) internet : [www.cccantun.ca](http://www.cccantun.ca)

Toute entreprise désireuse d'explorer le marché tunisien peut communiquer avec la CCCT ou avec M. André Landry, agent de pupitre, Direction du Maghreb et de la Péninsule arabe, MAECI, tél. : (613) 944-8288, téléc. : (613) 944-7431, courriel : [andre.landry@dfait-maeci.gc.ca](mailto:andre.landry@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp) ✪

### Échanges Canada-Tunisie

Année	1992	1993	1994	1995 <sup>1</sup>	1996	1997	1998	1999
Exportations (million \$)	46,4	21	29,5	106,1	41,7	85	39,5	71,2
Importations (million \$)	1,5	1,4	2,8	4,35	3,7	9	8,5	10,3

1. Année de sécheresse en Tunisie

4. d'organiser des colloques, des expositions et des échanges de délégations;
  5. de constituer des centres régionaux offrant des services aux intervenants au Canada et en Tunisie;
  6. de collaborer avec d'autres organismes ayant des objectifs similaires.
- Nul ne s'y connaît mieux en matière de pratiques commerciales que la CCCT. Formée de gens d'affaires rompus à la fois aux techniques commerciales tunisiennes (pan-maghrébines) et canadiennes, la CCCT peut, grâce à son expertise et à ses contacts, s'avérer une source d'information indispensable à
- En partenariat avec la Représentation Économique de Tunisie et l'Alliance des manufacturiers du Québec, elle organisera un événement en l'honneur du ministre tunisien de la Coopération internationale et de l'Investissement extérieur, le 26 avril prochain.
  - En collaboration avec la Chambre de commerce et d'industrie de Tunis, elle recevra en septembre prochain (probablement à Québec, Winnipeg et Toronto) une délégation multisectorielle de gens d'affaires tunisiens.

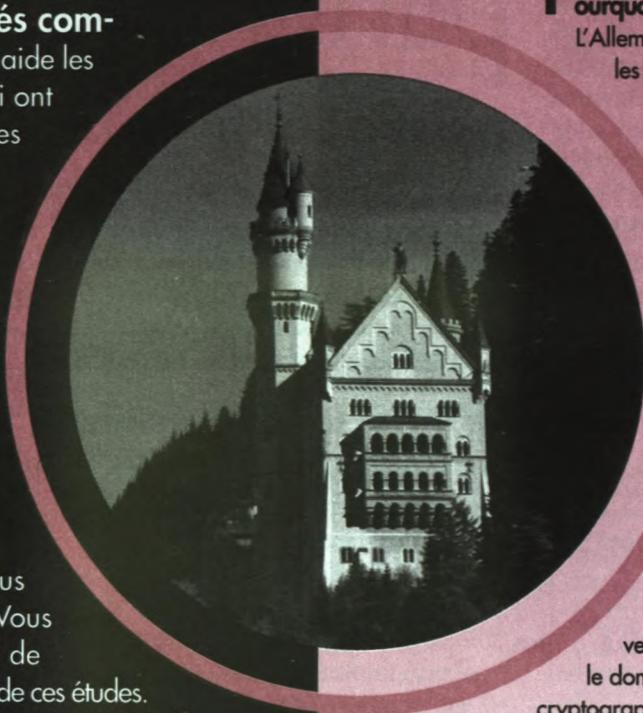


# ALLEMAGNE — Le marché

## Le Service des délégués commerciaux du Canada

aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 500 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



## Pourquoi exporter des logiciels en Allemagne

L'Allemagne est un marché vaste et porteur pour les fabricants canadiens de logiciels, et il constitue un point d'accès vers le marché le plus large de l'Union européenne. Les Allemands ont un penchant pour les technologies, et bien que la saturation du marché, d'ici un an ou deux, préoccupe quelque peu, il reste que les ordinateurs personnels à la maison et au bureau nécessiteront des mises à niveau, entraînant ainsi une hausse des ventes de logiciels. On s'attend à ce que les nouvelles technologies de communication par Internet et la population croissante du commerce électronique créent presque un marché de consommation de masse pour de nouveaux types de logiciels, par exemple dans le domaine de la téléphonie Internet et de la cryptographie. Les logiciels conformes à l'euro seront également en demande. De plus, certains marchés connaîtront une expansion à la faveur du redressement économique en Allemagne orientale.

### Le marché allemand

Le marché allemand du logiciel accuse plusieurs années de retard par rapport au marché nord-américain. Actuellement, environ le

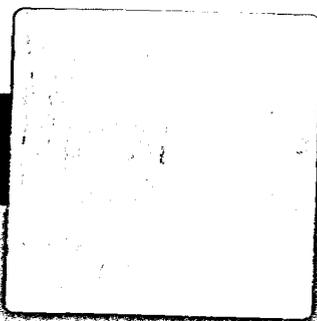
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visiteurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour le marché des technologies de l'information et télécommunications en Europe



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 500 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# logiciel

des ménages allemands possèdent un ordinateur personnel, et environ 20 % des écoles allemandes sont réseautées. Il est prévu que cette situation changera rapidement, créant de nouveaux débouchés pour les fournisseurs de logiciels de bureau professionnel et personnel. Les logiciels de traitement de texte, les logiciels multimédias, les logiciels de courrier électronique et de télécopieur ainsi que les logiciels graphiques et de présentation seront tous en demande. Les débouchés sont nombreux, tant pour les producteurs de produits de consommation de masse que pour les producteurs de produits corporatifs haut de gamme, surtout les solutions qui dépendent de des créneaux ou aux besoins d'une industrie particulière.

Parmi les tendances du marché allemand du logiciel, il convient de noter :

- Une tendance à la baisse des prix dans tout le marché du logiciel.
- Une évolution vers des environnements fondés sur les ordinateurs de bureaux.
- Une tendance croissante vers des solutions client-serveur.
- La popularité croissante de l'externalisation des solutions et des services liés aux logiciels.
- L'abandon des logiciels standards au profit des logiciels à composants.
- La popularité grandissante des systèmes de gestion de l'information.
- La demande soutenue pour les logiciels de réingénierie.
- La difficulté continue à accéder au



marché des logiciels tournant sur Windows, dominé par Microsoft.

- La tendance vers la location de logiciels.

## Débouchés

Les secteurs en croissance suivants peuvent offrir des débouchés aux fournisseurs canadiens :

- **Télécommunications** : particulièrement le service aux clients, la gestion de réseaux, la facturation et l'entreposage électronique massif.
- **Industries du traitement** : particulièrement les nouveaux systèmes d'information, la décentralisation et la restructuration.
- **Banques et établissements financiers** : particulièrement la télématique bancaire, l'automatisation et la gestion du personnel de vente sur le terrain.
- **Transport et voyages** : particulièrement l'Internet et l'intranet, les systèmes de réservations, et l'entreposage électronique massif.
- **Petites et moyennes entreprises** : particulièrement l'Internet/intranet, le traitement de commandes et l'entreposage électronique massif.
- **Fabrication** : particulièrement l'intégration générale de toutes les chaînes hiérarchiques, le contrôle des coûts et réduction des effectifs, la restructuration d'entreprise et la gestion logistique efficace.

## Puis-je vraiment percer ce marché ?

Même si vous êtes une petite ou une moyenne entreprise, ne vous laissez pas intimider par la taille du marché allemand. Plus de 60 % des ventes de logiciels en Allemagne sont réalisées par des PME. Quarante-vingt pour cent des logiciels vendus dans ce pays sont importés, et bien que les sociétés américaines accaparent entre 50 % et 75 % du marché, vous pouvez y faire votre marque, particulièrement si vos produits s'adressent à des créneaux ou à des industries particulières.

## Cela vous intéresse ?

Pour consulter le rapport *Le marché du logiciel en Allemagne*, ou pour obtenir plus de renseignements au sujet des débouchés et des sous-secteurs des affaires, de l'automatisation bancaire, des bases de données, du traitement d'images, de la CFAO, de la réseautique, des logiciels pour la maison et le divertissement, du multimédia, de l'Internet, de l'encryptage, et du logiciel Linux, visitez notre site à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

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

**Est-ce un marché pour vous ?**

**Étude complète sur l'Internet**

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



**Le marché du logiciel**

➔ Consultez nos études de marché

**P**ICS SmartCard Inc. vient de livrer 6,5 millions d'étiquettes de haute sécurité pour mettre chaque bouteille de Moutai — le vin national de Chine — à l'abri des contrefaçons. Il s'agit d'un contrat de plus d'un million de dollars par an pour l'entreprise de Burnaby.

dans les pays où les affaires se traitent de façon non officielle.

« Le personnel du SDC, en particulier M. Jean-Louis de Quimper, nous a conseillés pour avoir le maximum de chances d'emporter un marché. Ces fonctionnaires s'efforcent de faire toutes les démarches

étiquette spéciale pour Moutai, puis en est devenue le fournisseur attiré.

La Chine s'est avérée un nouveau marché sans problème pour PICS. « Tout s'est déroulé conformément aux bonnes habitudes d'affaires, notre client effectuant ses paiements avec diligence », précise M<sup>me</sup> Mundy. Elle conseille vivement aux entreprises canadiennes désireuses d'exporter en Chine de traiter directement avec les dirigeants : « Pour établir le meilleur prix, évitez les intermédiaires. »

M<sup>me</sup> Mundy recommande aussi de se prévaloir des services qu'offre le SDC à l'échelle mondiale. « C'est la seule façon de procéder, ajoute-t-elle. En voulant trop en faire par vous-même, vous risquez de vous nuire. Il y a d'excellents services gouvernementaux à l'étranger pour les exportateurs mais il faut les cibler. Informez bien le SDC du pays visé de ce que votre entreprise fait et du type de clientèle que vous recherchez afin que celui-ci puisse vous aider avec des débouchés éventuels. »

## Pour une entreprise de la Colombie-Britannique les étiquettes collent bien en Chine

Les étiquettes antivol multicouches contiennent des dispositifs de sécurité visibles et invisibles (PICS les utilise pour les passeports, les visas et les cartes d'identité nationale). Résistantes à la corrosion, ces étiquettes conviennent particulièrement bien aux bouteilles de vin qui risquent de couler.

### Collaboration étroite avec les ambassades du Canada

PICS se spécialise depuis une trentaine d'années dans le développement et l'intégration sur mesure d'étiquettes, de cartes, de logiciels et de systèmes d'identification pour protéger les articles et les documents contre la falsification. Pour se constituer un bassin de 2 700 clients à l'échelle internationale, PICS a travaillé étroitement avec les ambassades du Canada dans de nombreux pays.

« Il nous arrive d'être aux prises avec des problèmes, par exemple lorsqu'il nous faut travailler avec une autre entreprise », explique M<sup>me</sup> Linda Mundy, vice-présidente de PICS et directrice des Services au gouvernement, qui fait tourner à elle seule le bureau de l'entreprise à Ottawa.

« Le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) nous offre une aide efficace pour créer des occasions (par exemple, en nous remettant des invitations à des réceptions) qui nous permettent de glaner des renseignements utiles surtout

possibles et ils nous ont présentés à des intervenants de poids (ambassadeurs de Chine et du Brunei). »

De fait, c'est le SDC de Hong Kong qui a mis PICS en rapport avec les responsables de l'établissement vinicole chinois, grâce au système WIN Exports du MAECI (voir encadré au bas de la page 12).



Bouteille de vin Moutai de Chine

« Nous avons écrit à un grand nombre d'ambassades du Canada pour expliquer le type de clients que nous recherchions, ajoute M<sup>me</sup> Mundy, et quand les responsables de Moutai ont demandé, quelques mois plus tard, à l'ambassade de leur donner les coordonnées de fournisseurs canadiens, le SDC nous a recommandés. »

### S'adapter aux besoins du client

Par la suite, au début de 1999, un représentant de Moutai s'est présenté chez PICS à Burnaby, à la recherche d'un produit particulier dans un délai très serré. Il s'était déjà adressé à 3M aux États-Unis, mais elle ne pouvait pas produire la sorte d'étiquette dont Moutai avait besoin rapidement.

PICS a accepté de relever le défi. « L'avantage d'une petite entreprise comme la nôtre est qu'elle peut aller très vite pour fabriquer un tout nouveau produit et produire de petites séries », souligne M<sup>me</sup> Mundy. PICS a donc conçu une

### Polyvalence du produit

En plus de vendre de petits systèmes d'identification aux entreprises, PICS se spécialise dans le transfert de contenu de base de données comportant des photos et la conformité à l'an 2000.

PICS était présente à la réunion de l'APEC en 1997 à Vancouver où elle était chargée de l'accréditation sécuritaire et où elle a fourni 23 000 insignes d'identité avec photo, 7 000 insignes d'autorisation complémentaires et une douzaine de systèmes complets, et géré une base de données Oracle. Par ailleurs, en tant que fournisseur permanent de l'armée mexicaine, PICS a obtenu dernièrement la meilleure cote technique à l'appel d'offres relatif aux passeports lancé par le Mexique.

L'entreprise emploie entre 10 et 100 personnes, selon le projet. Son chiffre d'affaires annuel varie entre 1,5 et 7 millions de dollars, en fonction des contrats à l'exportation.

**Pour plus de renseignements** sur PICS SmartCard Inc., communiquer avec M<sup>me</sup> Linda M. Mundy, vice-présidente, tél. : (613) 261-2762, téléc. : (613) 233-9527, courriel : [lmundy@magma.ca](mailto:lmundy@magma.ca) ou avec M. David F. Campbell, président, tél. : (604) 430-0669, téléc. : (604) 430-1419, courriel : [david@smartcardinc.com](mailto:david@smartcardinc.com) internet : [www.smartcardinc.com](http://www.smartcardinc.com)

Les exportateurs canadiens de produits alimentaires peuvent maintenant profiter de nouveaux services à Beijing offerts par la North American Business Development Agency, laquelle fait partie du Conseil chinois de promotion du commerce international (CCPCI), section de Beijing.

Le CCPCI prépare le terrain en vue de l'accession de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce. Ces nouveaux services favoriseront le développement de marchés en Chine pour les producteurs canadiens de boissons et de produits alimentaires. La réduction des droits de douane et des obstacles au commerce entraînera une hausse des importations de produits alimentaires, et le CCPCI s'y prépare en offrant les services suivants :

- présentation des produits pendant six mois dans le hall d'exposition international à Beijing (qui est sous contrôle douanier);
- installations pour la représentation des entreprises à Beijing;
- soutien à la commercialisation de certains produits;
- repérage de partenaires éventuels pour les exportateurs canadiens de produits alimentaires;
- appui aux associations canadiennes d'exportateurs de produits alimentaires;
- promotion en ligne des boissons et des produits alimentaires canadiens;
- services d'entrepôt en douane;

- services de déclaration en douane et de dédouanement;
- transport du fret;
- inspection des produits.

sable après la tenue d'une foire commerciale, lorsque les représentants de l'entreprise sont retournés au Canada.

Le CCPCI — qui agit comme une

## Nouvelle vitrine pour les produits canadiens à Beijing



Le hall d'exposition a une superficie de 54 000 m<sup>2</sup> (dont 36 000 à l'intérieur). Importateurs et distributeurs chinois pourront s'y rendre pour visiter les stands où seront présentés les produits de fournisseurs étrangers de boissons et de produits alimentaires. Le CCPCI y organisera régulièrement des activités de promotion pour s'assurer que les acheteurs éventuels prennent connaissance des produits. Il verra également à ce que ses installations et les services qui y sont dispensés fassent l'objet d'une grande couverture médiatique.

Le CCPCI s'est donné comme objectif de permettre aux distributeurs et importateurs chinois de produits alimentaires de s'approvisionner dans un seul et même lieu en offrant tous les services auxiliaires propres à faciliter les affaires entre le Canada et la Chine. Ces services offriront aux entreprises canadiennes le soutien indispen-

chambre de commerce internationale — est un organisme non gouvernemental qui a pour mandat de promouvoir le commerce avec la Chine, d'attirer les technologies et l'investissement étrangers, et d'encourager la collaboration avec des associations sectorielles, commerciales ou économiques étrangères. Il possède plusieurs sections régionales, dont certaines ont des bureaux à l'étranger, et 16 bureaux en dehors de la Chine.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la North American Business Development Agency, CCPCI, section de Beijing, tél.: (604)-204-2451, téléc.: (419)-791-1936, courriel : [ccpitna@mail.com](mailto:ccpitna@mail.com) ou avec M. Bruce Howard, ambassade du Canada à Beijing, téléc.: (011-86-10) 6532-4072, courriel : [bruce.howard@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bruce.howard@dfait-maeci.gc.ca) ou consulter le site internet [www.ccpitna.bizland.com](http://www.ccpitna.bizland.com)

## CONSULTATIONS EN VUE DE NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ÉVENTUELLES AVEC LE COSTA RICA

Le gouvernement du Canada souhaite recueillir les opinions des Canadiens sur la conclusion éventuelle d'un accord de libre-échange entre le Canada et le Costa Rica. Le gouvernement est convaincu qu'il est essentiel de mener de façon permanente de vastes consultations auprès des provinces, des milieux des affaires et du grand public.

La conclusion d'un accord de libre-échange avec le Costa Rica améliorerait nos rapports commerciaux et politiques avec

l'un des pays les plus prospères de l'Amérique centrale. Même s'il représente un marché relativement petit, le Costa Rica offre de vastes possibilités d'exportation aux entreprises canadiennes dans plusieurs secteurs prioritaires. En 1999, le Canada a exporté pour 58,9 millions de dollars de marchandises au Costa Rica et en a importé pour un peu plus de 176 millions de dollars.

La grande majorité des produits costariciens entrent au Canada en franchise de

droits (à l'exception notamment des produits agricoles, du caoutchouc, des textiles, des vêtements et chaussures et de la machinerie), alors que certains grands produits d'exportation canadiens, tels que les pièces automobiles, le papier, les matières plastiques et le bois, sont encore assujettis à des droits élevés au Costa Rica.

Le Canada est le quatrième investisseur en importance au Costa Rica, avec un montant d'investissement direct total de 417 millions de dollars. En ce qui concerne le secteur des services, les entreprises canadiennes n'occupent pas encore une place de choix sur le marché costaricien, bien

Voir page 12 Négociations

**U**n exportateur canadien en expansion rapide était aux prises avec un problème courant pour nombre de petites entreprises : obtenir les garanties financières qu'exigent souvent les acheteurs étrangers pour faire des paiements anticipés. La société Inline Fiberglass Limited de

Inline Fiberglass Limited a toujours été une entreprise d'avant-garde. Déjà en 1983, cette société torontoise commençait à explorer les matériaux susceptibles de remplacer l'aluminium qu'elle utilisait pour sa gamme de portes et de fenêtres à haut rendement énergétique. Après d'importants

de vente et de commercialisation, explique M. Sabatino. Nous voulons aussi prendre de l'expansion. Ainsi, nous gagnons du terrain sur de nouveaux marchés dans des pays comme la Russie, la Pologne et la Hongrie ainsi qu'en Amérique du Nord et en Asie.»

Inline est maintenant connue comme le leader mondial de la technique de pultrusion de la fibre de verre, si bien que l'an dernier lorsque le groupe China Yaohua Glass s'est mis en quête d'un partenaire pour lancer une coentreprise, Inline s'est retrouvée en tête de liste. Entreprise d'État, China Yaohua est l'un des plus importants fabricants de verre de Chine.

### Un partenaire choisi avec soin

« Les dirigeants de China Yaohua nous ont choisis pour être leur partenaire, ce qui est tout un honneur, déclare M. Sabatino. Ils voulaient fonder une coentreprise avec un partenaire capable de leur fournir deux

# Une percée prometteuse en Chine

Toronto a résolu le problème avec l'aide de la Corporation commerciale canadienne.

## La CCC

### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121, courriel: info@ccc.ca internet: www.ccc.ca

travaux de recherche-développement (R-D), elle a choisi la fibre de verre comme matériau de l'avenir. « La fibre de verre possède des qualités inhérentes qui l'emportent sur celles de tous les autres matériaux utilisés pour fabriquer des portes et des fenêtres », explique M. Rino Sabatino, président et directeur général de l'entreprise. « Pendant plus de dix ans, nous avons fait de la R-D avec notre propre personnel technique et nous sommes maintenant titulaires de plus de 20 brevets à l'échelle mondiale pour notre technologie de pultrusion de la fibre de verre. »

La technologie brevetée d'Inline lui permet de fabriquer rapidement et avec efficacité des portes panoramiques coulissantes et des fenêtres en fibre de verre de qualité supérieure. L'entreprise occupe une part croissante d'un important marché (25 milliards \$ pour la seule Amérique du Nord) et sa renommée internationale ne fait que croître.

Inline dispose maintenant de deux divisions distinctes, qui vendent à la fois des produits en fibre de verre et la machinerie nécessaire pour les fabriquer. Elle a vendu ses produits et sa technologie à plusieurs acheteurs étrangers d'Amérique du Nord, d'Europe, d'Asie et des Antilles. « Nous prenons une nouvelle orientation et notre entreprise, d'abord vouée à la R-D, est en train de devenir une entreprise



MM. Rino Sabatino, président d'Inline Fiberglass Ltd., et Mike Levine, directeur des projets internationaux, à Toronto (Ontario)

chaînes complètes de pultrusion, en fait une usine clé en main. Le contrat prévoit tout le matériel et l'outillage nécessaire à la fabrication, la conception des portes panoramiques coulissantes et des fenêtres, un atelier de peinture, l'octroi de licences de technologie, et même la formation des employés. Les deux entreprises savaient qu'elles étaient extrêmement bien assorties.»

Nul ne cachait sa joie à l'usine d'Inline de Toronto, où 100 personnes travaillent en R-D, à la production ainsi qu'à la vente et à la commercialisation. La nouvelle coentreprise, qui s'appelle Qinhuaogdao Yaohua Inline Energy-Saving Dorwin Co. Ltd. sera un partenariat 75/25 entre China Yaohua et Inline.

### Un obstacle de taille

Il y avait cependant un obstacle de taille à surmonter. La réglementation chinoise

Voir page 9 - Perce

# LE COMMERCE CANADIEN EN REVUE

## Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada

Quatrième trimestre de 1999

*Ce rapport trimestriel sur le commerce et l'investissement fait état de la croissance économique du Canada au cours du quatrième trimestre de 1999 et souligne les résultats au plan du commerce et de l'investissement dans des secteurs et des marchés clés.*



### Le commerce et l'investissement clôturent les années 1990 sur une bonne note

Le quatrième trimestre de 1999 a marqué la 18<sup>e</sup> hausse trimestrielle consécutive du produit intérieur brut (PIB) du Canada depuis le troisième trimestre de 1995. L'économie canadienne a enregistré une croissance de 1,1 % au quatrième trimestre par rapport

au trimestre précédent, principalement en raison d'une progression des investissements dans les entreprises et le bâtiment et d'une hausse des dépenses des consommateurs, des profits des sociétés et des ventes à l'exportation.

Les autres progrès qu'a connus l'économie canadienne pour la période d'octobre à décembre ont notamment été une forte croissance de l'emploi, le renforcement du dollar canadien et

Voir page 2 —  
Le commerce

### Les faits saillants du commerce et de l'investissement

La croissance des échanges commerciaux du Canada pendant le quatrième trimestre est venue achever une année d'expansion soutenue du commerce bilatéral, et a résulté dans le fait que la progression des échanges commerciaux a une fois de plus dépassé la croissance économique dans son ensemble. Les mouvements bilatéraux d'investissements directs sont demeurés élevés dans le quatrième trimestre et pour l'ensemble de l'année. La forte hausse de l'IED au Canada a en outre reflété la poursuite des restructurations des sociétés canadiennes et leur adaptation à l'économie mondiale.

### Les importations de marchandises dépassent les exportations

Après avoir été inférieure à la progression des exportations pendant les trois premiers trimestres de 1999, la croissance des importations de marchandises du Canada a atteint 4 % par rapport au même trimestre l'an dernier, comparativement à une hausse plus modeste de 1,8 % des exportations de marchandises. Tous les principaux secteurs, hormis celui des produits de la forêt, ont vu leurs exportations croître; les hausses les plus fortes ont été observées dans les secteurs suivants : énergie, machines et équipement, biens industriels et biens de consommation.

### Les biens de consommation et l'énergie : moteurs de la croissance des exportations

La hausse des exportations pendant le quatrième trimestre de 1999 a elle aussi été généralisée. Le secteur des

Voir page 2 — Les faits saillants

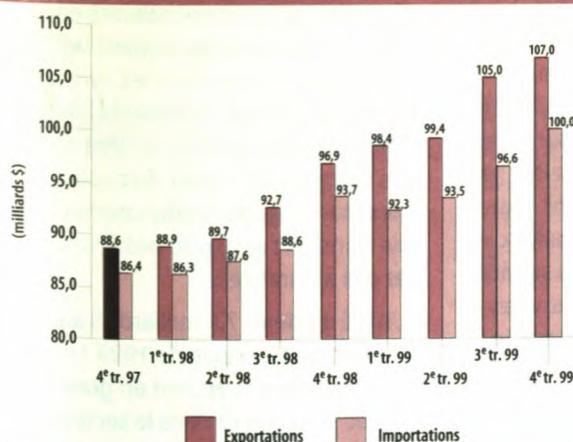
#### Indicateurs économiques et commerciaux du Canada

Pourcentage de variation/niveau  
4<sup>e</sup> tr. par rapport au 3<sup>e</sup> tr. de 1999

PIB réel (variation annualisée)	4,2 %
Emploi (augmentation)	181 700
IPC (variation par rapport au trimestre précédent)	
Ensemble des composants	2,1 %
Composants de base (exclut les aliments et l'énergie)	1,3 %
\$SCAN en devise US (4 <sup>e</sup> tr.: niveau moyen)	0,6836
Exportations de biens et de services (variation par rapport au trimestre précédent)	1,9 %
Importations de biens et de services (variation par rapport au trimestre précédent)	3,6 %

#### Commerce canadiens de biens et de services

(du 4<sup>e</sup> tr. de 1997 au 4<sup>e</sup> tr. de 1999, balance des paiements, désaisonnalisé)



Source : Statistique Canada

Préparé par la Direction de l'analyse commerciale et économique (EET)



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Department of Foreign Affairs and International Trade

## Le commerce — Suite de la page 1

une légère baisse des prix à la consommation par rapport au trimestre précédent. Fait à noter cependant, le compte courant a retrouvé son habituelle position de déficit, après avoir enregistré un surplus au trimestre précédent.

La solidité de l'économie canadienne s'est manifestée dans le maintien de la progression des importations. En fait, la croissance des importations au cours du dernier trimestre de 1999 s'est avérée plus forte que celle des exportations, laquelle a ralenti après une bonne performance au troisième trimestre. Du point de vue de l'investissement, le niveau élevé de l'investissement étranger direct (IED) au Canada pendant le quatrième trimestre, allié à de solides rentrées dans les deux trimestres précédents, a engendré un afflux annuel d'IED qui a dépassé l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) pour la première fois depuis 1992.

Globalement, la performance du Canada dans le domaine des échanges commerciaux et de l'investissement pendant le quatrième trimestre, et pour l'année 1999 dans son ensemble, a été en grande partie attribuable à des conditions généralement favorables du point de vue de la situation intérieure et de l'économie mondiale — y compris, en particulier, à la solide croissance aux États-Unis.



Source : Statistique Canada

## Les faits saillants — Suite de la page 1

biens industriels menait la marche, poursuivant la forte reprise du trimestre précédent. Les exportations de machines et d'équipement, d'énergie, de produits de l'industrie de l'automobile, de produits agricoles et de produits de la pêche et de la forêt ont aussi connu une solide performance, encore que les taux de croissance aient été moins élevés que ceux du troisième trimestre. La croissance a également repris dans les exportations de biens de consommation, qui avaient connu deux trimestres de baisse après une longue période ininterrompue de croissance.

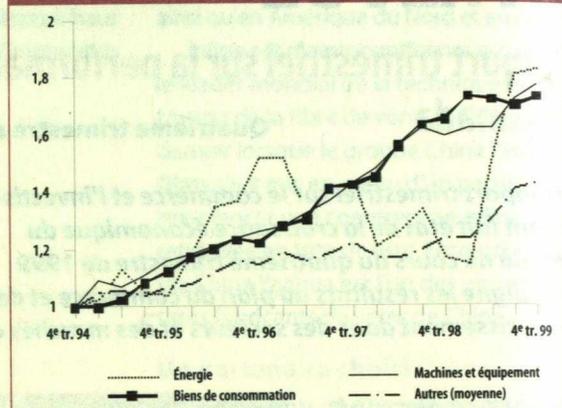
La reprise des exportations de biens de consommation a été en grande partie déterminée par une forte hausse des dépenses de consommation aux États-Unis; en 1999, environ 86 % des exportations canadiennes de biens de consommation étaient destinées aux États-Unis. Il convient également de mentionner l'exceptionnelle performance du secteur de l'énergie au cours des deux derniers trimestres, qui s'explique en grande partie par la hausse des prix du pétrole.

### Une croissance accélérée dans le commerce des services

Globalement, le commerce des services a progressé pendant le quatrième trimestre, reflétant ainsi la hausse des recettes et des paiements dans toutes les principales catégories des services, dont les services commerciaux, le transport et les voyages. Par rapport au trimestre précédent, les exportations de services

### Exportations du Canada par marchandises

(4<sup>e</sup> tr. de 1994 = 1)



Source : Statistique Canada

commerciaux ont augmenté de 3,2 %, suivies par les exportations de services de transport, qui ont connu une hausse de 2,5 %. Au chapitre des importations, la croissance des services a été déterminée d'abord par la catégorie des transports, avec une hausse de 2,4 %. Le taux de croissance des exportations ayant été plus élevé que celui des importations, le secteur des services a connu une baisse du déficit trimestriel.

### Le Canada demeure attrayant pour les investisseurs étrangers directs

Les rentrées d'IED au quatrième trimestre ont ralenti par rapport au niveau record établi au troisième trimestre. Elles sont néanmoins demeurées élevées, à 10,2 milliards \$. Ces rentrées correspondaient en majeure partie à des acquisitions d'entreprises canadiennes, surtout par des investisseurs américains. Elles ont été observées principalement dans les secteurs du bois et du papier, des machines et de l'équipement de transport ainsi que des finances et des assurances.

L'IDCE a atteint 7,5 milliards \$ au quatrième trimestre de 1999. Les investissements étaient en grande partie concentrés dans le secteur des finances et des assurances, mais provenaient aussi d'autres industries.

# Nouvelles

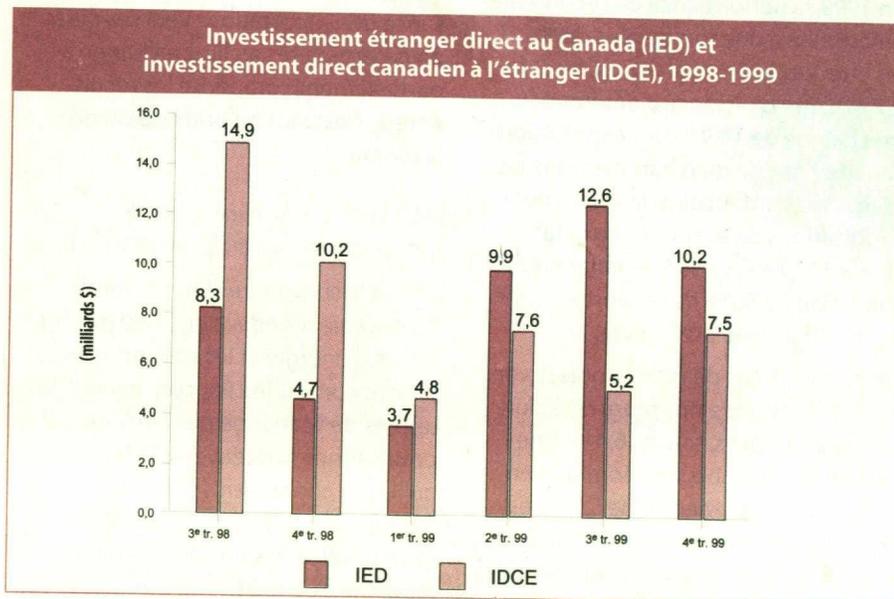
## Un aperçu de fin d'année sur le commerce et l'investissement au Canada... et sur le siècle qui s'achève

### La croissance du Canada comme nation commerçante : les 100 dernières années

La croissance régulière du commerce et de l'investissement au Canada — trimestre après trimestre et année après année — a fini par être plus ou moins tenue pour acquise. Ce fut également le cas, dans une certaine mesure, pour l'accès des Canadiens à une diversité phénoménale de biens et de services produits à l'étranger de même que pour le soutien d'emplois de haute qualité que procurent les échanges commerciaux et l'investissement. Le tableau ci-dessous présente une brève rétrospective des chiffres du commerce et de l'investissement au Canada pour le siècle qui s'achève; il montre en outre comment le Canada est devenu une nation commerçante au XX<sup>e</sup> siècle, et plus particulièrement au cours des 25 dernières années.

### La revue de l'année 1999

Le Canada a maintenu sa solide performance économique, la croissance du



Source : Statistique Canada

PIB réel ayant été de 4,2 % en 1999, comparativement à 3,1 % en 1998. La croissance économique a été bien distribuée dans l'ensemble des secteurs, et tant la demande intérieure que les exportations de biens et de services ont favorisé cette croissance. Toutes les régions du Canada ont contribué à cette hausse des exportations, avec l'Ontario en tête de liste. Le volume élevé des investissements étrangers au Canada et canadiens à l'étranger, caractéristique des cinq dernières années, a été un facteur clé de cette croissance.

Les exportations canadiennes de biens et de services ont augmenté de 11,3 % en 1999 par rapport à l'an

dernier; la part qu'elles représentent dans le PIB a atteint 43,2 %. En outre, les importations de biens et de services ont progressé de 7,3 % en 1999, cette hausse ayant été déterminée par une vigoureuse demande intérieure. Une forte croissance de l'emploi au cours de 1999 et un revenu réel disponible des particuliers plus élevé ont permis une progression des dépenses des consommateurs, facteur qui a fait augmenter la demande de produits et de services terminaux importés. Parallèlement, la hausse de la production intérieure a fait augmenter la demande de produits et de services intermédiaires et de biens d'équipement.

Commerce et investissement du Canada 1900-1999 (milliards \$)

	Exportations de biens et de services	Importations de biens et de services	Capital engagé en investissement étranger direct au Canada (IED)	Capital engagé en investissement direct canadien à l'étranger (IDCE)
1900	0,16	0,18	non disponible	non disponible
1925	1,4	0,9	2,4	0,25
1950	4,0	3,9	9,3	1,0
1975	38,8	41,9	70,3	11,1
1999	409,8	382,5	240,0	257,4

Source : Statistique Canada

Note : Les données pour 1900 ne peuvent être directement comparés à ceux recueillis pour les autres années.

### Une amélioration du contexte mondial

En 1999, la performance de l'économie américaine a une fois de plus dépassé les attentes, le PIB ayant progressé de 4,2 %. Cette croissance a déterminé une hausse de 14,9 % des exportations canadiennes de marchandises vers les États-Unis, portant ainsi la valeur des exportations canadiennes aux États-Unis à 309,7 milliards \$ — chiffre qui correspond à 86 % des exportations de marchandises du Canada.

Les exportations de marchandises vers le reste du monde ont progressé à un taux plus modéré, soit de 6,4 %. Une plus forte croissance économique en Europe a fait augmenter de 5,3 % les exportations canadiennes de biens et de services vers l'Union européenne. Cependant, les exportations vers le Japon ont chuté de 3,2 %, en raison de la volatilité des conditions économiques dans ce pays.

Ailleurs en Asie de l'Est, la reprise qui a suivi la récession dans la deuxième moitié de 1997 et au cours de 1998 a été beaucoup plus rapide que prévu. Les exportations canadiennes de marchandises vers plusieurs des pays qui avaient été touchés par la récession ont connu une solide reprise, en particulier vers la Corée où la remontée a été particulièrement rapide. Les exportations vers plusieurs autres pays de l'Asie de l'Est, dont la Malaisie, la Thaïlande, l'Indonésie, Hong Kong, Singapour et Taïwan, ont continué de diminuer, mais beaucoup plus lentement qu'en 1998.

Les échanges commerciaux du Canada avec les principaux pays d'Amérique latine ont subi l'effet de la récession qui a touché une grande partie de l'Amérique du Sud l'an dernier. Les exportations de marchandises vers l'Argentine, le Brésil et la Colombie ont chuté de plus de 30 %. Ce ralentissement a été ressenti pour une bonne part au cours des premiers mois de l'année, certains signes de reprise s'étant manifestés vers la fin de 1999.

Deux destinations de la région sont demeurées bonnes pour le Canada, à savoir le Mexique et le Chili. La croissance des exportations vers ces deux pays partenaires au libre-échange a partiellement compensé les reculs enregistrés dans les autres pays de la région.

### Une remontée des prix de l'énergie et des prix industriels

C'est à la suite du renforcement de l'économie mondiale en 1999 que les prix de l'énergie et les prix industriels se sont consolidés. Par conséquent, les termes de l'échange pour le Canada pour l'année ont renversé la baisse qu'ils ont connue en 1998 et ont inscrit une hausse de 1,6 point de pourcentage. L'indice des prix des matériaux industriels de la Banque du Canada est passé de 108,0 en 1998 à 112,0 en 1999, tandis que l'indice des prix de l'énergie a remonté, passant de sa valeur minimum de 64,6, en 1998, à 78,8, en 1999. Ces hausses de prix ont contribué à faire augmenter de 26 % les échanges commerciaux du Canada dans le domaine de l'énergie. De même, les exportations de matériaux industriels ont amorcé une reprise dans la seconde

moitié de 1999, bien que, si l'on considère la moyenne annuelle, les exportations aient légèrement baissé pour l'ensemble de l'année.

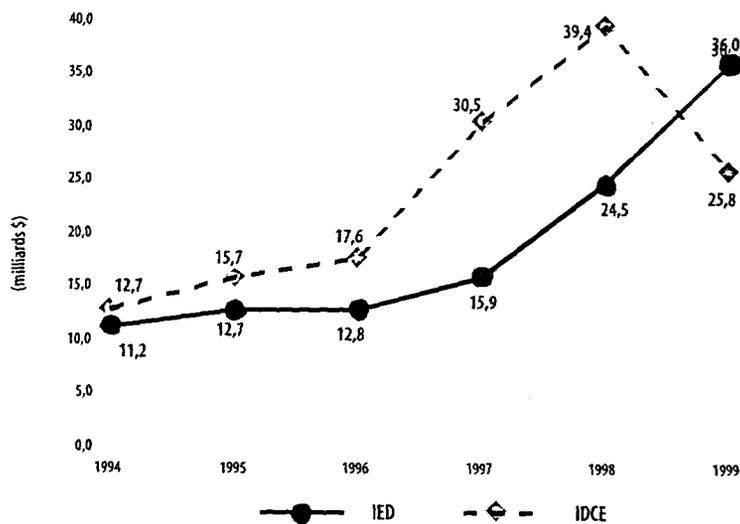
### Une appréciation du dollar canadien

Renforcé par une forte croissance économique et une hausse des prix des marchandises, le dollar canadien a remonté par rapport au dollar américain en 1999, le taux de change clôturant l'année à 1,4433, comparativement à une moyenne de 1,4853 pour l'année (laquelle différerait peu de la moyenne de 1,4831 pour 1998). Cette faible moyenne a contribué à améliorer la balance des paiements courants pour l'ensemble de l'année.

### Un volume élevé des mouvements bilatéraux des investissements

Les mouvements bilatéraux des investissements sont demeurés élevés en 1999, la valeur des investissements atteignant 61,8 milliards \$, comparativement à 63,9 milliards \$ en 1998. Le principal fait nouveau a été un renversement de la tendance des dernières années, où l'IED avait dépassé l'IDCE.

Afflux annuel de l'investissement étranger direct au Canada (IED) et de l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE), 1994-1999



Source : Statistique Canada

**C**ette année sera la première année d'expansion économique généralisée dans le monde depuis 1994, et les exportateurs canadiens seront en excellente position pour en profiter.

L'Asie s'est remise de sa récession économique et l'Amérique latine est en passe d'en faire autant. La nouvelle Europe connaît une expansion solide et auto-stimulée sur son continent. Le principal facteur d'incertitude est dorénavant l'économie américaine, qui semble devoir prendre les allures d'un tabouret à trois pieds démesurés, à savoir un marché boursier euphorique, un dollar fort et un déficit courant en hausse.

Restaurer l'équilibre dans le monde suppose une réduction graduelle et uniforme des trois pieds de l'économie américaine. Alors, l'épicentre de la croissance mondiale se distancera des États-Unis et les marchés boursiers d'autres pays surclasseront le marché américain, entraînant un déplacement des capitaux à l'extérieur des États-Unis, un affaiblissement du dollar américain et une réduction du déficit courant des États-Unis. Il ne sera sans doute pas facile d'empêcher le

tabouret de se renverser, mais ce sont là les prévisions de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) pour les 12 à 18 prochains mois.

Si tout se passe pour le mieux, l'économie canadienne demeurera dans une

l'emballlement des prix du pétrole qui a été bénéfique à certaines régions du pays, mais a nuï à l'économie canadienne dans son ensemble.

Nous nous attendons à ce que le prix du pétrole baisse d'ici la fin de l'année

## La SEE prévoit une forte hausse des exportations dans le monde



M. Stephen S. Poloz de la SEE

par Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

phase favorable. Les exportations vont augmenter de 8 à 10 % cette année et l'élan que connaît le prix des produits de base aura pour effet de stimuler fortement les revenus. La valeur du dollar canadien remontera progressivement. Le principal obstacle auquel s'est heurté le dollar canadien jusqu'à présent a été

et à ce que les taux d'intérêt montent, laissant libre cours aux facteurs ayant une incidence positive sur le dollar canadien. Les exportateurs verront leurs bénéfices diminuer dans certains marchés, mais les ventes devraient connaître une forte augmentation pratiquement partout. \*

## Percée prometteuse en Chine (suite de la page 8)

exige une garantie bancaire pour que les acheteurs puissent faire des paiements anticipés. Au moment de la négociation du contrat, en décembre 1998, Inline n'avait pu obtenir la garantie internationale exigée. Le projet risquait d'avorter.

« En tant qu'entreprise de R-D, il est difficile d'obtenir un financement parce que notre dossier de vente n'est pas tellement convaincant, explique M. Sabatino. Nous nous sommes alors tournés vers la Corporation commerciale canadienne (CCC) pour obtenir son aide. »

### Des conditions favorables

Inline avait eu recours aux services de la CCC à l'occasion d'une vente à un client russe, conclue auparavant, et connaissait bien ses programmes. Dans l'entente de coentreprise avec le groupe China

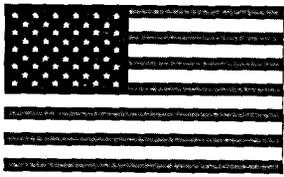
Yaohua, Inline voulait obtenir de la Corporation qu'elle offre à l'acheteur une garantie de 25 p. 100 des paiements anticipés sur le contrat de plusieurs millions de dollars.

« La coentreprise et Inline essayaient de signer le contrat commercial depuis quelques mois », précise M. Americo Roman, agent de projet à la CCC, « mais l'exigence relative à la garantie bancaire les empêchait de conclure le marché. C'est alors que nous sommes entrés en jeu et, avec l'aide de l'ambassade du Canada à Beijing, nous avons pu débloquent le dossier et permettre à l'entreprise de respecter les exigences du gouvernement chinois. Nous avons signé une entente avec la coentreprise vers la fin mars de l'an dernier. »

Inline a reçu le paiement anticipé à la

fin d'avril et s'est immédiatement mise à l'œuvre. « Ce projet nous a donné la possibilité de prendre de l'expansion sur le marché, explique M. Sabatino. La CCC nous a été d'une grande aide et nous avons vraiment apprécié que les responsables prennent le temps de se renseigner sur nous et sur ce que nous avons fait. Leur travail dépasse de beaucoup la simple analyse de dossiers financiers. Ils ont compris l'enjeu et saisi notre vision. »

Le président de la CCC, M. Douglas Patriquin, qui s'est rendu en Chine récemment, a déclaré qu'Inline fait partie d'une nouvelle catégorie de PME (petites et moyennes entreprises) que la CCC a choisi d'aider. « C'est exactement dans ce type de transaction que nous pouvons vraiment aider les exportateurs, déclare M. Patriquin. De petites entreprises peuvent maintenant soutenir la concurrence et décrocher des contrats sur les plus gros marchés du monde. » \*



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## MEDTRADE 2000

MEDTRADE 2000 aura lieu du 3 au 5 octobre à Orlando, en Floride. Cette année, le Canada y occupera une place de premier plan. En effet, dans le cadre d'une nouvelle initiative, il sera le premier pays dont on soulignera les réalisations dans le domaine des produits et des instruments médicaux. Le consulat général du Canada à Atlanta prévoit de mettre sur pied une mission dans le cadre de laquelle il organisera, en collaboration avec l'association américaine Health Industry Represen-

tatives Association (HIRA), une activité de recherche de représentants. Alors, n'attendez pas, sortez vos agendas et notez-y votre participation à MEDTRADE 2000.

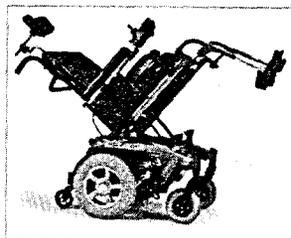
Pour plus de renseignements, communiquer avec le Centre du commerce international dans votre région.



## MEDTRADE 99

Du 3 au 6 novembre dernier, la Nouvelle-Orléans était l'hôte de la 20<sup>e</sup> foire et conférence annuelle MEDTRADE, l'événement de l'année en Amérique du Nord dans le domaine des produits pour soins à domicile et des produits pour soins post-aigus. Avec plus de 1 200 exposants et 250 000 produits et services, MEDTRADE a accueilli des milliers de visiteurs de toutes les régions du monde.

Pour les petits fabricants canadiens de matériel de soins à domicile, MEDTRADE est un événement clé, puisqu'il constitue une occasion privilégiée d'évaluer dans quelle mesure leurs pro-



duits répondent aux exigences du marché américain, de jauger la concurrence et de nouer des relations d'affaires. En 1999, 52 entreprises canadiennes y ont présenté leurs produits et services. Pour mettre en valeur la participation du Canada, plusieurs PME ont partagé un kiosque au pavillon de l'Ontario alors que d'autres, avec le concours du Québec et du Manitoba, se sont groupées dans un emplacement de choix.

Avec un choix de plus de 200 ateliers, MEDTRADE offre une occasion sans pareille de s'instruire. De plus, le consulat général du Canada à Dallas a mis sur pied un court programme d'information pour répondre aux besoins particuliers des nouveaux exportateurs canadiens qui veulent pénétrer le

## Santé 2000

### Conférence internationale et exposition

Du 30 septembre au 5 octobre prochains, Montréal sera l'hôte d'une importante conférence internationale qui regroupera plusieurs milliers de décideurs et de professionnels de la santé du monde entier.

Parallèlement à cette conférence, des entreprises de divers secteurs liés au domaine de la santé pourront faire connaître leurs produits et leurs services aux visiteurs internationaux et canadiens lors de l'exposition qui aura lieu du 2 au 4 octobre.

Pour plus d'information au sujet de Santé 2000, voir le site internet à [www.sante2000.org/](http://www.sante2000.org/) ou téléphoner au (514) 990-8643.

marché américain de la santé. Deux colloques et une réception de réseautage ont été judicieusement placés dans un programme d'exposition par ailleurs bien rempli! Sous le grand thème de la vente sur le marché américain, on a abordé différentes questions, par exemple comment s'y retrouver dans le circuit de distribution, comment traiter avec les représentants de fabricants, comment vendre ses produits aux hôpitaux et enfin, l'influence des infirmières visiteuses sur les ventes aux fournisseurs de soins à domicile. Sur les 22 entreprises qui ont participé au programme, 16 étaient aussi exposants.

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

Vista Medical Inc. fabrique des outils de technologie avancée pour mesures cliniques, par exemple des systèmes de cartographie de pression et des vidéomètres (pour mesurer la profondeur des plaies). La société, qui a son

Depuis près de 20 ans déjà, l'entreprise torontoise Unicare Medical Products Inc. importe et fabrique des articles de confort et de sécurité pour la salle de bain, des équipements ambulatoires et des fauteuils inclinables. Selon le directeur du

## MEDTRADE 99 a

# aidé des entreprises canadiennes

siège social à Winnipeg, a été fondée il y a dix ans. À l'heure actuelle, elle exporte ses produits partout dans le monde. « Nos trois premières participations à MEDTRADE ont été possibles grâce à l'aide du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, puis du gouvernement du Manitoba », explique M. Vern Taylor, le président de la société. « Le fait d'avoir participé à cette foire nous a beaucoup aidés à établir des contacts directs avec des distributeurs. Nous continuons de participer à cette foire pour consolider notre circuit de distribution. »

marketing, M. Stuart Lewis, les entreprises dans ce secteur d'activité doivent absolument participer à MEDTRADE : « Au fil des ans, nous avons participé à de nombreuses foires commerciales, mais aucune ne se compare à MEDTRADE pour les débouchés qu'elle ouvre partout dans le monde. Nous vendons des fauteuils à siège catapulteur depuis 12 ans, mais cette année, nous nous sommes rendus à la foire pour présenter un nouveau fauteuil entièrement fabriqué par Unicare. La publicité et la crédibilité que nous avons gagnées en ayant un stand au pavillon des exportations de l'Ontario étaient extraordinaires. Des distributeurs de la Grande-Bretagne, de la France, de l'Allemagne et de l'Argentine se sont intéressés à nos produits et nous sommes sur le point de signer plusieurs contrats. Le marché américain est très vaste et les débouchés sont énormes, mais, pour exploiter ces possibilités, il faut être prêt à y mettre énormément de temps. Les renseignements qui nous ont été fournis par les animateurs de l'atelier d'information étaient très utiles. Et nous avons continué de faire appel à leurs compétences bien après la fin de la foire. »

ErgoGrip Inc. d'Île-des-Sœurs (Québec) est un fabricant de vaisselle ergonomique isolée pour les services de livraison de repas. Ce produit, unique en son genre, vise la clientèle des personnes âgées qui souffrent d'une certaine perte de motricité. En 1998, les dirigeants de l'entreprise ont

## Aperçu du marché des INSTRUMENTS MÉDICAUX AUX ÉTATS-UNIS

- **Un marché de taille impressionnante :** un marché de 53 milliards \$US en 1998, représentant 46 % du marché mondial de la technologie médicale.
- **Un marché dynamique :** une perspective de croissance évaluée à 7 % par année jusqu'en 2002.
- **La place du Canada dans ce marché :** les importations représentent 7 milliards \$US par an, le Canada se classant au septième rang parmi les fournisseurs étrangers.
- **Facteurs clés de succès sur le marché américain :** le marché américain de la santé est de plus en plus sensible aux pressions visant à limiter les coûts. Des produits fiables, de qualité, à des prix hautement compétitifs et la capacité de livraison de la marchandise s'avèrent être les facteurs clés de succès pour pénétrer ce marché.

### Vous voulez en savoir d'avantage?

Une vingtaine d'études de marché portant sur les sciences de la santé aux États-Unis sont disponibles gratuitement à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

participé à MEDTRADE pour jauger la concurrence, mais l'an dernier, ils ont décidé de joindre les rangs des exposants. La présidente d'ErgoGrip, M<sup>me</sup> Alexandra Levy, croit que cette participation a été très bénéfique à son entreprise : « Nous avons établi des contacts prometteurs avec des distributeurs, notamment une société du Colorado, avec laquelle nous travaillons en étroite collaboration depuis. Le programme d'information offert par le consulat général du Canada à Dallas a été très utile en ce qu'il nous a aidés à comprendre différentes questions, par exemple les exigences du marché américain, et à éviter les problèmes. » ❖

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats auprès du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA sur le site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

**L'** Agence OTAN d'entretien et d'approvisionnement (NAMSA) a été créée par l'Alliance atlantique en 1958, à Paris, neuf ans après la mise sur pied de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN). Basée depuis

La NAMSA a également d'autres activités telles que la codification et l'identification qu'elle effectue à l'aide de son système de messagerie électronique internationale, qui peut traiter plus de 500 000 opérations par mois. La NAMSA élabore en outre les con-

les types de matériel que possèdent au moins deux pays membres de l'OTAN; des systèmes radars et des systèmes de télécommunication; les pièces et les pièces de rechange servant à modifier et à entretenir le matériel utilisé par les forces armées aériennes, terrestres et navales des pays membres.

Les services d'entretien visent le matériel acheté ou fourni. Ils correspondent notamment à la mise à niveau, à la réparation ou à la modification du matériel (systèmes et pièces) appartenant aux catégories suivantes :

- équipement au sol
- télécommunications
- radar
- essais de contrôle

Voir page 13 - La NAMSA

## La NAMSA, agence d'achat de l'OTAN

1968 à Luxembourg, la NAMSA est le principal organisme d'entretien et d'approvisionnement de l'OTAN, en temps de guerre aussi bien que de paix. Le chiffre d'affaires annuel de la NAMSA est d'environ 400 millions de dollars.

La NAMSA compte 18 États membres, y compris les tout nouveaux membres de l'OTAN, soit la Pologne, la République tchèque et la Hongrie. Comptant quelque 950 spécialistes de la logistique, ingénieurs, entrepreneurs et spécialistes du soutien administratif, la NAMSA est le plus important organisme relevant de l'OTAN et celui qui compte le plus important effectif civil.

La NAMSA a pour mandat de permettre aux pays de l'OTAN d'acquérir les pièces et d'obtenir les services nécessaires pour entretenir certains types de matériel militaire appartenant aux pays membres de l'Alliance atlantique. En ce qui a trait à la plupart de leurs armes et de leurs équipements combinés entretenus par la NAMSA, les pays membres ont constitué des « clubs » ou partenariats de systèmes d'armes. Ces clubs partagent les coûts de l'entretien des systèmes d'armes, prennent des décisions stratégiques d'ordre général, approuvent ou rejettent les propositions relatives à la modification technique de leur matériel et sont autorisés à engager des dépenses pour le compte de leurs services officiels.

trats pour l'acquisition et l'élimination des divers types de munitions.

Les pièces et les services que la NAMSA est chargée d'acquérir comprennent notamment les articles nécessaires pour

## Négociations commerciales (Suite de la page 7)

que de nombreux secteurs présentent des possibilités intéressantes pour les Canadiens (p.ex., tourisme, services bancaires, mines, télécommunications, assurance, électricité, adduction d'eau et production pétrolière).

En mars 1998, le Canada a signé un Accord sur la protection des investissements étrangers (APIE), qui protège davantage les droits des investisseurs canadiens au Costa Rica.

On demande donc aux Canadiens, avant de décider de la voie à suivre, leurs avis et opinions sur les priorités, les objectifs et les enjeux de négociations pouvant mener à la conclusion d'un accord de libre-échange avec le Costa Rica.

Les soumissions devraient porter sur : les champs d'intérêt liés à l'exportation et à l'importation; les questions d'ordre général concernant les règles d'origine; les questions relatives à la « facilitation

du commerce » telles que les formalités douanières; la possibilité d'inscrire les questions de l'investissement, des services, ou de la politique de la concurrence à l'ordre du jour; et les façons de refléter les valeurs et les intérêts des Canadiens dans les domaines de la protection de l'environnement, du respect des droits fondamentaux des travailleurs, des droits de la personne et autres préoccupations sociales, en rapport avec le Costa Rica.

Veillez faire connaître votre point de vue le plus tôt possible (indiquer nom et adresse et questions traitées) en écrivant à : Consultations sur les négociations commerciales (Costa Rica), Direction de la planification de la politique commerciale (EAI), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Édifice Lester B. Pearson, 125, promenade Sussex, Ottawa (ON) K1A 0G2; téléc. : (613) 944-0757, courriel : [consultations@dfait-maeci.gc.ca](mailto:consultations@dfait-maeci.gc.ca)

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



**P**ARIS — 22-26 novembre 2000 — Pour la 18<sup>e</sup> année, Educatec sera la grande vitrine internationale des outils pédagogiques, des matériels didactiques et des équipements pour le secteur de l'éducation.

Ce grand événement, qui a accueilli 31 000 visiteurs professionnels sur une superficie de 22 000 m<sup>2</sup> en 1999, a choisi comme thèmes-phares, pour son édition 2000, « Technologies de l'Information et de la Communication » et « International ».

L'ordinateur et l'internet sont, en effet, devenus des outils incontournables en enseignement. Utilisés à l'école ou à la maison, ils font désormais partie intégrante des programmes et des usages en France. Pour l'aspect international, il est bon de savoir que la France assurera la présidence de la Commission européenne, au cours du second semestre 2000. D'ailleurs chacun des États européens aura un pavillon à Educatec afin de présenter sa politique nationale en matière d'éducation.

#### Des réels débouchés

Le gouvernement français a, depuis deux ans, élaboré un programme de sensibilisation en vue d'inciter les Français à utiliser les technologies de l'information. Ce programme a été doté d'un budget de 878 millions d'euros pour 2000-2001. Les

priorités sont l'équipement des établissements scolaires, l'introduction des technologies de l'information dans les programmes scolaires, la généralisation de l'usage de ces technologies par les enseignants, le soutien aux entreprises fournissant projets et solutions, l'auto-formation et l'enseignement à distance, ainsi que la formation du personnel d'encadrement.

## Educatec 2000, le salon-référence pour l'éducation

La France a rejoint des partenaires européens dans l'équipement des foyers en micro-ordinateurs, l'hiver dernier. Le taux est passé à 23 % des foyers équipés (contre 19,8 %, un an plus tôt), et 8,4 % d'entre eux possèdent un modem qui leur permet de se brancher sur l'internet (contre 5,1 % en 1998). De plus, en trois mois (d'octobre 1999 à janvier 2000), le nombre d'abonnés à l'internet s'est accru de 1,1 million, ce qui fait passer le cap de 3 millions d'abonnés, en ce début de l'an 2000. Au total, la France comptait 5,37 millions d'internautes au début de 2000.

Cette progression est très représen-

tative du comportement d'achat des Français, très avides de nouvelles technologies, et qui agissent en masse sur une nouveauté devenue phénomène.

#### Educatec passe par le WEM

La France sera présente au **World Education Market (WEM)**, à Vancouver, le mois prochain (24-27 mai).

Un stand France regroupera plusieurs entrepreneurs et fournisseurs de solutions dédiées à l'éducation. Un autre rassemblera les établissements scolaires et institutionnels de l'enseignement français. Vous aurez ainsi la possibilité de prendre connaissance des occasions que vous offre le marché français et d'engager des discussions d'affaires avec les professionnels français.

Dans la continuité de votre approche du marché français et européen de l'éducation, l'ambassade du Canada en France organise, pour Educatec 2000, un stand de groupe et diverses activités de maillage.

Que votre activité soit le multimédia, les logiciels pédagogiques, l'enseignement assisté par ordinateur, les CD-Roms et DVD, les produits interactifs, les micro-ordinateurs et périphériques, l'enseignement à distance, les équipements de vidéoconférence, les produits en ligne, les réseaux internet, extranet et intranet... ou que vous soyez professionnel de l'enseignement technique et professionnel en CAO-CFAO, robotique, automates programmables, électronique, productive... ce salon est fait pour vous.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. François Gauthé, agent de commerce, ambassade du Canada en France, tél. : (011-33) 1 44 43 23 58, téléc. : (011-33) 1 44 43 29 98, courriel : francois.gauthé@dfait-maeci.gc.ca

Pour vous inscrire au stand canadien, communiquer avec DP Expos Services Inc. - Montréal, tél. : (514) 871-3838, courriel : info@dpexpos.com

## La NAMSA : débouchés à l'OTAN (Suite de la page 12)

- équipement électrique, électronique ou hydraulique pour le matériel militaire
- moteurs d'avions à réaction, moteurs à pistons, instruments de bord, éléments de structure
- pièces et groupes principaux d'hélicoptères
- véhicules techniques civils et autres véhicules lourds

Sauf indication contraire des autorités pertinentes, la NAMSA doit passer commande auprès d'entreprises établies dans les 18 pays participants.

Les entreprises qui souhaitent s'inscrire auprès de la NAMSA sont invitées à envoyer une demande sur papier à en-tête rédigée dans l'une des deux langues offi-

cielles de l'OTAN (français ou anglais) en précisant le genre de matériel ou de service qu'elles peuvent fournir. Une autorisation de sécurité est nécessaire pour recevoir des documents d'appel d'offres contenant des renseignements classifiés.

Pour plus de renseignements sur le processus d'acquisition de la NAMSA, consulter le rapport intégral de l'étude de marché *La NAMSA : Agence d'achat de l'OTAN* à l'adresse [www.infoexport.gc.ca/be](http://www.infoexport.gc.ca/be) ou communiquer avec M. Paul Desbiens, conseiller (Affaires commerciales et économiques), ambassade du Canada à Bruxelles, tél. : (011-322) 741-0622, téléc. : (011-322) 741-0606, courriel : paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les livre dans les mains des entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**INDE — Étude des systèmes d'adduction d'eau** — Demande d'expression d'intérêt. Le gouvernement de l'Inde a reçu un prêt de la Banque internationale pour la reconstruction et le développement (BIRD) et obtenu une ouverture de crédit auprès de l'Association internationale de développement pour les dépenses liées au projet d'évacuation des eaux usées de Bombay. Il a l'intention d'utiliser une par-

# Le Centre des occasions d'affaires

tie de ces fonds pour retenir les services d'experts-conseils afin d'étudier l'organisation, l'exploitation et la maintenance des systèmes d'adduction d'eau de Mumbai. Le Département du génie hydraulique gère 4 ouvrages de tête et des systèmes d'adduction comportant environ 300 km de pipelines (diamètre variant entre 1 200 mm et 3 000 mm), 4 stations d'épuration des eaux, 26 réservoirs de service, environ 3 000 km de réseau de distribution d'eau et environ 300 000 raccords avec le consommateur pour la distribution de 2,98 millions de mètres cubes d'eau par jour employant quelque 8 000 personnes. Les services devant être offerts sur deux ans comprennent : examiner le plan d'exploitation du système d'adduction et, plus particulièrement, les volets qui touchent les postes de pompage, les stations d'épuration et les systèmes de transport jusqu'aux réservoirs de distribution pour pouvoir fournir l'eau de la qualité et dans la quantité prévues au moindre coût, et faire des recommandations concernant les améliorations souhaitables; appliquer les conditions d'évaluation des systèmes de transmission et de distribution de l'eau et suggérer des mesures de remise en état. Les consultants peuvent obtenir des renseignements supplémentaires sans frais. Date de clôture : le 30 mai 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le n° de dossier 000310-00969. Renseignements : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=189fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=189fr)

SINGAPOUR — Traverses de rencontre

feuilleurées, pattes-de-lièvre, appareils de voie — Singapore MRT Ltd. cherche des fournisseurs pour les produits susmentionnés. Coût des documents d'appel d'offres : 25,75 \$ le lot (non remboursable). Date de clôture : le 26 mai 2000. Communiquer avec M Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le n° de dossier : 000302-00827. Renseignements : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=180fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=180fr)

SINGAPOUR — Installation d'ascenseurs dans des stations du réseau de transport express en commun — N° d'appel d'offres : LTA000/ RL/ C1246. L'Office du transport terrestre lance un appel d'offres pour la conception, la fourniture, l'installation, la mise à l'essai et la mise en service de 82 ascenseurs pour les stations existantes du réseau de transport express en commun de Singapour. L'appel d'offres comporte des ascenseurs de type conventionnel et des ascenseurs sans chambre de moteur. L'intérieur des cabines doit être en acier inoxydable ou en verre. Seules seront acceptées les soumissions venant d'entreprises dûment enregistrées auprès de l'Office de la construction d'immeubles, Building Construction Authority (BCA), de Singapour, ME-09-Lifts and Escalators de catégorie financière L6 (illimitée). Une expérience pertinente relativement à l'installation d'ascenseurs dans des stations de transport en commun en exploitation est nécessaire, et de l'expérience dans l'exécution de contrats de catégorie C1246. Coût des documents d'appel d'offres (non remboursable, par chèque uniquement): 510 \$ (TPS incluse) pour 3 lots. Pour plus de renseignements : [www.gov.sg/gitis](http://www.gov.sg/gitis) Date de clôture : le 26 mai 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le n° de dossier 000320-00827. Renseignements : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=209fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=209fr)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

## Dubaï 2000 : les contrats décollent

Comptant parmi les plus importants événements du secteur de l'aérospatiale, la **Sixième foire de l'aérospatiale — Dubaï 2000**, qui s'est tenue du 14 au 18 novembre 1999, a attiré plus de 500 exposants et des délégations officielles de plus d'une cinquantaine de pays présidées par 17 ministres de la Défense et de ministères connexes du Royaume-Uni, de l'Allemagne et des États-Unis. Cette foire se tient tous les deux ans à Dubaï, centre de commerce international par excellence de la région du golfe Persique, dans les installations d'exposition ultra-modernes (d'une valeur de 100 millions de dollars) de l'aéroport international de Dubaï. En 1999, elle a permis de conclure des ventes pour une valeur globale supérieure à 1,2 milliard de dollars.

Ont participé à la foire 8 entreprises et 45 représentants du Canada ainsi que l'ambassadeur du Canada auprès des Émirats arabes unis, M. Christopher Thomson, le personnel de l'ambassade du Canada et le personnel du consulat général. Les entreprises canadiennes, en particulier **Bombardier** et **CAE**, sont reparties avec des contrats totalisant plus de 300 millions de dollars américains. Bombardier

tenait la vedette à Dubaï 2000.

La participation du secteur canadien de l'aérospatiale et les sommes importantes engagées par des entreprises comme Bombardier à l'occasion de la foire de Dubaï témoignent de l'importance de celle-ci, tremplin idéal pour rejoindre le marché mondial de l'aérospatiale civile aussi bien que militaire. Le taux élevé de fréquentation de la foire, l'importance des ventes qu'y réalise chacun des grands pays industrialisés et la présence d'acheteurs régionaux d'Asie centrale, d'Afrique, du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord sont révélateurs de la puissance commerciale et de l'influence des Émirats arabes unis et, plus particulièrement, de Dubaï.

Le succès qu'a connu **Dubaï 2000** est lié en bonne partie à la croissance phénoménale de la demande d'équipement militaire dans la région. Avec des achats prévus de 100 milliards de dollars américains d'ici 2010, les États du golfe Persique constituent actuellement le plus important marché de l'armement à l'échelle mondiale. La vente récente d'aéronefs américains *F-16*, pour une valeur globale de 8 milliards de dollars américains, con-

clue avec les Émirats arabes unis, illustre bien l'importance de l'aérospatiale dans le marché militaire du golfe Persique.

Selon les estimations d'Airbus et celles de Boeing, dans les 10 prochaines années, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord devraient passer commande de 620 aéronefs, pour une valeur globale de 60 milliards de dollars américains.

Pour plus de renseignements, ou si vous souhaitez participer à la **Septième foire de l'aérospatiale, Dubaï 2001** qui se tiendra du 4 au 8 novembre 2001, communiquer avec M. Maher Abou-Guendia, conseiller (Section commerciale), ambassade du Canada à Abou Dhabi, Émirats arabes unis, tél. : (011-971-2) 445-6969, téléc. : (011-971-2) 445-8787, courriel : [maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca](mailto:maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca) \*

## MISSION COMMERCIALE TI À TAMPA BAY

TAMPA BAY (FLORIDE) — 15-17 mai 2000 — Le World Trade Center de Tampa Bay sera l'hôte d'une mission commerciale de gens d'affaires de Montréal et de Toronto, qui coïncidera avec la tenue de la foire et conférence annuelle des technologies de l'information de Tampa Bay (Information Technology Exposition & Conference, ou ITEC).

Cette foire offre une occasion extraordinaire de pénétrer le marché lucratif du Sud-Est américain. Réunissant quelque 4 000 spécialistes des technologies de l'information du secteur de l'éducation et du secteur public, elle constitue la plus importante manifestation inter-entreprises consacrée aux technologies dans la région.

On y présentera plus de 2 000 produits et logiciels les plus récents, notamment dans les domaines suivants : informatique, télécommunications, internet/intranet, logiciels, établissement de réseaux, imagerie, gestion de dossiers, multimédia, vidéoconférences, environnements client-serveur, solutions au bogue de l'an 2000, sécurité des réseaux, plans de reprise après sinistres et guichets automatiques.

De plus, les organisateurs d'ITEC ont prévu pour les entreprises participantes

Voir page 16 - Tampa Bay

## Chemex : un grand salon remède

LONDRES, ANGLETERRE — 3-4 septembre 2000 — Le haut-commissariat du Canada organise un stand collectif pour les petites et les moyennes entreprises prêtes à exporter qui désirent participer à **Chemex**, la plus importante foire commerciale de la pharmacie au Royaume-Uni.

La foire **Chemex**, qui a maintenant 18 ans d'existence, reçoit plus de 150 exposants et attire plus de 3 000 visiteurs du Royaume-Uni et d'Europe. Pour plus de renseignements sur cette foire, consulter le site internet à l'adresse [www.dotpharmacy.com](http://www.dotpharmacy.com)

Le haut-commissariat offre à chaque entreprise un espace mural et une place sur les étagères du stand pour présenter ses produits et ses brochures. Il produira une brochure renfermant les profils des entreprises participantes, qui sera distribuée à la foire. Les entreprises figureront

en outre dans le catalogue de la foire et elles bénéficieront des services de soutien offerts par le personnel du haut-commissariat au stand du Canada — à savoir notamment l'organisation de rencontres avec des distributeurs éventuels et une journée d'information sur le marché de détail des produits pharmaceutiques au Royaume-Uni.

Le coût de participation à la foire commerciale est de 500 \$ par entreprise (les frais de voyage et d'hébergement sont à la charge de l'entreprise).

Pour plus de renseignements, ou pour participer à **Chemex**, communiquer le plus tôt possible avec M<sup>me</sup> Deanne Rourke, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44) 020 7258 6619, téléc. : (011-44) 020 7258 6384, courriel : [deanne.rourke@dfait-maeci.gc.ca](mailto:deanne.rourke@dfait-maeci.gc.ca) \*

## COLLOQUES SUR LE MARCHÉ ALLEMAND DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

KITCHENER, le 2 mai 2000 — TORONTO, le 3 mai — OTTAWA, le 4 mai — MONTRÉAL, le 5 mai — De concert avec les gouvernements du Québec et de l'Ontario et Industrie Canada, le personnel du consulat du Canada à Munich organise une série de colloques sur le marché allemand des nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC) à l'intention des entreprises canadiennes.

Ces colloques comporteront des conférences par les spécialistes suivants du marché des TIC en Allemagne : M. A. Pols, EITO/ BITKOM (association nationale allemande de la technologie de l'information, des télécommunications et des nouveaux médias), Berlin, donnera un « Aperçu du marché des nouvelles technologies de l'information et des communications en Allemagne »; M. A. de Bochnanovits, directeur général, *Computer Partner* (la plus importante revue de la distribution et des distributeurs de produits modifiés en

Allemagne), Munich, traitera du « Marché de la distribution en Allemagne : ce que doivent savoir les entreprises canadiennes qui se spécialisent dans les TIC »; et M. R. Mayer, co-fondateur, dmmv (association nationale allemande du multimédia), Düsseldorf, fera un exposé sur les « Possibilités de partenariat canado-allemand ». Les présentations seront données en anglais.

Ces colloques visent à fournir des renseignements pratiques aux entreprises désireuses d'étendre leurs activités sur le marché des TIC en Allemagne.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Laura Vasarais, Ontario Export Inc., Toronto, tél. : (416) 326-1075, courriel : [laura.vasarais@edt.gov.on.ca](mailto:laura.vasarais@edt.gov.on.ca) (pour les colloques tenus à Kitchener, Toronto et Ottawa), ou avec M. Jacques Fleury, Centre du commerce international, Montréal, tél. : (514) 283-8805, courriel : [fleury.jacques@ic.gc.ca](mailto:fleury.jacques@ic.gc.ca) (pour Montréal). ✪

## Tampa Bay (Suite de la page 15)

des rencontres de réseautage qui leur permettront d'étudier les réseaux de distribution, les occasions d'investissement ou les possibilités de coentreprise, et des colloques où elles pourront discuter des moyens de pénétrer le couloir des hautes technologies qui va de Tampa Bay à Daytona.

La mission commerciale est parrainée conjointement par le consulat du Canada à Miami, le consulat général du Canada à

Atlanta, le Conseil des gens d'affaires Canada-États-Unis, le Département américain du Commerce et des organisations commerciales de la Floride.

Pour plus de renseignements ou pour vous inscrire à la mission, voir le site [www.wtctampa.com](http://www.wtctampa.com) ou communiquer avec M. Steve Toner, à Tampa, tél. : (813) 282-9099, avec M. Rick McElrea, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2000, téléc. : (404) 532-2050, courriel : [rick.mcelrea@dfait-meaci.gc.ca](mailto:rick.mcelrea@dfait-meaci.gc.ca) ✪

## Nouvelle série de publications sur le commerce

Les publications suivantes, très utiles pour les exportateurs, sont parues récemment chez l'éditeur d'Ottawa, Point-to-Point.

**CE Marking for Medical Devices** (170 \$), Manuel pratique qui expose bien la directive sur le marquage CE [conformité européenne] des appareils médicaux, exemples et solutions à l'appui, pour garantir la conformité de vos produits.

**Répertoire de 9 300 associations professionnelles et commerciales dans l'Union européenne** (troisième édition) (230 \$). Répertoire bilingue facile à consulter indiquant des sources d'information auprès des associations commerciales et professionnelles de l'UE.

**Directory of EU Information Sources [Annuaire des sources d'information de l'Union européenne]** (dixième édition) (375 \$). Annuaire répertoriant les adresses internet d'intervenants importants dans l'UE et à Bruxelles, comprenant environ 12 500 contacts et indiquant des publications des institutions de l'UE, telles que la source d'information de la Commission européenne.

Pour plus de renseignements sur ces publications ou d'autres, ou pour faire une commande, communiquer avec M<sup>me</sup> Hilary R. Burke, Point-to-Point, C.P. 133, Succursale « B », Ottawa ON K1P 6C3, tél. : (613) 237-4658, courriel : [pointtopoint@canada.com](mailto:pointtopoint@canada.com) internet : <http://pointtopointbooks.com> ✪

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



DOCS  
CAI  
EA  
C16  
FRE  
Spr ng  
2000  
Copy 1

ips 2000

OTTAWA

canadexport

MAY 4 2000

# trait d'union entre l'orient et l'occident, l'Asie du Sud-Est au cœur du marché de l'Asie-Pacifique

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

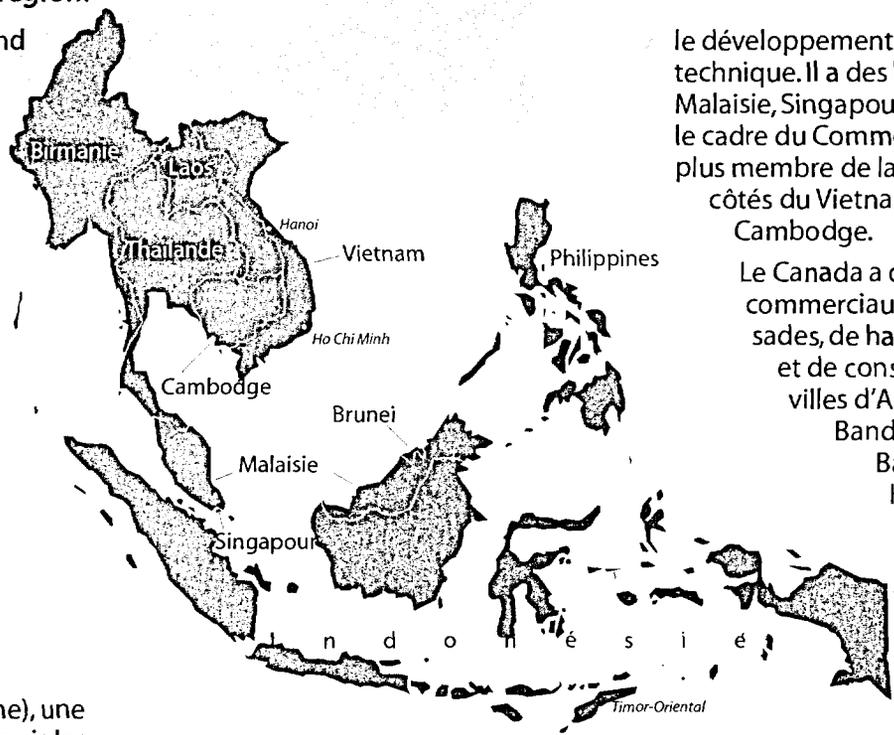
*L'Asie du Sud-Est est de retour! La région est en bonne voie de se rétablir de la crise économique asiatique de 1997. Les économies de la région deviennent plus fortes, et chacune d'elles offre des perspectives de croissance positive du produit intérieur brut (PIB) cette année. De fait, toutes, sauf l'Indonésie, ont connu une croissance positive en 1999, alors qu'en 2000, les Philippines, la Thaïlande, la Malaisie et Singapour verront leurs économies croître plus rapidement que celle du Canada. Les entreprises canadiennes qui ont négligé ce marché à cause des incertitudes économiques doivent maintenant examiner avec le plus grand sérieux le potentiel qu'offre cette région.*

L'Asie du Sud-Est comprend les 10 pays qui forment l'Association des nations du Sud-Est asiatique (ANSEA), Brunei, Birmanie, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam. Avec une superficie de 4,5 millions de kilomètres carrés soit environ la moitié de celle du Canada et une population de 525 millions d'habitants, l'Asie du Sud-Est compte d'importantes ressources naturelles (étain, cuivre, pétrole, bois d'oeuvre, caoutchouc, huile de palme), une solide base agricole et, depuis les années 1970, un secteur industriel et manufacturier en rapide expansion. Il existe une demande pour pratiquement tous les types de produits et services canadiens, un reflet des différents stades de développement économique atteints dans l'ensemble de la région depuis une technologie évoluée à Singapour jusqu'au développement d'une infrastructure de base au Cambodge et au Laos.

Le Canada est largement présent dans la région par l'intermédiaire de toute une variété de programmes touchant l'immigration, la culture, l'éducation,

le développement et l'assistance technique. Il a des liens avec la Malaisie, Singapour et Brunei dans le cadre du Commonwealth; il est de plus membre de la Francophonie aux côtés du Vietnam, du Laos et du Cambodge.

Le Canada a des bureaux commerciaux au sein d'ambassades, de hauts-commissariats et de consulats dans neuf villes d'Asie du Sud-Est — Bandar Seri Begawan, Bangkok, Hanoi, Ho Chi Minh, Jakarta, Kuala Lumpur, Manille, Phnom Penh et Singapour. Le Canada est perçu comme un partenaire commercial attrayant par



les Asiatiques et affiche avec la région des échanges commerciaux bilatéraux supérieurs à 9 milliards \$ pour 1999. C'est surtout l'Asie qui en tire profit : les exportations canadiennes se sont chiffrées à environ 2 milliards \$, et ses importations, à 7 milliards \$.

Ce supplément vise à souligner le retour en force du marché de l'Asie du Sud-Est et à amener ainsi les gens d'affaires canadiens à accroître le volume et la diversité de leurs exportations vers cette région.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction de l'Asie du Sud-Est, tél. : (613) 995-6877, fax : (613) 944-1604.

Préparé par la Direction de l'Asie du Sud-Est

## La Banque asiatique de développement : un précieux partenaire

La Banque asiatique de développement (BASD), dont le siège social se trouve à Manille, est une institution financière internationale (IFI) qui, depuis 30 ans, soutient le développement régional en Asie-Pacifique. En 1999, la Banque a fourni une assistance sous forme de prêts et de subventions aux 35 pays en développement qui en sont membres, pour un total de près de 7,3 milliards \$.

Les projets de la BASD offrent d'excellentes occasions d'affaires aux fournisseurs de produits, d'équipements et de services, ainsi qu'aux entrepreneurs et aux experts-conseils. La plupart des débouchés sont liés soit à une assistance technique financée par des subventions (265,4 millions \$ en 1999), soit à des contrats d'achat financés par des prêts (7 milliards \$ en 1999). D'autres débouchés et avantages peuvent également être obtenus grâce à la participation de la Banque à des accords de cofinancement avec des partenaires financiers bilatéraux, multilatéraux et commerciaux comme l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et la Société pour l'expansion des exportations (SEE), ou par le biais de la participation financière de la BASD à des projets du secteur privé.

Le Canada connaît un succès considérable auprès de la BASD, notamment par l'obtention de contrats de services conseils ainsi que par ses activités de cofinancement et ses projets du secteur privé qui appuient les intérêts commerciaux canadiens. Ces succès sont obtenus dans une large variété de secteurs comme l'énergie, les transports, les communications, l'infrastructure sociale, la santé, l'éducation et l'environnement. NOVA Gas International, TecSult, l'Association des collèges communautaires du Canada, SR Telecom, Cowater, Acres, Agrodev, SNC-Lavalin, la SEE et la Caisse de dépôt et placement du Québec, entre autres, illustrent la diversité des intervenants canadiens qui ont contribué à la présence commerciale du Canada à la Banque.

Le site Web de la BASD ([www.adb.org](http://www.adb.org)), une ressource riche et conviviale, est le meilleur moyen de se tenir informé des occasions à venir. Une attention particulière devrait être portée aux rubriques *Business Opportunities* (projets proposés et approuvés) et *Country Assistance Plan* (l'annexe 4 contient une liste de projets sur trois ans). Outre l'information accessible dans Internet, la Banque publie le bulletin mensuel *ADB Business Opportunities*.

Côté marketing, l'objectif le plus important des entreprises et experts-conseils intéressés à saisir les occasions offertes par la BASD doit être de « se faire remarquer » par le personnel de la Banque (et par les organismes réalisant les projets financés par des prêts dans les pays membres), de préférence en effectuant des visites régulières à la Banque ou dans les pays eux-mêmes. Une expérience de la région est également un atout crucial.

Des renseignements plus détaillés et des conseils utiles sont offerts dans deux documents du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) : Le Canada et la BASD : Décrocher des contrats d'assistance technique financés par des subventions et Le Canada et la BASD : Décrocher des marchés financés par des prêts. Visitez le site [www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet) et cliquez sur *Guides d'affaires* pour obtenir ces documents.

Un soutien et une assistance additionnels peuvent être obtenus de l'Unité de liaison avec la BASD à l'ambassade du Canada à Manille, courriel : [pierre.delorme@dfait-maeci.gc.ca](mailto:pierre.delorme@dfait-maeci.gc.ca), fax : (632) 810-1699, tél. : (632) 867-0001, et du Bureau du directeur général pour le Canada à la BASD, courriel : [jpayne@adb.org](mailto:jpayne@adb.org), fax : (632) 636-2048, tél. : (632) 632-6060.

## Redressement économique de l'Indonésie

*L'économie de l'Indonésie a commencé à remonter la pente sous l'impulsion des ventes au détail et des exportations. L'inflation demeure sous les 10 % et les taux d'intérêt touchent des planchers historiques. La croissance économique devrait être de 4 % cette année et atteindre 4 % à 6 % dans les années qui viennent. Bien sûr, c'est une performance inférieure à celle d'avant 1997, mais de l'avis général, elle offre un caractère plus durable. Comptant plus de 200 millions d'habitants, dont les deux tiers vivent sur l'île de Java, l'Indonésie est un important marché émergent pour les exportateurs canadiens.*

Le marché indonésien représente un défi, mais il offre de grandes possibilités aux entreprises prêtes à s'y investir. La primauté du droit n'est pas solidement ancrée en Indonésie, et les entreprises doivent être prêtes à accepter, sur le plan juridique, des risques plus élevés qu'au Canada. La clé pour les fournisseurs canadiens est de déterminer comment les paiements seront effectués pour chaque vente.

### Débouchés

#### Ressources naturelles

L'Indonésie, qui est l'un des seuls exportateurs d'énergie et le seul des pays d'Asie membre de l'OPEP (Organisation des pays exportateurs de pétrole), a de solides fondations dans le secteur énergétique, étayées par d'importantes réserves minérales. Au cours des 30 dernières années, plusieurs grandes entreprises canadiennes ont investi des milliards de dollars dans les secteurs des mines et de l'énergie de l'Indonésie. Ces entreprises, notamment INCO et Gulf Canada, facilitent l'entrée aux petits et moyens fournisseurs canadiens de produits et services souhaitant percer le marché indonésien. En outre, toutes les principales entreprises multinationales de pétrole et de gaz en amont sont actives dans le pays.

#### Matériel et services d'énergie

L'Indonésie est un marché international clé pour les fournisseurs canadiens de matériel et de services d'énergie. Bien qu'une importante restructuration soit en cours sur l'île de Java, il existe d'importantes poches de croissance ailleurs qu'à Java, notamment dans les régions riches en ressources de Sumatra, de Sulawesi et du Kalimantan.

### Industrie de l'environnement

C'est un secteur en croissance rapide pour les entreprises canadiennes. Avec d'abondantes ressources naturelles analogues à celles du Canada, l'Indonésie a besoin de technologies et d'équipements environnementaux perfectionnés pour respecter les normes plus strictes qu'elle s'est imposées et protéger sa réputation à l'échelle internationale. Plusieurs petits fournisseurs canadiens font déjà des percées dans ce marché grâce à la solide réputation du Canada.

Canora (Asia) Inc. (Calgary), un consortium constitué en société de firmes canadiennes de génie environnemental et de gestion des ressources, en association avec l'entreprise indonésienne locale PT Pusat Pengembangan Agribisnis, a récemment décroché un contrat pour exécuter le volet suivi, contrôle et surveillance du Projet de pêche des collectivités côtières. Ce projet est financé conjointement par le gouvernement indonésien et la Banque asiatique de développement, qui a consenti un prêt. Ce projet de deux ans a débuté en mars 2000 et dispose d'un budget initial de 1,16 million \$.

#### Indonésie (1999)

Capitale : Jakarta  
 Population : 210 millions  
 Urbanisation : 38,5 %  
 PIB : 181,25 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (16 %), industrie (43 %), services (41 %)  
 Total des exportations : 72,8 milliards \$  
 Total des importations : 64 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 865,1 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 543,1 millions \$

### Agriculture, aliments et boissons

Ces dernières années, les produits agroalimentaires ont représenté de 40 % à 45 % du total des exportations canadiennes vers l'Indonésie. De ce total, le blé a représenté de 90 % à 96 %. En 1999, toutefois, les exportations de soja ont progressé pour atteindre des niveaux nettement supérieurs aux bilans récents. Parmi les autres débouchés en Indonésie, mentionnons les suivants : sécurité alimentaire, engrais, amélioration et diversification des cultures, aliments pour bétail, biotechnologie, élevage de bovins de boucherie et laitiers, volaille, technologie post-récolte, stockage, mise en conserve, distribution alimentaire et coopératives.

## Des débouchés croissants en Malaisie

*L'économie de la Malaisie est en voie de complet rétablissement, avec une croissance de 8,1 % au troisième trimestre de 1999 et une progression prévue de 5 % cette année. Une autre preuve de reprise réside dans la remontée de l'indice de la Bourse de Kuala Lumpur, qui a atteint 900 après être tombé à 265 il y a quelques années.*

Tous ces facteurs annoncent de nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes dans ce pays tropical de 22 millions d'habitants situé au cœur de l'Asie du Sud-Est et richement pourvu en ressources naturelles comme l'huile de palme, le bois d'oeuvre, l'étain, le caoutchouc, le pétrole et le gaz.

### Débouchés

#### Agriculture, aliments et boissons

La Malaisie doit importer des quantités importantes de plusieurs produits agroalimentaires, notamment soja, blé, malt d'orge, pois, haricots et produits laitiers.

En outre, le réseau de plus en plus vaste de chaînes de supermarchés du pays crée une demande grandissante pour des produits d'épicerie et des aliments transformés de tous types en provenance du Canada.

Les exportateurs du secteur agroalimentaire canadien ont connu jusqu'ici beaucoup de succès en Malaisie dans la vente de soja, de blé et d'orge de brasserie, ainsi que de produits d'épicerie et de consommation vendus dans les supermarchés. Des chaînes de

franchises de restauration-minute comme Saint Cinnamon, avec cinq points de vente, ont elles aussi solidement pris pied en Malaisie récemment.

#### Technologies de l'information et des communications (TIC)

Le secteur en croissance rapide des TIC a ouvert la porte à plusieurs segments promoteurs comme les produits et services de soutien à Internet et de commerce électronique, ainsi que les applications multimédias. Les progrès des communications mobiles et sans fil ajoutent à cet éventail de nouveaux débouchés.

Des succès dans le secteur des TIC sont observés presque tous les jours. Les deux cas les plus récents sont la vente du concept d'« hôtel de ville virtuel » par SRI Strategic Resources Inc. (Burnaby, C.-B.) à la ville d'Ipoh

dans le nord de la Malaisie, et le lancement d'une coentreprise sous direction canadienne appelée Backpack Asia Sdn. Bhd., un site Web interactif pour les voyageurs à budget modeste dans 14 pays de l'Asie.

### Industrie de l'environnement

Le développement industriel de la Malaisie a causé des heurts dans l'environnement, et des programmes de nettoyage et de restauration à grande échelle sont requis pour assurer la qualité de l'air, de l'eau et du sol.

#### Malaisie (1999)

Capitale : Kuala Lumpur  
 Population : 22,2 millions  
 Urbanisation : 56 %  
 PIB : 104,11 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (14 %), industrie (45 %), services (41 %)  
 Total des exportations : 104,2 milliards \$  
 Total des importations : 78,7 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 2 056,8 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 414,9 millions \$

Les entreprises environnementales canadiennes possèdent l'expertise dont a besoin la Malaisie pour mener à bien ces programmes. Cryo-Lines Supplies Inc. est l'une d'entre elles : cette firme ontarienne a commercialisé avec succès la technologie de la « Blue Bottle », qui permet de recycler, sans danger pour l'environnement, les CFC et d'autres substances destructrices d'ozone présentes dans les systèmes de climatisation.

## Singapour toujours prospère

*Depuis son indépendance il y a plus de 30 ans, Singapour est devenue un chef de file en matière de technologies, affichant un PNB par habitant de 33 000 \$ (1998) et l'un des niveaux de vie les plus élevés du monde.*

Singapour n'a pas été gravement touchée par la récente crise économique en Asie. L'Economist Intelligence Unit prévoit une croissance de 8,4 % pour Singapour cette année, ce qui placera le pays au premier rang de la croissance en Asie et au troisième rang dans le monde. Le secteur manufacturier mène le bal, prenant appui sur une forte reprise du secteur électronique et une production accrue des secteurs pharmaceutique et pétrochimique. Par conséquent, le chômage, qui avait atteint un sommet de 4,5 % au troisième trimestre de 1998, s'est replié et n'était plus que de 3,3 % en juin 1999. Pendant ce temps, le cycle déflation-

**Singapour (1999)**

Capitale : Singapour  
 Population : 3,2 millions  
 Urbanisation : 100 %  
 PIB : 122,5 milliards \$ (1998)  
 Économie : industrie (28 %), services (72 %)  
 Total des exportations : 159 milliards \$  
 Total des importations : 147,5 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 1 252,2 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 367,3 millions \$

niste a pris fin lorsque l'indice des prix à la consommation a grimpé de 0,1 % en mai 1999, après 11 mois consécutifs de baisse.

L'économie singapourienne dépend énormément du commerce extérieur. Les droits à l'importation qu'elle perçoit sont minimes et les barrières commerciales non tarifaires qu'elle impose sont négligeables. Son rôle comme plaque tournante commerciale de la région est mis en relief par le fait que 40 % des importations de Singapour sont réexportées.

**Débouchés**

**Technologies de l'information et des communications (TIC)**

Le gouvernement de Singapour souhaite rehausser la compétitivité dans les secteurs économiques clés en misant sur un développement tous azimuts des TIC. Il se propose de faire en sorte que tous les ménages, administrations et entreprises soient reliés entre eux, de façon à créer « une île intelligente ». Par suite du plan d'ensemble mis en oeuvre à cette fin (le plan ICT21), les occasions de vente et d'investissement dans les TIC devraient augmenter considérablement.

Les entreprises canadiennes du secteur des TIC ont déjà d'impressionnantes réussites à leur crédit à Singapour. En décembre 1999, TimeStep, une filiale de Newbridge Networks (Kanata, Ont.), a obtenu deux contrats d'une valeur de 10 millions \$ pour la livraison de systèmes sécurisés de réseaux privés virtuels sur protocole Internet. Newbridge Networks s'est aussi vu attribuer un contrat évalué à plus de 35 millions \$ par Singapore Telecom pour la livraison de systèmes évolués à mode de transfert asynchrone et multiplexage temporel qui serviront à la construction d'un réseau multiservices à large bande, flexible et de haute performance.

En novembre 1999, des entreprises montréalaises du multimédia et du divertissement, Enzyme Digital et Icestorm Digitalque, ainsi que la firme Dreamation

de Singapour ont annoncé la formation d'une coentreprise — d'une valeur de 22,8 millions \$ — pour la production d'un jeu informatique de toute dernière génération incorporant une technologie d'animation de pointe et des éléments d'intelligence artificielle.

**Industrie de l'environnement**

Singapour accorde une grande priorité à la protection de l'environnement et à la promotion de sa réputation de « cité jardin d'Asie ». Plusieurs projets d'envergure sont prévus, notamment le Deep Tunnel Sewerage System, ainsi que la construction d'usines de traitement des eaux usées et d'incinération des déchets solides.

**Agriculture, aliments et boissons**

Confinée à un petit territoire et dépourvue de ressources naturelles, Singapour a enregistré des importations d'aliments et de boissons de plus de 6 milliards \$ en 1998. Il existe des débouchés pour des produits alimentaires transformés de haute qualité et à valeur ajoutée, des amuse-gueules santé et une large variété de produits de la mer de haut de gamme.

**Construction**

L'industrie de la construction de Singapour s'attend à une forte croissance, ce qui créera des débouchés pour les fabricants et fournisseurs canadiens dans différents domaines, notamment les câbles électriques et optiques souterrains, la remise à neuf d'infrastructures, la construction d'écoles, l'agrandissement et la modernisation des aéroports, les matériaux de construction, la technologie de construction et les structures en béton préfabriqué.

**La réforme soutient la croissance en Thaïlande**

*Après deux années difficiles, l'économie de la Thaïlande est sur la voie de la reprise, avec une progression du PIB de 4 % en 1999. L'économie devrait maintenir son élan en 2000, la plupart des prévisionnistes des secteurs public et privé annonçant une croissance soutenue de plus de 4 %.*

Le gouvernement thaïlandais a utilisé à bon escient le programme du Fonds monétaire international (FMI) pour amorcer des réformes structurelles qui continueront de soutenir la croissance économique. Ces mesures ont également donné des résultats à court terme encourageants, menant à une situation macroéconomique stable :

le taux de change de la monnaie a peu fluctué depuis plus de 18 mois, l'inflation et les taux d'intérêt sont faibles, le chômage est en recul et la production, la consommation et l'investissement sont tous en ascension.

La Thaïlande n'est pas encore complètement « sortie de l'auberge », car le niveau des prêts non performants dans le secteur financier demeure élevé, ce qui fait obstacle à la capacité des banques de financer les investissements. Les observateurs, toutefois, sont convaincus que le pire est passé, notamment à la lumière des éloges internationaux que la Thaïlande a reçues pour ses politiques favorables au marché.

**Débouchés**

**Industrie de l'environnement**

Les besoins de la Thaïlande en technologies de l'environnement sont énormes, devant les effets de l'industrialisation rapide et l'émergence d'une nouvelle conscience environnementale. On estime qu'au cours des cinq ou six prochaines années, les projets d'infrastructures environnementales atteindront 20 milliards \$. Les entreprises canadiennes devraient jeter un regard stratégique du côté de la Thaïlande, notamment dans des secteurs comme le tourisme, les technologies propres, les services conseils et le génie, la lutte contre la pollution atmosphérique, et le traitement des déchets solides et des eaux usées.

**Technologies de l'information et des communications (TIC)**

La Thaïlande accorde une grande importance au développement d'une infrastructure nationale des TIC. Les initiatives à cette fin ont notamment consisté à élargir la Loi sur le droit d'auteur de 1994 et à élaborer un calendrier de privatisation de plusieurs entreprises de télécommunications. Les grands centres urbains du pays ont une infrastructure de TIC bien développée, dont l'expansion constante exige des technologies évoluées provenant de pays comme le Canada, tandis que dans les régions rurales,

**Thaïlande (1999)**

Capitale : Bangkok  
 Population : 61,5 millions  
 Urbanisation : 21 %  
 PIB : 59 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (10 %), industrie (29 %), services (61 %)  
 Total des exportations : 76,6 milliards \$  
 Total des importations : 53,5 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 1 508,2 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 300,5 millions \$

les besoins en services de télécommunications de base demeurent immenses.

Plusieurs entreprises canadiennes du secteur des TIC ont eu du succès en Thaïlande ces derniers mois, notamment dans les domaines de l'enseignement de l'anglais par Internet avec eduverse.com (Vancouver) et des logiciels de gestion d'entreprise et d'analyse d'audit avec ACL Services (Vancouver). De plus, Capital Alliance Group (Vancouver) s'est associé à un important fournisseur thaïlandais de services professionnels en TIC.

### Agriculture, aliments et boissons

La reprise économique en Thaïlande a grandement bénéficié de la remarquable performance des secteurs de la production et de l'exportation agroalimentaires. La poursuite de la reprise fera naître des débouchés pour des aliments et boissons à valeur ajoutée destinés aux marchés de la restauration et de la vente au détail, qui ont été si gravement touchés par la crise. Le débouché le plus intéressant à court terme réside dans le marché de 200 millions \$ visant l'importation d'ingrédients alimentaires pour animaux, pour lequel les droits de douane sur les produits de tourteau de canola et de luzerne ont été réduits de 5 %.

### Pétrole et gaz

Il s'agit d'un secteur important en Thaïlande et pour lequel le Canada a une expérience et un savoir-faire éprouvés. Des débouchés existent dans le secteur du pétrole et du gaz, par exemple dans les services de réparation et de maintenance, la distribution du gaz naturel et les services conseils en contrôle des procédés. Les entreprises canadiennes sont déjà solidement implantées dans ce secteur, avec Cyntech (Calgary) qui a décroché un important contrat visant des systèmes d'ancrage de pipelines, et Canadoil (Béccancour, Qc), qui a investi dans une installation de fabrication de raccords de pipelines.

### Matériel et services d'énergie

Dans ce secteur également, avec le redressement économique et la hausse de la demande, des débouchés résultent de la nécessité d'investir dans des installations de nouvelle génération, ainsi que des plans à long terme visant à privatiser les ressources énergétiques. Il y a aussi un intérêt pour les technologies de production d'électricité à faible coût et les solutions de protection de l'environnement.

### Aérospatiale et défense

La Thaïlande est sur le point de devenir un centre majeur en aérospatiale, et bien que le recul économique récent ait comprimé les budgets, il y a encore d'excellentes occasions à saisir pour les entreprises canadiennes. Le gouvernement thaïlandais et les Forces armées ont encore des besoins à combler en hélicoptères et en simulateurs de vol.

### Infrastructure de transport

La croissance économique rapide de la Thaïlande a exercé une énorme pression sur son infrastructure de soutien, en particulier ses installations de transport, qui exigeront une vaste réfection. Bangkok se dote d'un système de transport en commun de classe mondiale, et un deuxième aéroport international est prévu pour la capitale. Le pays offre donc des débouchés pour les planificateurs, les experts-conseils et les fournisseurs d'équipements canadiens. Par exemple, un contrat de plusieurs centaines de millions de dollars a récemment été accordé à SNC-Lavalin (Vancouver) pour les travaux de voie du projet de métro Blue Line de Bangkok.

## Les Philippines sur la voie de la reprise

*Les perspectives commerciales des entreprises canadiennes aux Philippines sont prometteuses. La croissance devrait être modeste, mais régulière, au cours des quelques années à venir. Le Niño et, dans une moindre mesure, la crise asiatique ont causé un repli de l'économie philippine en 1998 — mais de 0,5 % seulement. La reprise est déjà amorcée, mais la cadence est lente comparativement à des pays comme la Thaïlande.*

La production agricole s'est rétablie, mais certains secteurs, en particulier la construction et le secteur manufacturier, ressentent encore les effets de la crise. Cependant, les exportations, qui ont fourni un important rempart contre la crise, continuent d'afficher une robuste croissance.

À bien des égards, les Philippines en sont aux stades initiaux du développement, une situation qui, en soi, crée des débouchés. Le pays a besoin de nouvelles routes, de réseaux de transport ferroviaire et de communications, et avec la population urbaine en croissance, il lui faut aussi de nouveaux types de technologies alimentaires et environnementales.

Bon nombre de ces débouchés se situent en dehors de la capitale, dans les centres provinciaux, où la croissance dépasse de loin la moyenne nationale.

### Débouchés

#### Technologies de l'information et des communications

Le secteur des équipements de télécommunications a connu une croissance remarquable après la libéralisation du marché en 1995. Maintenant, l'industrie se rationalise et il y a beaucoup de mouvement dans le marché, dans un contexte de capacité téléphonique excédentaire et de concurrence féroce. Les entreprises de télécommunications se réorganisent, redistribuent leurs ressources, déménagent leurs équipements et font de nouveaux investissements. L'intérêt pour le commerce électronique et les services à valeur ajoutée exigera l'expansion et la modernisation des infrastructures de réseau, pour permettre un accès Internet haute vitesse à large bande. De grands joueurs canadiens sont déjà sur le terrain, et il y a place pour d'autres. Par exemple, SR Telecom (Montréal) a récemment décroché un contrat de 145 millions \$ pour fournir et installer des équipements radio à ondes hertziennes pour le Municipal Telephone Project des Philippines.

En vertu de ses engagements dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), le gouvernement des Philippines vient d'abolir les droits de douane sur les ordinateurs, pièces et composants importés, et il existe une solide demande pour ces produits.

#### Automobile

Toujours pour se conformer aux engagements liés à l'OMC, les Philippines prévoient lever l'interdiction visant les importations de voitures d'occasion et l'exigence imposée aux usines d'assemblage de se procurer au moins 40 % des pièces et composants de véhicules auprès de fournisseurs locaux. Il y a un regain d'intérêt de la part des constructeurs d'automobiles et fabricants de pièces de rechange étrangers, comme en témoigne l'ouverture d'une usine d'assemblage Ford en périphérie de Manille en 1999.

#### Philippines (1999)

Capitale : Manille
Population : 75,1 millions
Urbanisation : 57 %
PIB : 94,4 milliards \$
Économie : agriculture (22 %), industrie (32 %), services (46 %)
Total des exportations : 50,8 milliards \$
Total des importations : 44,6 milliards \$
Exportations vers le Canada : 1 043,8 millions \$
Importations provenant du Canada : 294,5 millions \$

**Agriculture, aliments et boissons**

Les Philippins apprécient la nourriture occidentale et représentent donc un excellent marché pour les Canadiens. La demande de produits prêts à manger et de produits de restauration devrait s'accroître avec l'augmentation des revenus et une plus forte présence des femmes sur le marché du travail. Déjà en 1999, des importations records de frites congelées, de soupes et bouillons, de mélanges de farine et de pâtes congelées provenant du Canada ont été enregistrées. La bonne nouvelle concernant la qualité et les prix des produits canadiens se répand, et les possibilités de franchisage progressent rapidement.

Country Style Donuts, une division de Maple Leaf Foods (Toronto), a ouvert son premier comptoir franchisé en 1997 et compte maintenant plus de 20 points de vente dans la région métropolitaine de Manille. D'autres ouvertures sont prévues. Par ailleurs, Beaver-Tails (Ottawa) vient d'ouvrir sa deuxième franchise et prévoit en ouvrir 20 autres au cours des cinq prochaines années. (voir CanadExport, 1<sup>er</sup> mars 2000, p. 18).

L'importance accordée par les Philippines au développement agricole contribuera à renforcer davantage des secteurs comme les reproducteurs et la génétique animale, le porc congelé, les semences, les technologies d'irrigation et le matériel de transformation des aliments. Le marché de produits comme le soja de première qualité et les ingrédients d'aliments de remplacement pour animaux commence à peine à être exploité.

**Industrie de l'environnement**

L'adoption récente d'une loi sur l'assainissement de l'air (Clean Air Act) ouvre des débouchés pour des technologies de lutte contre la pollution visant les sources stationnaires et les véhicules automobiles. On s'attend également à ce que le gouvernement légifère en matière de services d'eau et d'égouts, secteurs dans lesquels les entreprises canadiennes ont déjà des réalisations à leur crédit.

La région de Manille et plusieurs autres grandes villes font face à une crise de gestion de déchets — Manille à elle seule doit dépenser quelque 3,4 milliards \$ d'ici 2015 pour régler ce problème. Il existe également un intérêt considérable pour les technologies d'enfouissement sanitaire.

**Infrastructure de transport**

Le gouvernement envisage de privatiser et de développer ses réseaux de transport ferroviaire publics et s'intéresse aux compé-

tences canadiennes. La Philippine National Railway veut moderniser ses services de banlieue et de la ligne Sud. Le pays part presque à zéro dans ces domaines, de sorte que le potentiel est énorme. Plusieurs aéroports régionaux sont agrandis, à l'instar de l'aéroport international de Manille, ce qui crée des occasions en matière de conception, de construction et de fourniture d'équipements.

**Construction résidentielle**

Le besoin de logements à prix modique a pris l'ampleur d'une crise et constitue l'une des grandes priorités du gouvernement. Celui-ci souhaite construire 1 000 unités de logement par jour et est en quête de technologies de construction novatrices qui sont peu coûteuses et faciles d'application. Une entreprise canadienne compte déjà des commandes importantes et d'autres sont sur le terrain, mais il y a encore de la place.

**Le Vietnam : vers une libéralisation du marché**

*Le Vietnam demeure un pays à économie planifiée dans lequel l'ouverture du marché est limitée. Bien que le gouvernement reconnaisse le besoin de prendre des mesures concrètes pour libéraliser son marché, les responsables favorisent une transition graduelle.*

Ce marché représente un défi, avec son degré élevé de protection tarifaire et non tarifaire. Il souffre aussi d'un déficit du compte courant, d'un sous-développement du secteur financier et d'un accès limité aux monnaies fortes, tous des facteurs qui posent des obstacles aux exportateurs canadiens. C'est pourquoi faire des affaires au Vietnam devrait être considéré comme un projet à long terme. Le pays compte néanmoins une population vaste et jeune qui est très réceptive aux produits étrangers. Il existe un marché pour à peu près tous les types de produits canadiens, dans la mesure où les

conditions de marketing et de financement sont propices.

**Débouchés**

**Ressources naturelles**

Puisqu'il s'agit d'un pays en développement le Vietnam a besoin d'investissements considérables dans ses ressources naturelles. Les priorités du gouvernement sont la production et la transmission d'énergie électrique. Le Vietnam est membre de la Commission du Mékong, au sein de laquelle il collabore avec le Laos, le Cambodge et la Thaïlande pour maximiser les ressources énergétiques du fleuve. Le charbon est une autre source importante d'énergie, tout comme le pétrole et le gaz, et une meilleure technologie permettrait d'en maximiser le potentiel. Des modifications législatives proposées devraient contribuer à améliorer le contexte commercial dans l'industrie minière (charbon, potasse et gîtes minéraux), les forêts (y compris les pâtes et papiers), et le pétrole et le gaz.

**Agriculture, aliments et boissons**

Le secteur agroalimentaire offre un potentiel élevé et réserve une place grandissante aux aliments à valeur ajoutée avec l'augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs. Un potentiel existe dans le domaine des technologies et de la transformation alimentaires, ainsi que dans la reproduction animale.

**Projets, capitaux et services**

Ces secteurs exigent aussi des investissements considérables. Les routes, chemins de fer, ponts et ports doivent être modernisés et il faut construire des maisons, des appartements et des immeubles à bureaux, tous des secteurs offrant des perspectives intéressantes aux entreprises canadiennes.

Malgré le potentiel limité dans l'immédiat, plusieurs entreprises canadiennes ont eu du succès au Vietnam. Applied Gaming Solutions (Calgary) a introduit des loteries en ligne dans le pays; Financière Manuvie (Toronto), en coentreprise avec Chinfo de Taïwan, a été la première entreprise propriétaire étrangère complète à obtenir une licence pour vendre de l'assurance vie; GIT Informatique Inc. (Québec) a décroché un contrat de services conseils pour aider à moderniser le système bancaire; enfin, plusieurs sociétés minières canadiennes s'affairent à des travaux d'exploration minière.

**Vietnam (1999)**

Capitale :	Hanoi
Population :	78,1 millions
Urbanisation :	20 %
PIB :	39,4 milliards \$ (1988)
Économie :	agriculture (28 %), industrie (30 %), services (42 %)
Total des exportations :	13,6 milliards \$
Total des importations :	14,9 milliards \$
Exportations vers le Canada :	194,5 millions \$
Importations provenant du Canada :	47,6 millions \$

## La montée des prix du pétrole alimente la croissance à Brunei

Après avoir connu des difficultés pendant presque deux ans, l'économie de Brunei prend du mieux. Les prévisions gouvernementales annoncent une croissance de près de 1 % cette année, attribuable principalement à la hausse des prix du pétrole. Le secteur pétrolier et gazier domine l'économie de Brunei et sa part du PIB est estimée à 51 %. Brunei est le troisième producteur de pétrole en Asie du Sud-Est et le deuxième producteur de gaz naturel liquéfié au monde.

Le marché de Brunei est relativement petit, mais le revenu par habitant y est parmi les plus élevés au monde; il s'agit donc d'un marché qui devrait retenir l'attention des entreprises canadiennes. Une modernisation rapide est en cours, avec d'importants investissements publics en développement des infrastructures. Dans le cadre de son programme de reprise économique, le gouvernement de Brunei a récemment annoncé son intention de consacrer quelque 200 millions \$ au financement de projets de petite et de moyenne taille.

### Débouchés

Le commerce avec le Canada est peu développé, mais une activité canadienne accrue s'observe dans plusieurs secteurs de Brunei. D'importants débouchés existent dans les secteurs du pétrole et du gaz, de l'environnement et des produits et services technologiques de pointe. Des occasions s'offrent également dans les services financiers, les produits de défense et de sécurité, l'éducation, les forêts, l'agriculture et l'agroalimentaire, et les technologies de l'information et des communications.

Les entreprises canadiennes ont fait des percées considérables dans le secteur des services environnementaux à Brunei. Inland Technologies Inc. (Truro, N.-É.) et Canora Brunei Environment Ltd. (Québec)

ont conclu un accord de coentreprise avec Cathay Scientific Instrument Sdn. Bhd. pour la réalisation d'un programme à long terme de récupération de déchets d'hydrocarbures évalué à plus de 20 millions \$. Jacques Whitford Environment Limited (Dartmouth, N.-É.) et Inland Technologies, en partenariat avec Haji Adinin and Sons of Brunei, ont récemment signé un contrat de plusieurs millions de dollars avec Brunei Shell Petroleum Company Sdn. Bhd. (BSP) pour la récupération de boues d'hydrocarbures et de boues de forage aux installations de production de pétrole brut de BSP.

## La stabilité : facteur clé de la remontée du Cambodge

*En 1999, la stabilité politique du Cambodge a donné son élan à l'expansion économique. La croissance du PIB a rebondi à 4 % et devrait atteindre 5,5 % cette année.*

L'investissement global actuel est d'environ 870 millions \$, dont 580 millions proviennent de sources privées. L'aide étrangère et l'investissement étranger direct financent de 14 % à 15 % du PIB. Le FMI a approuvé un financement sous forme d'une Facilité d'ajustement structurel renforcée d'un montant de 118,3 millions \$ sur trois ans, dont la première tranche, de 17 millions \$, a déjà été versée. Les prêts de la Banque mondiale au Cambodge se chiffrent au total à 109,1 millions \$ pour l'année financière 1999.

### Débouchés

#### Infrastructure de transport

Plus de deux décennies de guerre et de destruction ont causé de graves dégâts au réseau de transport du Cambodge. La modernisation des installations s'est amorcée et offre des occasions d'affaires aux Canadiens.

#### Matériel et services d'énergie

Comblant les besoins énergétiques du Cambodge, notamment de la capitale Phnom Penh, est considéré par le gouvernement comme l'absolue priorité du pays. Un apport accru d'énergie obligera à investir dans des systèmes de production, de transmission et de distribution. À titre de membre de la Commission du Mékong, le Cambodge offre des débouchés aux

### Cambodge

Capitale : Phnom Penh  
 Population : 11,4 millions  
 Urbanisation : 22,5 %  
 PIB : 4,13 milliards \$  
 Économie : agriculture (47 %), industrie (16 %), services (37 %)  
 Total des exportations : 1,3 milliard \$  
 Total des importations : 1,6 milliard \$  
 Exportations vers le Canada : 11,3 millions \$  
 Importations provenant du Canada : 2,1 millions \$

entreprises canadiennes dans les domaines liés à l'exploitation du fleuve. Les firmes canadiennes ont également des occasions d'affaires dans l'exploration et l'exploitation de réserves de pétrole et de gaz dans le golfe de Thaïlande.

#### Industrie de l'environnement

Les abondantes ressources renouvelables et naturelles du Cambodge ont été mises à mal ces dernières années. Le gouvernement a déterminé des domaines cruciaux qui requièrent une attention immédiate : gestion des forêts, préservation de la biodiversité de l'écosystème du Tonlé Sap, et programmes environnementaux côtiers.

Les entreprises canadiennes ont été très actives dans le secteur environnemental cambodgien. Hydro Québec International/ Experco (Montréal) a réalisé une étude de préféabilité pour un projet hydroélectrique sur la rivière Kamchay; Resource Futures International (Ottawa) et Global Environment Consulting (Vancouver) ont reçu une subvention de la BASD pour donner une formation au personnel du ministère de l'Environnement sur la façon d'effectuer des études d'impacts sur l'environnement.

## Lente reprise économique au Laos

*La République démocratique populaire du Laos est l'un des pays les plus pauvres et les moins développés au monde. Régime socialiste à parti unique, le pays demeure largement tributaire des IFI et de l'assistance extérieure d'organisations d'aide internationales et d'agences donatrices.*

Depuis 1985, le Laos tente de s'éloigner d'une économie centralisée et planifiée et de s'orienter davantage vers une économie de marché. Il a amorcé des efforts limités de privatisation tout en faisant la promotion active du commerce international et en maintenant un climat relativement ouvert à l'investissement étranger.

### Brunei (1999)

Capitale : Bandar Seri Begawan  
 Population : 323 600  
 Urbanisation : 71 %  
 PIB : 7,03 milliards \$ (1998)  
 Économie : agriculture (5 %), industrie (46 %), services (49 %)  
 Total des exportations : 2,6 milliards \$  
 Total des importations : 2,4 milliards \$  
 Exportations vers le Canada : 0,956 million \$  
 Importations provenant du Canada : 2,943 millions \$

La crise économique asiatique de 1997 a fait chuter la valeur de la monnaie du Laos, le *kip*, à un dixième de sa valeur antérieure, tandis que l'inflation s'est propulsée dans les trois chiffres. La monnaie demeure extrêmement volatile.

Tandis que les autres économies de la région montrent des signes de reprise, le Laos demeure affligé de graves problèmes macroéconomiques, avec des secteurs financiers et bancaires qui auraient besoin d'une restructuration et d'une réforme en profondeur.

### Débouchés

Malgré la rareté de l'investissement privé, il existe des possibilités pour les entreprises canadiennes dans le cadre de partenariats avec des sources de financement externes comme la Banque mondiale, la BAsD ou l'ACDI. Les soins de santé, les services conseils en environnement, l'énergie hydroélectrique, l'infrastructure de transport, le secteur minier et les projets de développement international sont tous des secteurs qui offrent un potentiel.

### Laos (1999)

Capitale : Vientiane  
 Population : 5,35 millions  
 Urbanisation : 22,5 %  
 PIB : 1,87 milliard \$  
 Économie : agriculture (56 %), industrie (19 %), services (25 %)  
 Total des exportations : 416 millions \$  
 Total des importations : 871,5 millions \$  
 Exportations vers le Canada : 2,9 millions  
 Importations provenant du Canada : 0,030 million \$

### Restrictions au commerce toujours en vigueur pour la Birmanie

Le Canada demeure préoccupé par la piètre situation des droits de la personne en Birmanie. En août 1997, le Canada a retiré à la Birmanie son admissibilité au Tarif de préférence général. Il a en outre placé la Birmanie sur la Liste des pays visés par contrôle, ce qui signifie que toutes les exportations du Canada exigent l'obtention d'un permis d'exportation. Par cette intervention, le Canada se joignait aux États-Unis et à l'Union européenne pour imposer certaines mesures de restriction économique à la Birmanie.

Les entreprises canadiennes qui désirent livrer des produits en Birmanie doivent d'abord faire une demande à la Direction des contrôles à l'exportation du MAECI à Ottawa pour obtenir un permis, lequel ne peut être obtenu actuellement que pour des biens à vocation humanitaire.

Les investissements canadiens en Birmanie ne sont pas interdits, mais ils ne sont ni encouragés ni appuyés par le gouvernement canadien. La monnaie birmane, le *kyat*, est surévaluée de plus de 5 000 %. De valeur fixée officiellement à 6 *kyats* pour 1 dollar américain, elle s'échangeait à 340 *kyats* au dollar sur le marché libre à la fin de 1999.

Pour en savoir plus sur les possibilités de faire des affaires en Birmanie, communiquer avec la Direction de l'Asie du Sud-Est, MAECI, tél. : (613) 944-5378.

### Principaux sites Web

- ◆ Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) : [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)
- ◆ Services InfoExport du MAECI : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) (voir *Ambassades et missions du Canada*)
- ◆ Société pour l'expansion des exportations : [www.edc.ca](http://www.edc.ca)
- ◆ Corporation commerciale canadienne : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)
- ◆ Agence canadienne de développement international - coopération industrielle : <http://acdi-cida.gc.ca/inc>
- ◆ Fondation Asie-Pacifique du Canada : [www.apfc.ca](http://www.apfc.ca) et [www.asiapacific.ca](http://www.asiapacific.ca)

## Contactez les délégués commerciaux principaux du Canada dans les pays suivants :

### Thaïlande

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-66-2) 636-0540  
 Fax : (011-66-2) 636-0568  
 Courriel : [bngkk-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bngkk-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok](http://www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok)

### Malaisie

Haut-Commissariat du Canada  
 Tél. : (011-60-3) 2718 3333  
 Fax : (011-60-3) 2718 3391  
 Courriel : [klnpr-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:klnpr-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/kualalumpur](http://www.dfait-maeci.gc.ca/kualalumpur)

### Singapour

Haut-Commissariat du Canada  
 Tél. : (011-65) 325-3200  
 Fax : (011-65) 325-3294  
 Courriel : [spore-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:spore-td@dfait-maeci.gc.ca)

### Brunei

Haut-Commissariat du Canada  
 Tél. : (011-673-2) 220043  
 Fax : (011-673-2) 220040  
 Courriel : [BSBGN@dfait-maeci.gc.ca](mailto:BSBGN@dfait-maeci.gc.ca)

### Indonésie

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-62-21) 525-0709  
 Fax : (011-62-21) 571-2251  
 Courriel : [jkrt-ta@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jkrt-ta@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/jakarta](http://www.dfait-maeci.gc.ca/jakarta)

### Philippines

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-63-2) 867-0001  
 Téléc. : (011-63-2) 810-1699  
 Courriel : [manil-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:manil-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/manila](http://www.dfait-maeci.gc.ca/manila)

### Vietnam

Hanoi  
 Ambassade du Canada  
 Tél. : (011-84-4) 823-5500  
 Fax : (011-84-4) 823-5351  
 Courriel : [hanoi-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:hanoi-td@dfait-maeci.gc.ca)

### Ho Chi Minh

Consulat général du Canada  
 Tél. : (011-84-8) 824-5025  
 Fax : (011-84-8) 829-4528  
 Courriel : [HOCHI@dfait-maeci.gc.ca](mailto:HOCHI@dfait-maeci.gc.ca)

### Cambodge

Ambassade du Canada  
 Tél. : (011 855 23) 213-470  
 Fax : (011 855 23) 211-389  
 Courriel : [PNMPN@dfait-maeci.gc.ca](mailto:PNMPN@dfait-maeci.gc.ca)

# Réseau industrie-gouvernement pour mieux réussir à l'exportation

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

MAY 10 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE



## DANS CE NUMÉRO

- 2 Accès aux marchés internationaux
- 3 Nouvel exportateur du mois
- 4 États-Unis : le marché de l'entretien d'avions
- 6 Carrefour États-Unis
- 7 Les trucs du métier
- 8 Développer des marchés grâce à la CCC
- 9 Devenir joueur vedette
- 11 La coopération Canada-Chine en technologies
- 12 Occasions d'affaires
- 13 L'exploitation minière en Russie
- 14 Eurosatory 2000
- 15 Foires et missions
- 16 Au calendrier



**L**es délégués d'associations commerciales canadiennes représentant des milliers de membres de tous les secteurs industriels ont relevé le défi lancé par le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, soit de trouver des façons novatrices de collaborer avec le gouvernement du Canada pour multiplier les réussites des exportateurs canadiens.

Les associations se sont réunies dans le cadre du deuxième Symposium des associations nationales sur l'exportation, qui s'est tenu à Ottawa les 6 et 7 avril derniers.



Une partie des délégués au deuxième Symposium des associations nationales sur l'exportation, tenu le mois dernier à Ottawa.

Organisé par le Service des délégués commerciaux (SDC) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), sous le thème « De

bons réseaux pour bien exporter », le symposium et sa foire-info ont offert une excellente tribune à la fois aux associations, qui ont pu échanger des idées sur la façon d'aider leurs membres à mener à bien leurs activités de développement de marchés, et au MAECI, qui a pu présenter l'éventail de ses services à l'exportation. Durant les ateliers de la première journée, les délégués ont eu l'occasion de discuter de divers sujets, notamment la mise au point d'une stratégie d'exportation, les moyens de mesurer les résultats obtenus, les divers mécanismes de promotion, l'importance des partenariats avec d'autres



Le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, s'adresse aux délégués au Symposium.

Voir page 2 - Réseau

## La coopération avec le Japon en pays tiers

Dans la gamme des stratégies de partenariat possibles avec des entreprises japonaises, la coopération dans des pays tiers souffre peut-être d'un manque de visibilité, mais elle peut néanmoins s'avérer fructueuse. Ce concept désigne la collaboration entre des entreprises des deux pays qui cherchent à exploiter des occasions d'affaires dans un pays tiers.

La coopération avec le Japon concerne les cas où une entreprise canadienne obtient le contrat pour la fourniture de biens ou de services particuliers pour un projet qu'une entreprise japonaise réalise dans un pays autre que le sien.

### Les possibilités

La coopération dans des pays tiers peut donner accès aux entreprises canadiennes

Voir page 10 - La coopération

**L**e 5 avril, le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a rendu public le rapport intitulé *Ouverture sur le monde : Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux - 2000*. Ce document définit

plus poussé des thèmes abordés dans le rapport 1999 et qui montrait que les exportations canadiennes de biens et de services avaient atteint un niveau record en 1998, pour la septième année d'affilée.

de continuer à miser sur cette réussite au cours des prochaines années.»

*Ouverture sur le monde* décrit également les résultats accomplis dans ce domaine en 1999 et qui bénéficieront aux entreprises canadiennes. Les sujets abordés vont des objectifs généraux du Canada dans les négociations qui se déroulent au sein de l'Organisation mondiale du commerce jusqu'aux détails de désaccords spécifiques qui surgissent dans nos échanges bilatéraux.

Certains des accords conclus comprennent les pays suivants : la Chine (questions d'accès aux marchés), la Corée (télécommunications), le Chili (accélération de l'élimination des tarifs douaniers), le Japon (matériaux de construction, tomates, services financiers), le Mexique (services par satellite) et la Thaïlande (tourteau de colza canola). Le Canada poursuivra d'autres négociations d'accès aux marchés avec certains de ces pays ainsi qu'avec l'Inde (télécommunications) et l'Indonésie (blé).

Voir page 16 – Accès aux marchés

## Le ministre Pettigrew dévoile le rapport sur l'accès aux marchés internationaux

les priorités du gouvernement dans ses efforts pour faciliter l'accès des exportateurs et des investisseurs canadiens aux marchés étrangers au moyen de toute une série d'initiatives multilatérales, régionales et bilatérales en 2000.

L'édition 2000 représente à la fois une mise à jour et un développement

« Je suis ravi d'annoncer que la tendance s'est poursuivie en 1999 et que le Canada a établi un nouveau record de 410 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation de 11,3 % par rapport à l'an dernier, a déclaré le Ministre. Il est primordial pour notre économie et pour la création d'emplois

## Réseau industrie-gouvernement pour mieux réussir à l'exportation

(Suite de la page 1)

associations commerciales et les avantages du commerce électronique.

En tant que conférencier d'honneur, M. Pettigrew a souligné le rôle d'intermédiaire que peuvent jouer les associations commerciales entre les occasions créées par la politique commerciale du gouvernement, le réseau international du SDC et les exportateurs sur le terrain. Selon lui, la coopération entre l'État et les milieux d'affaires représente la clé du succès à l'exportation. Le Ministre a invité les délégués des associations à recourir d'avantage au Service des délégués commerciaux, soulignant que même si celui-ci continue d'ouvrir des portes sur les marchés internationaux, les associations doivent encourager leurs membres à en profiter et alimenter le réseau en informations sur

leur organisation, pour que les délégués commerciaux puissent dresser un portrait fidèle des ressources canadiennes.

M. Pettigrew a également insisté sur l'importance critique des associations pour donner confiance à leurs membres et leur permettre ainsi de tirer parti de leurs compétences et d'être des concurrents dynamiques sur les marchés mondiaux.

Le symposium, que les délégués ont jugé extrêmement utile pour une deuxième année consécutive, constitue lui-même un exemple de la collaboration permanente entre les secteurs public et privé qui, en bout de ligne, se révèle profitable pour les exportateurs canadiens comme pour leurs ventes à l'étranger. ✪

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Télec. : (613) 992-5791  
Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consultez l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

canadexport

**A**près une dizaine d'années d'existence, **Cyntech Corporation** vient de conclure sa première vente à l'étranger : un contrat de 3,5 millions de dollars américains pour la fourniture de blocs d'ancrage de pipeline à la Thaïlande.

Créée en 1981 comme société de conseils à un seul actionnaire, Cyntech conçoit et fabrique des systèmes d'ancrage de pipeline ultra-perfectionnés pour le contrôle de la flottabilité et elle élabore des solutions pour résoudre les problèmes de stockage. Alors qu'il y a cinq ans, Cyntech était le fournisseur exclusif de **Nova Corporation** (son premier client, acquis depuis par **Trans-Canada Pipelines**), elle est aujourd'hui le principal fabricant de blocs d'ancrage de pipeline au Canada et elle définit les normes dans l'industrie.

### Un bon tuyau

C'est par l'intermédiaire de Nova que le président de Cyntech, M. Neale Johannesson, prit connaissance du projet thaïlandais à l'été de 1998. Nova avait recommandé les produits d'ancrage de Cyntech à la société américaine Bechtel — l'une des plus grosses firmes d'ingénierie, qui enregistre un chiffre d'affaires de plusieurs milliards de dollars et possède 57 bureaux dans le monde — lors de la construction d'un autre pipeline en Thaïlande. Bechtel n'a pas fait appel à Cyntech à ce moment-là mais, grâce à la recommandation de Nova, elle a commencé à lui demander des propositions de prix pour d'autres projets qu'elle soumissionnait.

« Lorsque Bechtel a obtenu le contrat des travaux d'ingénierie pour le pipeline Ratchaburi-Wang Noi en Thaïlande, explique M. Johannesson, elle a exigé les systèmes d'ancrage de Cyntech. » Cyntech a donc négocié directement avec Saipem — une division du Groupe italien ENI — à qui Bechtel avait confié, au nom de l'Administration pétrolière nationale (Petroleum Authority of Thailand), la responsabilité des études techniques, du processus d'acquisition et des travaux de construction. Les négociations ont porté sur la fourniture des systèmes d'ancrage pour ce projet et, en vertu d'un second contrat, sur la fourniture du matériel d'installation et du soutien technique.

On a mis au point les derniers détails

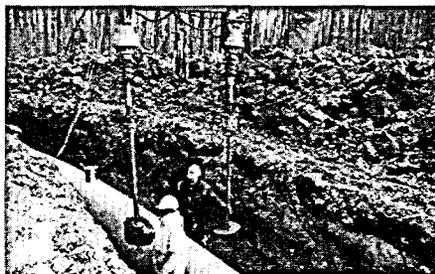
de l'entente en janvier 1999 et les premières livraisons ont eu lieu en juin; Cyntech continuera de fournir du matériel d'installation et un soutien technique à Saipem jusqu'à la fin de l'automne 2000. « Le plus intéres-

tant (par exemple, les garanties d'exécution offertes par la Société pour l'expansion des exportations, qui ont permis à Cyntech de satisfaire aux exigences du client). « Au moment où je négociais les modalités du

*Grâce à un bon tuyau*

# Une entreprise de Calgary se lance en exportation... en Thaïlande

sant dans tout cela, de dire M. Johannesson, c'est que ce projet pourrait être suivi plus tard cette année d'un autre, avec la même société et le même utilisateur final.



*Installation du système d'ancrage d'un pipeline.*

« Nous employons habituellement 12 personnes, mais notre effectif est monté à 25 à l'étape de la production pour le projet thaïlandais, et beaucoup d'emplois ont été créés chez nos fournisseurs et nos sous-traitants. Si notre engagement en Thaïlande se poursuit, nous pourrions maintenir ces emplois de façon permanente. »

### Une entente bien ancrée

M. Johannesson reconnaît que la conclusion de ce contrat à l'étranger s'est faite au terme de nombreux détours, mais en fait elle a exigé un minimum de frais et de risques. « Une seule visite en Italie nous a suffi pour régler tous les détails et signer le contrat. Le reste s'est fait par téléphone, télécopieur ou courrier électronique avec Bechtel et Saipem. »

M. Johannesson souligne par ailleurs que sa société n'aurait pas obtenu le contrat thaïlandais sans l'aide gouvernemen-

tal, je ne connaissais pas les services offerts par le Service des délégués commerciaux (SDC) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, notamment la base de données WIN Exports, grâce à laquelle Cyntech jouit maintenant d'une plus grande visibilité. Mais ces derniers mois, notre entreprise a souvent eu recours aux services très utiles du SDC en Asie et nous avons de bonnes chances d'y obtenir de nouveaux contrats.

« Par exemple, l'agente de commerce M<sup>me</sup> Lies Suroto, a organisé une séance où l'on présentait les produits de Cyntech à une trentaine de gestionnaires et d'ingénieurs de PGN en Indonésie. En Malaisie, le délégué commercial principal du Canada, M. Ottfried Von Finckenstein, est en train d'organiser une réunion de haut niveau avec des représentants de Petronas, la société pétrolière d'État, et il a organisé une réunion avec Technip. »

En outre, le Centre du commerce international de Calgary, par l'intermédiaire de la déléguée commerciale principale, M<sup>me</sup> Jesse Hislop (qui était déléguée commerciale principale à Milan, en Italie), a fourni une aide précieuse à Cyntech et, en particulier, lui a donné de nombreux conseils durant les négociations avec Saipem.

Selon M. Johannesson, le fait qu'une grande entreprise canadienne fasse la promotion des produits ou des services d'une petite entreprise auprès de ses partenaires étrangers peut représenter une aide inestimable pour une petite

*Voir page 9 - Cyntech*

**LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA** *Au service des entreprises canadiennes*

# ÉTATS-UNIS

## Le Service des délégués commerciaux du Canada

aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois; ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 600 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



## Le marché de réparation

Le marché américain de l'aéronautique est le plus important au monde. Environ 40 % des activités d'entretien, de réparation et de révision (ERR) aux États-Unis sont groupées dans le sud-est du pays. Cette région est donc un des marchés les plus lucratifs dans le domaine de l'ERR. En effet, en raison des flottes vieillissantes, du renforcement de la réglementation de la Federal Aviation Administration (FAA), du souci d'économie croissant de la part du département américain de la Défense, et de la tendance croissante à l'importation chez les sociétés américaines d'ERR surchargées, les occasions abondent pour les sociétés canadiennes d'ERR.

### Entretien et inspection d'avions

En 1998, le marché de l'entretien des avions dans le sud-est des États-Unis totalisait environ 2,6 milliards \$. La société Boeing estime à environ 2 000 le nombre d'avions américains construits il y a plus de vingt ans, la plupart étant des modèles Boeing 720/100/200. L'augmentation du nombre d'appareils vieillissants donne lieu à un autre marché à créneaux, en raison de la hausse du nombre d'inspections requises pour les maintenir en service.

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

### LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie de l'aérospatiale et de la défense aux États-Unis



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Entretien, de la la révision d'avions

## Information en ons-cargos

On remarque une croissance dans le marché mondial de la transformation en avions-cargos, qui rapporte 50 millions \$ annuellement. D'ici 2017, on prévoit que la demande en avions-cargos, neufs et transformés, atteindra les 2 050 environ. Au cours des vingt prochaines années, on attend à ce que quelque 70 % des aéronefs ajoutés à la flotte de avions soient des appareils convertis, c'est-à-dire qu'ils auront précédemment servi comme avions de passagers seulement ou mixtes.

## Remotorisation et modernisation des moteurs

Dans le sud-est des États-Unis, on consacre annuellement environ 2,4 milliards \$ à l'entretien des moteurs. Bien que le délai du chapitre 3 en matière de bruit soit venu à échéance récemment, une législation exigeant que tous les appareils américains respectent les normes en matière de bruit du chapitre 4 est en instance. Les forces aériennes américaines procéderaient par ailleurs à la remotorisation de leurs bombardiers B-52H, de leurs AWACS E-3A, de leurs JSTARS E-8 et de leurs appareils de transport C-5.



## Transporteurs régionaux

Le transport aérien régional représente l'un des segments du marché du voyage américain qui connaissent la croissance la plus

rapide. Les transporteurs aériens régionaux américains exploitent plus de 2 200 appareils à réaction et à turbopropulseurs, et la FAA prévoit que ce nombre atteindra 3 000 d'ici 2009. Le secteur de l'entretien de transporteurs régionaux américains offre donc d'importants débouchés pour les sociétés canadiennes spécialisées dans l'ERR.

## Modernisation des éléments d'avionique

On s'emploie activement à moderniser les postes de pilotage de tous les aéronefs américains. Des débouchés s'offrent donc pour les fournisseurs de systèmes de surveillance du trafic et d'évitement des collisions (TCAS), de systèmes de positionnement global NAVSTAR (GPS), de systèmes d'affichage des paramètres réacteurs, de mise en garde et d'alerte (EICAS), de systèmes de gestion de vol (SGV), de dispositifs avertisseurs de proximité du sol (GPWS), de visualisation tête haute (HUD), et de réduction des minimums d'espacement vertical (RVSM).

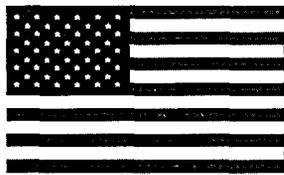
## Tendances

Les sociétés canadiennes d'ERR sont en bonne position pour tirer parti de l'impartition, à laquelle recourent de plus en plus d'exploitants d'aéronefs américains. De plus, on prévoit une hausse impor-

tante des activités d'ERR dans le sud des États-Unis en raison de la mise en œuvre, par la FAA, d'un certain nombre de règlements en matière de sécurité, et de normes environnementales et en matière de bruit. La FAA a récemment imposé une nouvelle réglementation exigeant l'installation d'équipement de détection des incendies et de lutte contre ceux-ci dans les soutes de classe D de tous les aéronefs commerciaux, et la modification des réservoirs centraux d'essence des Boeing 737.

## Vous entrevoyez des possibilités ?

Pour en connaître davantage au sujet des débouchés dans le marché du sud-est des États-Unis, veuillez consulter *Le marché de l'entretien, de la réparation et de la révision des aéronefs dans le sud-est des États-Unis*, un document exhaustif préparé par le consulat général du Canada à Atlanta et le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux. Ce rapport se trouve à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## Réseautage dans l'aérospatiale

Trente-six sociétés et organisations canadiennes du secteur de l'aérospatiale se sont rendues à Seattle en mars pour participer à une initiative de réseautage très fructueuse à laquelle participaient 60 entreprises de l'État de Washington. Organisé par le consulat général du Canada à Seattle, de concert avec la Washington Aerospace Alliance (WAA), l'Aerospace Industry Association of British Columbia, l'Alberta Aerospace Association (AbAA) et le ministère du Développement économique de l'Alberta, l'événement a offert aux entreprises de la Colombie-Britannique, de l'Alberta et de l'État de Washington une occasion unique de se rencontrer et de nouer de nouvelles relations d'affaires afin de définir des intérêts communs ou complémentaires, et d'étudier les possibilités de partenariat.

Le discours d'orientation de la réunion, prononcé par M. Phil Clifford, consultant en gestion de la qualité, portait sur le nouveau système qualité de Boeing. Les entreprises de part et d'autre de la frontière ont trouvé cette information utile, car ce système aura une incidence non seulement sur les fournisseurs immédiats de Boeing, mais sur d'autres sociétés en aval dans la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises dont le nom figure dans le

rapport intitulé *Fournisseurs de premier niveau de Boeing dans l'État de Washington* (voir l'encadré) étaient des points de

Le rapport intitulé *Fournisseurs de premier niveau de Boeing dans l'État de Washington* contient le nom des fournisseurs de cette société susceptibles de confier du travail en sous-traitance à des entreprises canadiennes. On peut consulter ce rapport au site Web du consulat général du Canada à Seattle à l'adresse [www.canadian.consulate-seattle.org/BUSDEV/CONTENTS.HTM](http://www.canadian.consulate-seattle.org/BUSDEV/CONTENTS.HTM) #Contenu ou s'en procurer un exemplaire en s'adressant à M<sup>me</sup> Kathryn Burkell au consulat, tél. : (206) 770-4078.

contact particulièrement utiles aux Canadiens. Les entreprises canadiennes ont aussi visité les locaux de Fatigue Technology Inc., une société qui se spécialise dans la résistance des matériaux à la fatigue pour l'industrie aérospatiale.

Puis les participants ont assisté à l'assemblée générale annuelle de la Washington Aerospace Alliance. M. Roger Simmons, consul général du Canada à Seattle, a parlé des relations entre le Canada et les États-Unis et de la nécessité de travailler en coopération de part et d'autre de la frontière; ensuite, M. Sam Whyte, directeur de l'approvisionnement chez Boeing, a exposé la nouvelle politique d'achat de cette société.

Toutes les associations qui ont contribué à l'organisation de cette journée ont indiqué qu'elles souhaitaient poursuivre le travail amorcé à Seattle; elles ont donc invité les entreprises de l'État de Washington à participer aux assemblées générales de l'Aerospace Industry Association of British Columbia et de l'AbAA (le mois dernier et celui-ci), et elles ont encouragé les entreprises canadiennes à participer aux événements qu'organisera la WAA de cette année et à assister au salon *Aerospace North America*, qui doit se dérouler à Seattle en septembre 2001. De leur côté, les participants ont exprimé une très grande satisfaction par rapport à l'initiative du 9 mars.

L'un d'entre eux a tenu les propos suivants : « J'ai trouvé la conférence très utile. J'en ai rapporté quelques nouveaux contacts, deux idées excellentes, trois occasions d'affaires des plus intéressantes... et qui sait où cela nous mènera? » \*

## Événements à venir

Joint Propulsion Conference & Exhibit, 17-19 juillet 2000, Huntsville (Alabama)  
Conférence-exposition permettant à votre entreprise de se faire connaître à plus de

1 500 scientifiques, ingénieurs, directeurs de programme et décideurs éminents des organisations des secteurs public et privé, au niveau national ou international. Elle traitera tous les aspects de ce domaine, notamment : propulsion par  
Voir page 7 – Événements

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**I**nternational Custom Products Inc. (ICP) a découvert que pour une entreprise qui fait des points de piqure sa spécialité, la présence aux salons professionnels est le moyen de dénicher un créneau pour sa vaste gamme de produits.

*Piqure pour les salons américains*

# Une société de Scarborough vend parachutes et autres produits piqués

Peu de temps après son démarrage il y a 15 ans, ICP a vite trouvé le chemin des salons professionnels.

## Un salon mène à un autre

« ARMEC est le premier salon où nous avons exposé; c'était il y a 12 ans, à Ottawa », se souvient M. Bob Harper, le président d'ICP. « Nous y avons rencontré des représentants du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), qui nous ont invités à SUBCON, un salon qui se tenait à Toronto et était conçu pour attirer les sous-traitants américains. « Outre le fait d'y rencontrer des

clients éventuels, nous avons découvert que le salon adapté à nos deux principales activités — les parachutes et les produits piqués issus de la technologie et destinés au marché de l'aérospatiale et de la défense — était le **Technical and Business**

**Exhibition Symposium (TABES)** qui a lieu chaque année à Huntsville (Alabama).»

Depuis, ICP ne manque jamais le TABES — « nous y serons le mois prochain », souligne M. Harper —, et c'est là que la société a rencontré M. John Alexander, agent de commerce au consulat général du Canada à Atlanta. « M. Alexander a été formidable durant toutes ces années, explique M. Harper. Il nous a aidés à établir notre réseau et nous a présentés à de nouveaux clients. Notre présence à ce salon se traduit immédiatement par 12 à 14 millions de dollars de chiffre d'affaires potentiel avec de nouveaux clients; c'est ce qui nous a



aidés à développer nos activités et à porter notre effectif de 3 à 125 personnes.»

De tels contacts ont permis à l'entreprise de vendre ses produits (des parachutes personnalisés aux ralentisseurs d'air dynamiques en passant par lesallettes de transport souples pour l'instrumentation technique) à d'importants clients américains, dont General Dynamics, Alliant Techsystems, GenCorp Aerojet et Lockheed Martin.

## Une gamme de produits diversifiée

Mais ICP a bien d'autres produits uniques dans sa manche.

« Nous exportons au Mexique des produits destinés à l'industrie automobile, des étuis pour les crics de voitures, dit

M. Harper, à la cadence de 10 000 par semaine ». Parmi les autres produits piqués sur spécifications qu'ICP exporte aux États-Unis, on trouve divers étuis souples, des boîtes à échantillons (sacs à chaussures qu'utilisent les représentants),

des sacs d'aspirateurs pour Kirby et, pour HMI Industries Inc., des sacs à accessoires dont se servent les vendeurs d'aspirateurs au cours de leurs démonstrations. (Ces deux dernières entreprises sont établies en Ohio.)

Comment ICP trouve-t-elle ses clients?

« Encore une fois, en faisant la tournée des salons professionnels, dit M. Harper. Nous établissons de nombreux contacts dans les salons industriels, où nous pou-

*Voir page 8 – Pour ICP*

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA au site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

## Événements à venir

*(Suite de la page 6)*

fusée, concepts pour véhicule et technologies de propulsion correspondantes, propulsion aérobie, composants et systèmes énergétiques, technologie des composants et méthodes d'analyse, formation en propulsion.

**Pour plus d'information**, communiquer avec M<sup>me</sup> Mary Louise Goodie, agente de commerce, consulat général du Canada à Atlanta, tél.: (404) 532-2020, courriel: [mary.goodie@dfait-maeci.gc.ca](mailto:mary.goodie@dfait-maeci.gc.ca)

Commerce électronique et sécurité de l'information, 2 jours, Octobre 2000, Ambassade du Canada, Washington (D.C.)

Des entreprises canadiennes feront en matinée de brefs exposés devant des représentants des secteurs public et privé des États-Unis; puis déjeuner-exposition. Jour 1 : commerce électronique; jour 2 : sécurité de l'information.

**Pour plus d'information**, communiquer avec M. Gerard Brathwaite-Sturgeon (commerce électronique), tél.: (202) 682-7746, courriel: [gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca) avec M. Richard Malloy (sécurité de l'information), tél.: (202) 682-7744, courriel: [richard.malloy@dfait-maeci.gc.ca](mailto:richard.malloy@dfait-maeci.gc.ca) ✱

**U**n exportateur en plein essor profite de l'accès au crédit de préfinancement pour effectuer des ventes à l'échelle mondiale.

Tout allait bien pour **Hankin Atlas Ozone Limited** fin 1997, à part un petit problème.

# Hankin Ozone

## développe des marchés grâce à la CCC

On portait un intérêt croissant à ses postes de purification de l'eau par ozonation, et la société avait conclu plusieurs ventes à l'exportation. Après avoir déployé des efforts pour pénétrer le marché des Émirats arabes unis, Hankin avait presque signé une série de quatre contrats destinés à l'aéroport international de Dubaï.

La transaction s'élevait à un montant total de 1,2 million de dollars, commande importante pour Hankin qui emploie 16 personnes réparties entre ses installations de Toronto et de Calgary.

Favorablement impressionné par la technologie et les réalisations de la société, l'acheteur voulait utiliser le système de

purification de l'eau de Hankin pour équiper l'énorme circuit de climatisation de l'aéroport de Dubaï. Le problème résidait dans les modalités de règlement. L'accord stipulait qu'il n'y aurait aucun acompte et que le règlement se ferait par lettre de crédit à 60 jours et sur « appro-

bation avant le départ ». Or, pour exécuter la commande, Hankin avait besoin de renforcer son fonds de roulement.

« Hankin, qui avait déjà eu recours à nos services de préfinancement, a proposé cette solution à son banquier », dit M. Donald Olsen, de la CCC. « Nous avons travaillé avec M. Doug Raynor, de la CIBC, à Toronto, et accordé une marge de crédit renouvelable de 750 000 \$ au titre du Programme de paiements progressifs (PPP). Nous avons également suggéré à Hankin de faire escompter la lettre de crédit, ce qui revenait moins cher que d'attendre 60 jours pour être payé. »

Voir page 13 - Hankin

## LA CCC

### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

**Pour plus de renseignements,**  
s'adresser à la CCC, tél. : (613) 996-0034,  
télé. : (613) 995-2121, courriel :  
info@ccc.ca internet : www.ccc.ca

## Pour ICP, l'affaire est dans le sac (Suite de la page 7)

vons déterminer les besoins des clients et voir quels produits et services de notre gamme correspondent à ces créneaux. »

### La visibilité, gage de succès

M. Harper a acquis une certitude de son expérience variée du marché américain : la visibilité est essentielle : « Vous pouvez avoir d'excellentes capacités dans votre secteur d'activité, mais si vous ne vous montrez pas et que vous ne faites pas connaître vos services, cela ne sert à rien. Il est surprenant de voir le nombre de contacts que les salons peuvent générer à condition qu'on sache les choisir et en tirer parti. L'internet aussi est un impératif : toutes les entreprises devraient avoir leur site internet, ajoute-t-il, réalisé par des professionnels, parce qu'il doit faire bonne impression et être représentatif des services qu'elles proposent ».

M. Harper pense en outre qu'il est nécessaire que davantage de sociétés canadiennes adoptent une attitude positive. Il parle en connaissance de cause. Parce que son entreprise est inscrite dans WIN Exports (voir encadré au bas de la page 9), la banque de données du MAECI, il a reçu un appel de l'ambassade du Canada au Chili à qui l'armée chilienne avait demandé des noms de fournisseurs d'abris pour chars d'assaut. « L'ambassade a télécopié sa demande à 25 sociétés canadiennes, indique-t-il, mais n'a reçu que deux réponses : la première était négative, alors que nous avons dit oui. Cela nous a valu un contrat de 3 millions de dollars ».

Autre conseil : tirer parti des services du gouvernement. « Chaque fois que nous nous rendons aux États-Unis, nous appelons le consulat du Canada le plus proche; et dans d'autres pays comme le

Chili et le Mexique, où nous sommes très présents, nous appelons nos ambassades. Les délégués commerciaux et agents de commerce mettront tout en œuvre pour vous aider mais, rappelle-t-il, encore faut-il les tenir informés de ce que l'on fait et de ce que l'on recherche ».

ICP profite également du précieux concours de la Société pour l'expansion des exportations (SEE). « La SEE assure nos comptes clients pour toutes nos expéditions admissibles destinées à l'exportation », précise avec satisfaction M. Harper. Sa société réalise actuellement plus de 55 % de son chiffre d'affaires à l'exportation, et ce pourcentage est en croissance.

**Pour plus de renseignements** sur International Custom Products Inc. et sa vaste gamme de produits, communiquer avec le président de la société, M. Bob Harper, tél. : (416) 285-4311, téléc. : (416) 285-7329 internet : www.icpinc.com

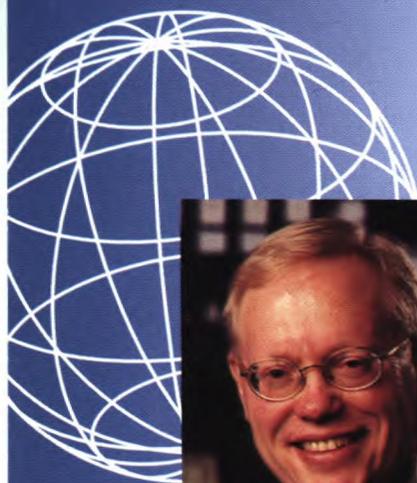


Corporation  
Commerciale  
Canadienne

Le Canada  
un allié puissant  
pour vos exportations

Canada 

## Un organisme de vente à l'exportation unique



Douglas Patriquin  
Président

La Corporation commerciale canadienne a pour domaine d'activité la vente à l'exportation. Elle s'appuie sur son statut d'organisme gouvernemental pour signer des contrats de vente au nom d'exportateurs canadiens et met toute la puissance du Canada au service des ventes à l'exportation en garantissant que les conditions de l'entente seront remplies intégralement et de manière satisfaisante. En 1999-2000, nous avons aidé les exportateurs canadiens à conclure des ventes d'une valeur de plus de 1,1 milliard de dollars dans quelque 40 pays — du jamais vu.

Pourtant, on me demande encore fréquemment : « Que fait au juste la CCC? » Habituellement, ma réponse ressemble à ceci : la CCC aide les exportateurs à avoir accès aux occasions d'affaires et à réaliser des ventes auprès des gouvernements dans le monde entier, en particulier aux États-Unis. Nous nous spécialisons dans l'aérospatiale et la défense, mais nous réalisons de plus en plus de ventes dans une gamme de secteurs qui s'élargit sans cesse, et ce, non seulement aux États-Unis.

Nous connaissons les marchés gouvernementaux et la manière de réaliser des contrats, et nous mettons ces connaissances à profit pour aider les entreprises à obtenir des contrats de vente lucratifs.

Nous aidons également les petites entreprises à avoir accès aux sources commerciales de préfinancement des ventes à l'exportation, repérons des projets et proposons des clients. Nous sommes aussi en mesure de réunir diverses parties de façon bien spéciale en plaçant un projet sous la bannière canadienne, ce qui le rend plus crédible et facile à vendre sur les marchés d'exportation.

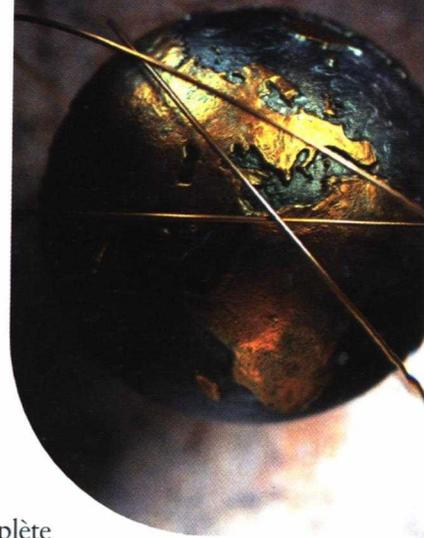
Au cours des trois dernières années cependant, nous nous sommes engagés de plus en plus à aider les petites et moyennes entreprises (PME) afin qu'elles obtiennent des contrats sur les marchés étrangers. Nous travaillons avec plus d'entreprises sur un nombre croissant de marchés et planifions être deux fois plus présents au cours des cinq prochaines années. Nous serons à la recherche de partenaires des secteurs public et privé capables de fournir de nouvelles sources de capital de risque, ce qui nous permettra de collaborer à un plus grand nombre d'ententes et de permettre à davantage d'entreprises canadiennes d'accroître leur part des marchés publics à l'échelle mondiale — un marché dont la valeur s'élève à 5,3 billions de dollars.

Nous mettons à contribution les compétences uniques que nous avons acquises et sommes à la recherche de nouveaux débouchés pour les exportateurs canadiens, notamment dans les secteurs de l'électronique militaire, des technologies de l'environnement, des projets d'immobilisations ainsi du matériel de transport et de production d'électricité.

Le nouveau millénaire sera riche en occasions d'affaires pour les exportateurs canadiens, en particulier dans les industries du savoir et de la technologie, dont la croissance est rapide. Nous voulons être présents pour ouvrir des portes et réaliser des ventes.

Depuis plus d'un demi-siècle, nous avons aidé des milliers d'entreprises canadiennes à profiter des avantages du commerce international. Nous sommes bien décidés à accomplir plus encore au cours des 50 prochaines années. Beaucoup plus encore.

# Aider les exportateurs canadiens à réaliser des ventes dans le monde entier



**L**a CCC aide les exportateurs canadiens à réaliser des ventes sur les marchés public et privé du monde entier, et ce, grâce à une garantie exclusive du gouvernement qui couvre l'exécution du contrat.

Détenue en propriété exclusive par le gouvernement du Canada, la CCC est un organisme de vente à l'exportation qui accroît la capacité des entreprises canadiennes d'effectuer des ventes à l'exportation assorties de modalités plus favorables. Depuis 1946, la CCC a aidé des milliers d'entreprises canadiennes à vendre, dans plus de 100 pays, un vaste éventail de produits et services d'une valeur de plus de 25 milliards de dollars.

## Au service des exportateurs canadiens

La CCC offre une gamme complète de services, allant du repérage d'occasions d'affaires à l'évaluation de projets en passant par la préparation de soumissions et de propositions. La Corporation agit aussi en qualité d'entrepreneur principal, négocie et administre des contrats et organise l'obtention de crédit avant expédition pour les ventes à l'exportation.

## Assistance aux acheteurs étrangers

La CCC aide les acheteurs étrangers à trouver des sources d'approvisionnement au Canada. Elle peut faire office d'entrepreneur principal auprès des acheteurs étrangers désireux d'obtenir des produits et services canadiens, que ce soit par l'entremise de contrats à fournisseur unique ou de soumissions.

## Contrats cautionnés par le gouvernement

Les garanties d'exécution de contrats de la CCC endossées par le gouvernement permettent fréquemment aux exportateurs canadiens d'obtenir des modalités plus favorables, y compris la dispense de cautionnement d'exécution, l'obtention de paiement anticipé de même que de meilleures modalités pour les projets.

## Ventes au gouvernement américain

La CCC se spécialise dans les ventes aux gouvernements étrangers et aux organisations internationales, en particulier dans les secteurs de l'aérospatiale et de la défense. Elle est aussi responsable de l'exécution de l'Accord sur le partage de la production de défense entre le Canada et les États-Unis. En vertu de cet accord, les sociétés canadiennes obtiennent un accès direct au département américain de la Défense, l'un des plus grands acheteurs de produits et services au monde. Les fournisseurs canadiens qui vendent pour plus de 100 000 \$ de produits et services au Département sont tenus d'utiliser les services de la CCC.

**L'union  
fait la force**



Équipe Canada inc. • Team Canada Inc

Partie intégrante d'Équipe Canada inc, la CCC complète les activités de financement et d'assurance à l'exportation de la Société pour l'expansion des exportations, ainsi que les activités de renseignements commerciaux et de promotion du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'autres ministères et organismes fédéraux.

## À l'oeuvre sur le Web

Quand l'entreprise montréalaise Clickon Technologies a entrepris de fusionner son expertise commerciale et technique pour exploiter le nouveau médium qu'était Internet, les clients ont rapidement été au rendez-vous. Très tôt, Clickon a remporté des prix internationaux pour ses sites Web. Et lorsque l'ALENA a demandé des soumissions pour la conception, la création et l'hébergement de son site Web pour les douanes, la CCC a en informé Clickon, qui a remporté l'appel d'offres.

*« Non seulement la CCC nous a conduits au contrat de l'ALENA, mais elle est aussi restée à nos côtés tout au long du projet. Ce sont des spécialistes en exportation. Ils nous ont aidés à répondre aux questions des clients et à gérer tous les aspects juridiques. En fait, la CCC a été un gestionnaire de projet pour nous. »*

**Albert Zaccour**, président  
Clickon Technologies



## Nous offrons les services dont vous avez besoin pour réussir

Dans le cadre de son travail de repérage, d'exécution et d'administration de contrats de ventes à l'exportation, la CCC offre divers services aux entreprises canadiennes :

- La CCC agit à titre de premier mandataire pour les contrats d'approvisionnement importants où des exportateurs canadiens vendent au département américain de la Défense et à la NASA dans le cadre d'accords officiels signés par le gouvernement du Canada.
- En sa qualité d'organisme de vente à l'exportation, la CCC participe à toutes les étapes des ventes, y compris à l'évaluation des projets, à la préparation des soumissions, à la négociation des ventes et à la gestion des contrats.
- La CCC joue le rôle d'entrepreneur principal dans la vente de biens et services canadiens à la demande des exportateurs canadiens et de leurs clients étrangers.
- La CCC repère les occasions d'affaires, particulièrement celles offertes par le gouvernement fédéral des États-Unis. Ces occasions sont ensuite transmises aux entreprises canadiennes qualifiées inscrites auprès de la Corporation.
- La CCC facilite l'accès des PME aux sources commerciales de préfinancement des ventes à l'exportation par le biais du Programme de paiements progressifs.
- La CCC fournit, sur demande, des services d'analyse et de gestion du risque des contrats à l'exportation.

## Vendre sur la scène internationale

Grâce à la CCC, des milliers d'entreprises canadiennes ont vendu à des acheteurs de presque tous les marchés du monde, de l'Argentine à la Zambie. Ces ventes se rapportaient à l'industrie manufacturière et des systèmes, aux domaines des véhicules, du transport ferroviaire et maritime, des technologies médicales et de l'environnement, ainsi qu'aux secteurs de la construction, de l'alimentation, de l'élevage des technologies de pointe, des services professionnels et de la formation.

## Préfinancement

Depuis 1995, la CCC a aidé plus 100 petites entreprises canadiennes à obtenir du préfinancement d'une valeur de plus de 300 millions de dollars. La CCC travaille de concert avec les PME pour faciliter l'accès à du préfinancement aux ventes à l'exportation grâce à des ententes conclues avec 17 banques et institutions financières du Canada.

**Lorsque la CCC participe à une vente, elle évalue le risque associé à l'acheteur et à l'exportateur, prépare la soumission, aide à négocier la vente, gère le contrat, garantit l'exécution et règle les détails du paiement selon les modalités négociées.**

CE QUE LA CCC PEUT FAIRE POUR VOUS

## Vendre aux gouvernements

**E**n tant qu'organisme gouvernemental qui se spécialise dans les ventes à l'exportation aux gouvernements et aux organisations internationales, la Corporation commerciale canadienne apporte une expertise unique. Bien que ces marchés soient plus ouverts que jamais, ils peuvent néanmoins s'avérer encore difficiles d'accès pour de nombreux exportateurs. La CCC fournit en un guichet unique des connaissances sur les systèmes et la réglementation des marchés publics, des conseils pratiques et l'expérience concrète dont les exportateurs ont besoin pour réussir.

**Les services de la CCC aident les sociétés canadiennes à accroître leur part des marchés publics à l'échelle mondiale — un marché dont la valeur s'élève à 5,3 billions de dollars.**

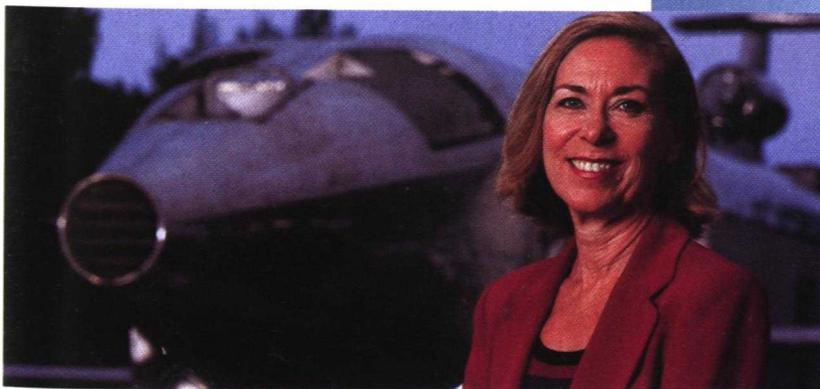
La CCC joue un rôle unique en facilitant les ventes sur les marchés américains de la défense et de l'aérospatiale par le biais d'accords officiels signés par le gouvernement du Canada, dont l'Accord sur le partage de la production de défense. La Corporation participe également aux achats effectués au Canada par les organisations et institutions financières internationales telles que les Nations Unies et la Banque mondiale.

### Départ canon pour les ventes à l'exportation

Pro-Safe Fire Training Systems Inc. a commencé à fabriquer ses unités de simulation d'incendies destinées à la vente après avoir reçu de nombreuses demandes de clients qui avaient vu ces systèmes en action. Lorsque le ministère de la Défense nationale a acquis une unité pour sa base d'Esquimalt (C.-B.) le nom de Pro-Safe a été communiqué à la CCC. Depuis, la trajectoire phénoménale empruntée par les ventes de cette entreprise est maintenant bien connue. Des marchés appuyés par la CCC et conclus avec des clients tels que la Marine et la Garde nationale aérienne des États-Unis ont décuplé le chiffre d'affaires de l'entreprise de Parry Sound (Ontario) depuis quelques années... et le meilleur reste à venir.

« La CCC est un véritable filet de sécurité pour nous et nos banquiers. Elle nous procure aussi une plus grande crédibilité auprès des acheteurs étrangers. Son appui nous a permis de passer de la production d'un système valant 20 000 \$ à la fabrication d'un système d'une valeur de 750 000 \$. Résultat : des ventes de plusieurs millions de dollars à la Marine et à l'Armée de l'air des États-Unis. »

**Henriette Martinitz,**  
présidente-directrice générale  
Pro-Safe Fire Training Systems Inc.





## Le Service de jumelage des soumissions crée des débouchés

La CCC a étendu son Service de jumelage des soumissions pour appuyer les exportateurs canadiens qui entrent sur le marché américain, en particulier les PME. Chaque jour, la Corporation repère de 200 à 400 occasions d'affaires avec le gouvernement fédéral américain pour lesquelles les entreprises canadiennes peuvent soumissionner. Chaque année, la CCC a accès à environ 140 000 offres de marchés provenant de plus de 450 ministères et organismes du gouvernement fédéral américain. La CCC analyse ces offres et seules celles pour lesquelles la participation canadienne est acceptée sont affichées sur le

Système électronique d'appels d'offres du gouvernement du Canada (MERX) et sur le site Web U.S. Opportunities (relié à la page d'accueil de la CCC).

La CCC jumelle les occasions d'affaires et les capacités des entreprises qui se sont inscrites auprès de la Corporation. Plus de 65 jumelages sont réalisés chaque jour pour être ensuite transmis à des entreprises canadiennes, qui peuvent alors décider si elles veulent donner suite à ces offres. L'an dernier, 13 500 avis ont été envoyés à 1 500 entreprises et ont généré des soumissions d'une valeur de 616 millions de dollars sur le marché du gouvernement fédéral des États-Unis. Il en est résulté des ventes de 161 millions de dollars conclues par l'entremise de la CCC.

## Des ventes d'une valeur de 2,5 millions de dollars dans le monde entier



Les importantes ventes de véhicules blindés légers (VBL), fabriqués à London (Ontario) par la Division Diesel de GM Canada, mettent bien en évidence la réputation dont bénéficie l'industrie canadienne de la défense sur la scène internationale ainsi que le rôle crucial qu'y joue la CCC. Les VBL — qui sont fabriqués par la General Motors et vendus par l'entremise de la CCC — ont servi au Koweït, au Kosovo et, plus récemment, en Indonésie, où les gardiens de la paix australiens les ont utilisés pour débarquer au Timor-Oriental. Grâce à l'intervention déterminante de la CCC, qui offre une garantie d'exécution pour chaque marché conclu, les ventes de VBL réalisées à l'étranger depuis 1981 ont atteint plus de 2,5 milliards de dollars américains.

*« La General Motors a des visées mondiales pour ses VBL, et nous exportons les deux tiers de notre production. Il y a déjà longtemps que nous travaillons en étroite collaboration avec la CCC, ce qui nous permet d'offrir à nos clients étrangers la possibilité de traiter de gouvernement à gouvernement. Les acheteurs des VBL ont non seulement la garantie de la General Motors, mais aussi la garantie du gouvernement du Canada par l'entremise de la CCC. »*

**Ken Yamashita**

*Directeur, Relations gouvernementales et retombées industrielles  
Division Diesel, General Motors du Canada Limitée*

## Élaborer une stratégie d'exportation fructueuse



Tri-Star Industries Limited a fait depuis longtemps ses preuves dans le monde entier en vendant ses ambulances adaptées au gré des besoins de ses clients. L'entreprise de Yarmouth (Nouvelle-Écosse) a eu recours aux services de la CCC pour la première fois il y a huit ans afin d'obtenir de meilleures modalités de paiement dans le cadre d'un contrat avec le Service national de santé de Grande-Bretagne. Depuis,

Tri-Star a formé des partenariats avec la CCC afin de réaliser des ventes avec des organismes gouvernementaux de Turquie, de Finlande, de Cuba et de Trinité-et-Tobago. Pour ses projets récents, Tri-Star a bonifié sa gamme de produits en élaborant divers services liés au secteur des soins ambulanciers (dotation, formation et matériel médical) qu'elle offre en plus de ses ambulances conçues sur mesure.

*« La CCC fait partie intégrante de notre stratégie d'exportation. Nos clients obtiennent auprès d'elle des garanties d'exécution des contrats et s'épargnent des frais bancaires et de cautionnement de soumission. Nous avons travaillé avec la CCC sur des contrats dont la valeur dépasse les 30 millions de dollars, et nous continuerons à avoir recours à ses services chaque fois que ce sera possible afin d'étendre nos activités d'exportation à long terme. »*

**Keith Condon**, président  
Tri-Star Industries Limited

## Concevoir de nouveaux produits pour de nouveaux marchés

La société Global Thermoelectric Inc. de Calgary est un chef de file mondial du secteur des convertisseurs thermoélectriques. En 1996, lorsque l'occasion s'est présentée de mettre au point et de fournir à l'Armée américaine des appareils de chauffage pour une valeur de 18 millions de dollars, Global a fait appel aux services de gestion de contrats de la CCC pour devancer deux grandes sociétés concurrentes et remporter le marché. Les appareils, spécialement conçus pour des véhicules à chenilles, ont nécessité une année d'essais. Alimentés au carburant diesel, ces appareils de chauffage devaient respecter des spécifications rigoureuses concernant l'alimentation électrique. Aujourd'hui, les appareils de chauffage de Global font partie d'une gamme de produits en plein essor, qui comprend des innovations fascinantes dans le domaine de la technologie des piles à combustible.

*« Nous entretenons une relation très fructueuse avec la CCC. Pour notre société, cette vente à l'Armée américaine a constitué une percée importante et marqué le début d'une nouvelle génération de produits. Ces appareils de chauffage représentent aujourd'hui environ 40 p. 100 de nos sources de revenus. »*

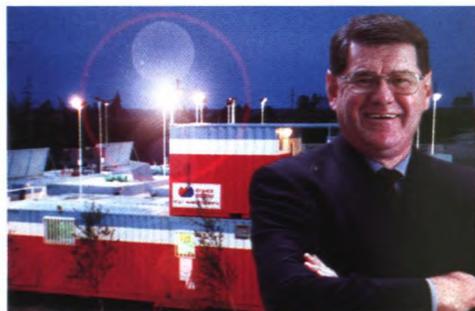


**Jim Perry**, Président  
Global Thermoelectric Inc.



## Vendre aux acheteurs du secteur privé

**L**es services qu'offrent la CCC ne se limitent pas aux ventes auprès des gouvernements. Les fournisseurs canadiens et leurs clients internationaux du secteur privé utilisent également l'expertise de la Corporation pour négocier des ententes et gérer des contrats dans une vaste gamme de secteurs. Avec l'appui de la CCC, les acheteurs étrangers sont assurés de recevoir des biens et services canadiens de haute qualité, à temps et conformément au budget établi.



### **La Corporation commerciale canadienne place les projets sous la bannière canadienne, ce qui les rend plus crédibles et faciles à vendre sur les marchés d'exportation.**

La participation de la CCC améliore la position de l'exportateur vis-à-vis de son client. Un client qui se sent en confiance peut faire preuve de beaucoup plus de souplesse quant aux modalités d'un contrat. La Corporation offre à vos clients la sécurité issue de la garantie du gouvernement du Canada, qui :

- leur prouve que les fournisseurs canadiens proposés possèdent le financement et les capacités techniques de respecter les devis de soumission, les modalités du contrat et les garanties de fournisseur;

### **Le succès jaillit en Sibérie**

Lorsque FSI International Services Ltd. a entrepris les travaux pour une vente de 3,1 millions de dollars réalisée auprès de la compagnie pétrolière russe JSC Chernogorneft, elle s'est vite rendu compte que la langue et le climat

n'étaient pas les seuls obstacles à surmonter. Cette entreprise de Calgary, réputée en Amérique du Nord, au Moyen-Orient et en mer du Nord pour ses systèmes novateurs de contrôle des puits de pétrole, a fait appel aux services de la CCC pour conclure la vente. Ce projet clé en main contribue maintenant à augmenter de manière significative la productivité des champs pétrolifères en Sibérie occidentale.

*« Les modalités de paiement ont changé sur les marchés d'exportation, et la plupart des clients cherchent à garder leurs fonds le plus longtemps possible. Nous envisagions la possibilité de demander à notre client de verser un acompte plus important, mais la CCC a négocié une entente avec nous et nos partenaires bancaires qui nous permettait d'obtenir le paiement dont nous avons besoin pour effectuer la livraison finale. »*

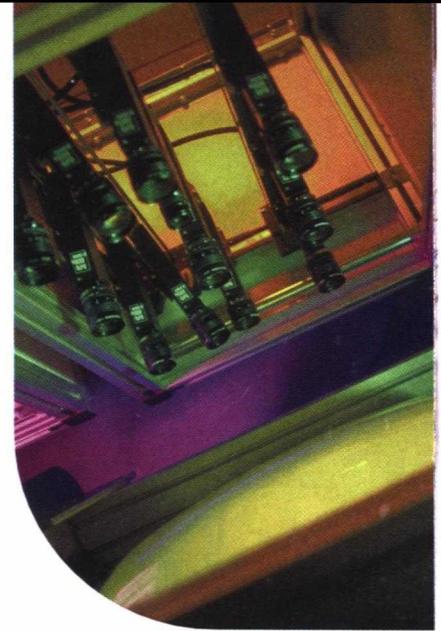
**Richard Ball**, président  
FSI International Services Ltd.

## Un regard sur l'avenir

Image Processing Systems Inc. (IPS) est le dernier venu d'un nombre croissant d'exportateurs chevronnés qui ont découvert les avantages de faire affaire avec la CCC. Ce fabricant de Markham (Ontario) fournit des systèmes automatisés d'inspection et d'alignement d'affichages à la plupart des fabricants de systèmes d'affichage au monde. L'entreprise a récemment eu recours aux services de la CCC pour une vente d'une valeur de 1,7 million de dollars américains à Chunghwa Picture Tubes Limited, de Fuzhou, en Chine.

*« D'après le contrat, 90 % du paiement devait être versé à la réception de la marchandise. Nous avons besoin d'un fonds de roulement plus élevé pour exécuter la commande. Le Programme de paiements progressifs nous a été d'un grand secours, car il nous a permis d'utiliser nos marges de crédit pour d'autres activités. Nous exportons 90 % de notre production, et je sais que nous ferons encore appel aux services de la CCC dans un avenir prochain. »*

**Terry Clark**, directeur financier  
Image Processing Systems Inc.



- leur fournit un point de contact unique pour les achats comportant de nombreux articles ou ceux qui font appel à plus d'un fournisseur canadien;
- fournit une solution de rechange rentable et efficace aux processus internationaux d'appel d'offres;
- facilite l'accès à la technologie et à l'expertise canadiennes.

### Le Programme de paiements accélérés appuie les petits exportateurs

La CCC offre le Programme de paiements accélérés aux exportateurs canadiens admissibles qui font affaire avec le département américain de la Défense et la NASA. Ce programme a été conçu précisément pour aider les petits exportateurs qui n'ont peut-être pas les facilités de crédit des grandes entreprises.

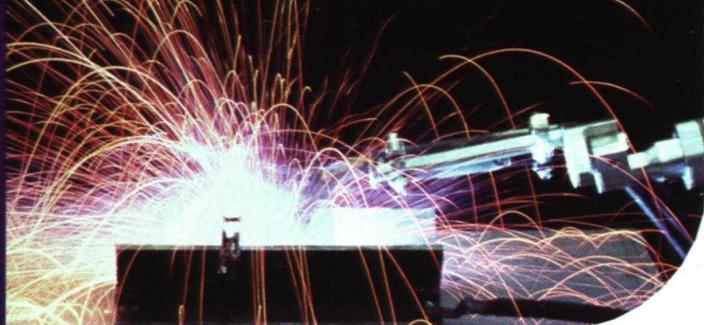
Les petites entreprises qui ont un contrat avec la CCC reçoivent leur paiement 15 jours après avoir présenté une facture en bonne et due forme ainsi que des pièces justificatives.

Pour être admissibles au Programme de paiements accélérés, les entreprises doivent avoir eu un chiffre d'affaires de 5 millions de dollars ou moins au cours de leur exercice précédent. Afin d'être couverts par le Programme, les exportateurs n'ont qu'à remplir un certificat pour chaque contrat de la CCC qu'ils obtiennent.

### **Pour les petites entreprises moins connues à l'étranger, la participation de la CCC peut aider à conclure des ventes ou à éviter qu'elles ne tombent à l'eau.**

#### Conditions de paiement particulières

Les PME et les grandes entreprises qui font affaire sur les marchés internationaux par l'intermédiaire de la CCC peuvent bénéficier de diverses remises et modalités de paiement particulières qui permettent d'alléger les sorties de fonds et de faciliter la vente.



## Travailler avec les petites entreprises peut rapporter gros

**L'**importance des PME, particulièrement de celles dont le chiffre d'affaires est de moins de 25 millions de dollars, continue à croître à la CCC.

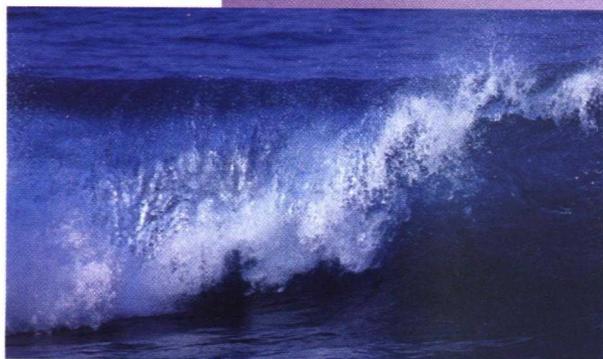
Les PME représentent plus de 80 % de la clientèle de la CCC, et les ventes qu'elles réalisent constituent 30 % des activités de la Corporation — une tendance croissante, particulièrement affirmée sur le marché américain. L'expérience, les connaissances et l'approche pratique de la CCC sont particulièrement efficaces pour les nouveaux et petits exportateurs quand vient le temps de déceler et de résoudre les difficultés de passation de marchés.

Même dans le cas d'un produit ou d'un service qui leur plaît, les acheteurs étrangers ont souvent tendance à favoriser une source d'approvisionnement

plus importante et mieux connue. La CCC rend égales les chances de réussite, en permettant à l'acheteur de choisir le meilleur produit ou service canadien, et évite les risques.

Dans le cas des PME, les connaissances acquises en travaillant sur des marchés difficiles à réduire les formalités administratives, à minimiser les risques et à négocier des contrats endossés par le gouvernement du Canada constituent le plus grand atout de la CCC. La Corporation fournit à ces entreprises des renseignements commerciaux précis en temps opportun, des possibilités de financement améliorées, ainsi qu'un accès au préfinancement des ventes à l'exportation afin de réduire la pression exercée sur leurs liquidités au cours de l'étape de production du contrat.

### Percer sur les nouveaux marchés du Moyen-Orient

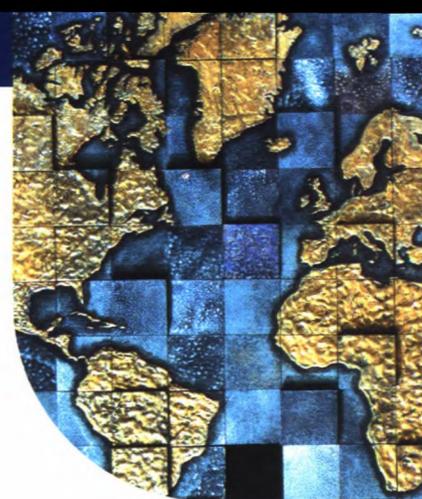


Hankin Atlas Ozone Limited produit des postes de purification de l'eau à l'ozone et jouit d'une excellente réputation dans un nombre croissant de marchés. Petite mais en pleine expansion, cette entreprise emploie 16 personnes à ses installations de Calgary et de Toronto, et bénéficie des services de la CCC depuis quatre ans. De récentes démarches sur les marchés d'exportation ont conduit à une vente de 1,2 million de dollars pour de l'équipement de purification des eaux destiné au gigantesque système de conditionnement d'air de l'aéroport de Dubai. Le Programme de paiements progressifs de la CCC a permis à Hankin de conclure la vente.

*« L'acheteur a été impressionné par notre technologie et les contrats que nous avons remportés dans le passé. Et puis, c'est notre système qu'il voulait. Toutefois, les modalités du contrat ne prévoyaient le versement d'aucun acompte. Le paiement devait être fait avec une lettre de crédit à 60 jours et "l'approbation avant le départ". Nous avons besoin d'un fonds de roulement plus important pour obtenir ce contrat. L'aide de la CCC a été un facteur déterminant qui nous a permis de mener à bien cette affaire aux Émirats arabes unis. »*

**Ronald Larocque**, président  
Hankin Atlas Ozone Limited

# La CCC réalise des ventes partout dans le monde



**En 1999-2000, la CCC a conclu des contrats pour le compte d'exportateurs canadiens à l'extérieur des États-Unis pour une valeur globale de 239 millions de dollars.**

**L**es ventes réalisées depuis 1998 ont visé notamment un aéroport (d'une valeur de 140 millions de dollars américains) à Budapest, une assistance technique dans le secteur des mines en Argentine, des installations de laboratoire robotisées pour un hôpital aux Pays-Bas, un système d'administration pour le ministère de la Santé de la Jamaïque, des ventes à des organismes des Nations Unis, des transporteurs-élévateurs de blocs de pierre au Mexique, un logiciel d'essai de moteurs au Royaume-Uni, des systèmes de sécurité pour aéroport au Népal, des systèmes de compostage au Royaume-Uni, et de la potasse et des véhicules à Cuba.

**Les grandes entreprises retirent aussi des avantages**

Nombre de gouvernements étrangers préfèrent que le gouvernement du Canada participe lorsqu'ils achètent d'un fournisseur canadien. Même dans le cas des grandes entreprises, la garantie d'exécution du contrat offerte par la CCC peut hisser une entreprise au même rang que d'autres sociétés concurrentes plus connues.

Pour les grandes sociétés, la participation de la CCC peut contribuer à rehausser la crédibilité d'un projet. Dans nombre de secteurs, les acheteurs veulent souvent que le gouvernement du fournisseur participe avant de consentir à l'achat. En outre, l'achat de gouvernement à gouvernement peut être une raison pour beaucoup d'acheteurs d'attribuer un contrat à un fournisseur exclusif, réduisant ainsi les délais et les coûts associés au processus d'appel d'offres international lorsque le produit ou le service recherché est déjà connu de l'acheteur.

**En agissant en qualité d'entrepreneur principal, la CCC surveille le déroulement de chaque étape du projet pour s'assurer que toutes les modalités du contrat sont respectées. Cela contribue à simplifier le processus d'administration du contrat, tant pour les exportateurs canadiens que pour les acheteurs étrangers.**

## Obtenir un avantage concurrentiel

En facilitant les ventes à l'exportation, la CCC joue un rôle unique pour ce qui est de consolider la position concurrentielle des exportateurs canadiens.

- La participation de la CCC à une transaction offre à l'acheteur l'engagement du gouvernement du Canada de faire respecter les modalités du contrat. Cela ouvre des portes, accroît la confiance de l'acheteur et donne aux exportateurs canadiens l'avantage concurrentiel dont ils peuvent avoir besoin sur les marchés où ils sont peu connus.
- La participation de la CCC rehausse la crédibilité et la compétitivité des entreprises canadiennes aux yeux de l'acheteur.
- La vocation commerciale de la CCC permet de réduire au minimum les formalités habituellement associées au processus de ventes auprès de gouvernements. La Corporation fait preuve de souplesse pour conclure des contrats, s'efforce de répondre aux besoins des acheteurs et peut recourir à une expertise canadienne complémentaire pour mieux les satisfaire. La CCC joue aussi un rôle central pour toutes les questions liées aux contrats.
- La CCC offre son expérience et son expertise en matière de contrats sur beaucoup de grands marchés dans le monde.

## Aider les entreprises canadiennes à obtenir du préfinancement des ventes à l'exportation

Les exportateurs canadiens, particulièrement les PME, n'ont pas toujours la possibilité de recevoir un paiement anticipé des acheteurs étrangers. À moins d'obtenir du préfinancement, la pression sur leur fonds de roulement se révèle souvent trop forte, ce qui peut entraîner la perte de certaines ventes.

Grâce à des accords avec 17 institutions financières, le Programme de paiements progressifs (PPP) de la CCC aide les PME à surmonter la difficulté d'obtenir du préfinancement des exportations. Le PPP permet à l'exportateur de chercher activement des ventes sur les marchés d'exportation, l'esprit tranquille, sachant que ses liquidités couvriront les coûts de production jusqu'à la livraison de la commande.

Le programme, qui en est à sa cinquième année d'existence, a permis à plus de 100 entreprises d'obtenir du préfinancement des ventes à l'exportation pour des projets d'une valeur totale de 300 millions de dollars. Ces entreprises n'auraient pu profiter du financement en question sans le PPP et, dans la plupart des cas, elles n'auraient pas été en mesure de financer les exportations avec les facilités de crédit du moment.

### Comment fonctionne le PPP?

- La CCC évalue les capacités de l'exportateur et les risques inhérents à la transaction.
- Lorsque la CCC appuie un marché, l'institution financière participante fournit des fonds pour la vente à l'exportation, au-delà de la marge de crédit normale de l'exportateur.
- Lorsque cette marge de crédit est établie, la CCC vérifie les travaux effectués dans le cadre du contrat et l'exportateur peut recevoir des paiements progressifs.

### Qui peut avoir recours au PPP?

- Le PPP est offert à toutes les entreprises qui ont un chiffre d'affaires de 50 millions de dollars ou moins.
- Les entreprises doivent être en règle auprès de leur banque principale.
- Les marges de crédit maximales sont de 2 millions de dollars par transaction.

# Comment travaille la CCC?

**L**a Corporation commerciale canadienne fournit de l'aide concrète et des conseils pratiques aux exportateurs canadiens qui veulent mettre sur pied des ententes efficaces sur des marchés qui sont souvent complexes ou mal connus.

Lorsque la CCC participe à une vente, elle évalue le risque associé à l'acheteur et à l'exportateur, prépare la soumission, aide à négocier la vente, gère le contrat, garantit l'exécution et règle les détails du paiement selon les modalités négociées.

À l'exception des ventes au département de la Défense des États-Unis, où la CCC est tenue d'être présente en vertu de la réglementation du gouvernement américain, celle-ci n'intervient que si nécessaire. Ainsi, la Corporation ne participe aux transactions que lorsque les parties en cause jugent cette participation avantageuse.

Les succès qu'a connus la CCC dans le domaine de la gestion de contrats sont éloquentes : celle-ci a été si bien menée que les coûts supplémentaires associés aux contrats ont été limités à 0,001 % des frais d'exploitation de la CCC. C'est une telle feuille de route qui a amené les acheteurs étrangers à faire de la CCC leur partenaire de choix lorsqu'ils achètent des biens et des services de sources canadiennes.

**Les clients de la CCC ont accordé à cette dernière la note la plus élevée possible pour ce qui est de la valeur globale des services reçus parmi toutes les sources d'aide commerciale qu'ils utilisent.**

**Vous devriez communiquer avec nous si...**

- vous avez repéré une vente potentielle auprès d'un gouvernement étranger, d'une organisation internationale ou d'un acheteur privé.
- votre client a besoin de la garantie supplémentaire que procure l'engagement du gouvernement du Canada de mener le contrat à terme selon les modalités convenues.
- l'acheteur ne connaît pas bien vos produits et services ou si vos concurrents étrangers sont mieux connus et que vous avez besoin de plus de crédibilité pour conclure la vente.
- vous êtes inquiet des risques et des modalités associés au paiement.
- vous avez besoin de préfinancement des ventes à l'exportation.
- vous avez besoin d'aide pour comprendre les règles et procédures qui régissent les marchés publics d'un gouvernement étranger.
- la complexité d'une vente vous préoccupe et que vous avez besoin de conseils pratiques.
- votre acheteur pourrait souhaiter faire affaire avec un fournisseur exclusif pour votre produit ou votre service.

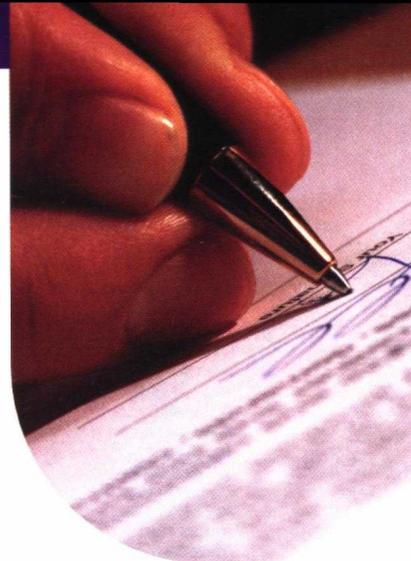
## Qui a recours aux services de la CCC?

### Les fournisseurs canadiens

- Des sociétés de tous les secteurs, dont les plus importants sont la défense et l'aérospatiale.
- Plus de 80 % des fournisseurs inscrits auprès de la CCC sont des PME.
- Chaque année, 30 % des fournisseurs inscrits à la CCC le sont pour la première fois.
- Des fournisseurs inscrits à la CCC, 30 % utilisent les services de la Corporation à la fois aux États-Unis et sur le marché mondial.
- Quelque 1 900 sociétés travaillent activement avec la CCC.

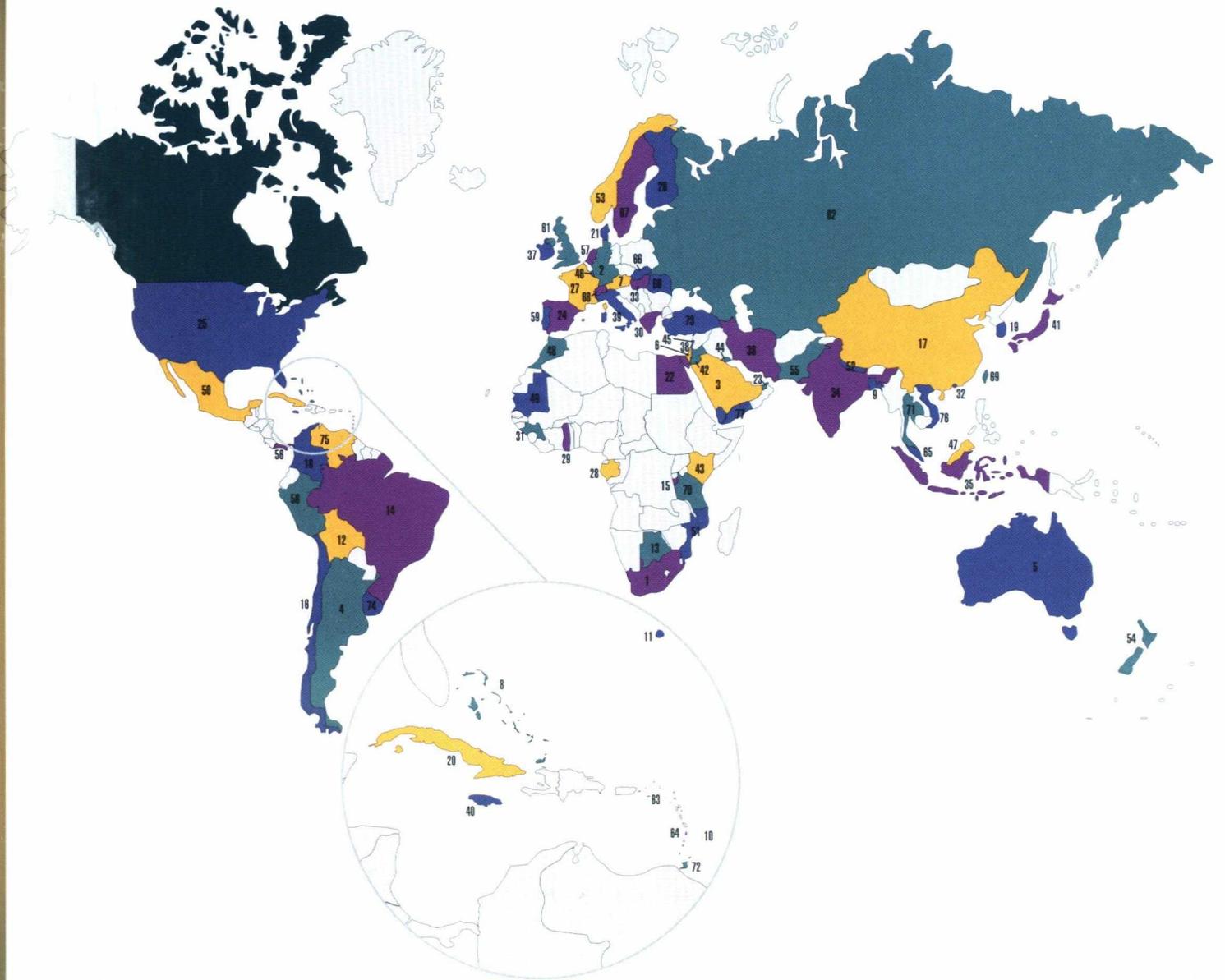
### Les clients étrangers

- Des gouvernements fédéraux, d'États et de provinces, des municipalités, des ministères et des organismes.
- Des organisations internationales.
- Des acheteurs du secteur privé.



*La Corporation commerciale canadienne félicite ces exportateurs canadiens qui ont eu recours à ses services pour vendre leurs produits et services de haute qualité aux quatre coins du monde. La Corporation est ravie de travailler avec tous ces bons clients et est impatiente de collaborer avec de nouveaux clients dans un avenir prochain.*

- A S R Technologies Inc.  
A-M-M  
ADM Agri Industries Ltd.  
ADM Milling Co.  
AGRA Coast Limited  
ALSTOM Canada Inc.  
AMS Aviation Maintenance & Support Corporation  
Aar-Kel Moulds Ltd.  
Accoups Industries  
Acro Aerospace Inc.  
Active Gear Co. of Canada Ltd.  
ActiveSystems Inc.  
Acton International Inc.  
Advanced Railway Signal Technology  
Affiliated Customs Brokers Limited  
Agricole East Special Crops  
Air Canada  
Air Data Inc.  
Air Labrador  
Aircraft Appliances and Equipment Ltd.  
Aklak Air Inc.  
Alain Jegen  
Alberta Wheat Pool  
AlliedSignal Aerospace Canada  
Amerace Limited  
Anachemia Canada Inc.  
Andrew Canada Inc.  
Anotec (Hansa-Sealand Limited)  
Apex Industries Inc. Technologies Division  
Apotex Inc.  
Aqua Jem Farms Ltd.  
Artissimo Prints Inc.  
Arvin Ride Control Products Inc.  
Asea Brown Boveri Inc. (Canada)  
Atlantic Canada Timber, Inc.  
Atlantis Aerospace Corporation  
Automatic Coating Ltd.  
Autoshop Systems Corporation  
B & S Emblem Limited  
B G Technology Inc.  
B.C. Research Inc.  
BAE Systems Canada Inc.  
Babco Manufacturing Industries Ltd.  
Barer Engineering Co.  
Barringer Research Limited  
Baulter Composite Inc.  
Beavers Dental Division  
Bell Helicopter Textron  
Bexcan Div. 2891531 Canada Inc.  
Bioniche Inc.  
BlueStar Advanced Technology Corp.  
Bluestar Battery Systems Corporation  
Bombardier Inc.  
Bomem Inc.  
Bovar Inc.  
Bradley Air Services Limited  
Bragwear Inc.  
Bristol Aerospace Limited  
Burden's Services Ltd.  
Bureau canadien des ressources humaines en technologie  
C R L Technologies Inc.  
C&H Engineering  
C-Core  
C.Y.M.C. Inc.  
CAE Electronics Ltd.  
CARE Canada  
CEL Aerospace Test Equipment Ltd.  
CEM Specialties Inc.  
CGI  
CGI Telecommunication Information Systems and Services  
CRESTech  
CSP Security Consulting Inc.  
CTF Systems Inc.
- Callian Technology Ltd.  
CanAmera Foods  
Canada Allied Diesel Co. Ltd.  
Canada Cordage Inc.  
Canada Forgings Inc.  
Canadian Helicopters Limited  
Canadian Instrumentation & Research Ltd.  
Canadiana Homes  
Cancer Care International  
Canstar Communications  
Cara Operations Limited  
Cargill Ltd.  
Carleton Life Support Technologies Ltd.  
Cary Peripherals Inc.  
Casavant Frères Itée  
Cercast Incorporated  
Champion Road Machinery Limited  
Champlain Graphics  
Chase Tools & Equipment  
Chatham Beans Co. Ltd.  
Chemac Industries Inc.  
Chiarti Food Processors Inc.  
Clear Creations Inc.  
Clickon Technologies Inc.  
Codalex Limited  
Code Incorporated  
Communications & Power Industries Canada Inc.  
Compagnie 3M Canada  
Computing Devices Canada Ltd.  
Connors Brothers Ltd.  
Conseil national de recherches du Canada  
Consulting & Audit Canada  
Control Fire Systems  
Cook's  
Corrigan Canada Ltd.  
Covipak Inc.  
Creative Connectors Corp.  
Croman Woodward Central Distributor  
Cryo-Line Supplies Inc.  
D.W. Gill Supply Company Ltd.  
DAC Aviation International Ltd.  
DGB Développement International Inc.  
DGB Systems Integrators (1993) Inc.  
DLD Aviation Inc.  
DPS Railway Equipment Inc.  
DRS Flight Safety & Communications  
DY 4 Systems Inc.  
Data Capture Technologies Inc.  
Davanac Inc.  
Davie Industries Inc.  
Defence Research Establishment Suffield  
Delcan International Corporation  
Deltavalve Corporation  
Dependable Turbines Ltd.  
Derlan Aerospace Canada  
Dessau-Soprin International Inc.  
Diemaco  
Diffrauto Ltd.  
Distribution Rémillard  
Dixon Manufacturing Inc.  
Donlee Precision  
DuponTrolley Industries  
Dynapro Systems Inc.  
E G & G Canada Ltd.  
E.O. Paton International Holdings Inc.  
EIS Electronic Integrated Systems Inc.  
ELCAN Optical Technologies  
ELI Eco Logic International Inc.  
Enviro-Care Corp.  
Environment Recovery Equipment Inc.
- Équipements d'Acier Inoxydable Falco Itée  
Esquimalt Defence Research  
Excalibur Systems Limited  
Expro Chemical Products Inc.  
FAG Bearings Limited  
FSI International Systems Ltd.  
Fematics Canada Inc.  
Ferguson Bros. of St. Thomas Ltd.  
FilterVac International Inc.  
Finora Canada Ltd.  
Flags Unlimited (1276883 ON Ltd)  
Focus Manufacturing Inc.  
Forensic Technology (WAI) Inc.  
Forest Technology Systems Limited  
GE Capital  
Gill Ltd.  
Garlock of Canada  
Gasguard Safety Systems Inc.  
Gem Systems Inc.  
General Electric Canada Inc.  
General Kinetics Engineering Corporation  
General Motors du Canada Limitée  
Global Precast  
Global Thermolectric Inc.  
Gouvernement du Nouveau-Brunswick  
Grace Bioremediation Technologies  
Grant Emblems Limited  
Gravenhurst Plastics Limited  
HRAI of Canada  
Hankin Atlas Ozone Systems Ltd.  
Hard Suits Inc.  
Hedley Technologies Inc.  
Hensall District Co-Operative Inc.  
Heptburn Engineering Inc.  
Hermes Electronics Inc.  
Heron Technology Corp.  
Heroux Inc.  
Hike Metal Products Limited  
Hites Products Inc.  
Honeywell ASCA Inc.  
Honeywell Limited  
Horton Automation  
Huang & Danczkay Properties  
Hutton Communications of Canada Inc.  
I.S.M. International System Corp.  
IDS Intelligent Detection Systems Inc.  
IMP Aerospace Avionics  
IMP Group Limited  
IMT Corporation  
IRD Teleride  
Ideal Knitwear Ltd  
ImStrat Corporation  
Image Processing Systems Inc.  
Image Video  
Import Export Alouache International  
Indal Technologies Inc.  
Industrial Commutator Company  
Industrial Rubber Co. Ltd.  
Industrie Canada  
Infomission Group Inc.  
Infradev International Inc.  
Inline Fiberglass Ltd.  
Instrument Systems  
Inter City Papers International  
Interactive Circuits & Systems Ltd.  
International Centre for Human Resources Management  
International Code Services Inc.  
International Datacasting Corporation  
International Demining Alliance Canada Inc.  
International Interior Specialists Inc.  
International Submarine Engineering Ltd.  
Inuvialuit Projects Inc.
- Ire-Polus Group  
Irvin Aerospace Canada Ltd.  
JANSSEN-ORTHO Inc.  
Jones Marine Services Ltd.  
Jordair Compressors Inc.  
Jugot-Sinclair Inc.  
KB Electronics Limited  
KCO Metal Products  
Kanlift Design Inc.  
Kenn Borek Air Ltd.  
Ker-Train Research Inc.  
Kessler International Corporation  
Kildair Services Itée  
Knowzone Solutions Inc.  
Kumarans Systems Inc.  
LNS Systems Inc.  
La Corporation Interpac  
La Peausserie de Québec Inc.  
Labotix Automation Inc.  
Lalonde Électronique Inc.  
Lanark Communications Network  
Lancaster Aviation Inc.  
Les Bois Lessard — Tessier International Inc.  
Les Produits FREDDY Inc. Products  
Les Vêtements Rewind Inc.  
Liburd Engineering Ltd.  
Litking Industries Inc.  
Light Steel Technologies  
Lignes aériennes Canadien International Itée  
Lilton Marine Systems Canada  
Lilton Systems Canada  
Lockheed Martin Canada  
Logo Computer Systems Inc (LCSI)  
Lucas Industries Canada Limited  
MDS Aero Support Corporation  
MDS-PRAD Technologies Corporation  
METOCEAN Data Systems Limited  
MPB Technologies Inc.  
MRF Geosystems Corporation  
MTI Marine Technology Inc.  
MTU Maintenance Canada Ltd.  
MacDonald Dettwiler and Associates Ltd.  
Macdonald Dettwiler Space and Advanced Robotics Ltd.  
Machine Outils Henri Line Itée  
Macrodyne Technologies Inc.  
Madelimer (1989) Inc.  
Magneto-Inductive Systems Limited  
Marathon Watch Company Limited  
Marine Diesel Engines Ltd.  
Mecair Inc.  
Mechron Power Systems Inc.  
Med-Eng Systems Inc.  
Menasco Aerospace  
Menasco Aviation Services Ltd.  
Mercator Systems Ltd.  
Merrill Engineering Ltd.  
Messier-Dowty Inc.  
MetalCraft Marine Inc.  
Mid Canada Millwork Ltd.  
Ministère de la Défense nationale  
Ministère des Ressources naturelles  
Montreal Bronze Foundry Limited  
Montreal Parquet Floors Inc.  
Motorola Canada Ltd.  
Mustang Survival Corp.  
Nanaktek Corporation  
Nanowave Technologies Inc.  
Nautel Limited  
Nav-Aids Limited  
Navigation Aeronav International Inc.  
Neptec Design Group Limited  
NewSun Technologies Ltd.  
Niedner Limited  
Nordic Systems Inc.  
Norland Canada Inc.
- Norpak Corporation  
Nortech Fibronic Inc.  
North American Energy Systems Corp.  
Northern Digital Inc.  
Northwest Territorial Airways Limited  
NovAtel Inc.  
Nunasi Corporation  
O-Two Systems International Inc.  
Olympic Gear and Manufacturing Inc.  
Optech Inc.  
Optotek Limited  
Orenda Aerospace Corporation  
Organisation de l'aviation civile internationale  
Orgues Léotourneau Itée  
Orica Canada  
Ovalsys International Inc.  
P.J. Hannah Equipment Sales Corp.  
PDI Proformax Distributors Inc.  
POL R International Inc.  
Pacific Bio Energy Corp.  
Pan Atlantic Building Systems Inc.  
Papp Plastics & Distributing Ltd.  
Parent Seed Farms Ltd.  
Park Thermal International (1996) Corp.  
PathMinder Inc.  
Pêcheries Norpro Itée  
Pelorus Navigation Systems Inc.  
Planet X Clothing & Design  
Pol-E-Mar Inc.  
Poly-Pacific International Inc.  
Potash Corporation of Saskatchewan  
Pratt & Whitney Canada Inc.  
Première Vision  
Pro-Eco Limited  
Pro-Safe Fire Training System Inc.  
Professional Machine Service  
Protocol Resource Management Inc.  
Pyramid Transit Products Ltd.  
PyroGenesis Inc.  
Q-Tron Limited  
Raber Glove Manufacturing Co. Ltd.  
Rail Industries Canada Inc.  
Ramsay Machine Works Ltd.  
Ranojoy Basu Ray  
Raytheon Canada Limited  
Receveur général du Canada  
Refrigerant Services Inc.  
Réfrigération Masseur et Fils Inc.  
Regan-Grant Corporation  
Regor Inc.  
Remcor Brains  
Remtec Inc.  
Rolls-Royce Canada Limited  
Roy Legumex Inc.  
Russel Metals Inc.  
S.J. Precision Machine & Tool Inc.  
SNC Technologies Inc.  
SNC-Lavalin International Inc.  
Sanmina Enclosure Systems  
Satlantic Inc.  
Scepter Corporation  
Scotia Rainbow Inc.  
Scythes Inc.  
Seroo Facilities Management Inc  
Shell Canada Limited  
Shell Canada Products Limited  
Sidus Systems Inc.  
Simunition  
Sipco Aviation Fuels Inc.  
Site Oil Tools Inc.  
Sitraco  
SkyWave Mobile Communications Inc.  
Sohell Mosun Ltd.  
Soucy International Inc.  
Soucy Techno Inc.
- Spar Aerospace Limited  
Spar Aviation Services  
Sparton Corp.  
Spielo Manufacturing Inc.  
SpringQuilt Industries Inc.  
Standard Aero Ltd.  
Standard-Modern Lathes Inc.  
Standers' Limited  
Stevens Analytical Inc.  
Stevest Machinery And Engineering Limited  
Stone Marine Canada Ltd.  
Stride Industries Ltd.  
Systems Plus  
TECNOVIR International Inc.  
TRECAN COMBUSTION LIMITED  
Targa Electronics Systems Inc.  
Tedsco Inc.  
Tecnoviv Corporation  
Tescull Eduplus Inc.  
Tessult International Limitée  
Tektrend International Inc.  
Telflex (Canada) Ltd.  
Telermus Inc.  
Terra Aerospace Corporation  
Terra Surveys Limited  
Teutich Industries Inc.  
The Great Canadian Bean Company Ltd.  
The Lunny Communications Group  
Tokmakjian Limited  
Tourism Standards Consortium (TSC) Inc.  
Trackless Vehicles Limited  
TradeBytes Data Corporation  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
TrentonWorks Limited  
Tri-Star Industries Limited  
Triangle Engineered Products Co.  
Triton All-Terrain  
Ultraoptec Inc.  
Uni-ram Corporation  
United Broadband Systems Inc.  
Unifon Industries Ltd.  
Universal Systems Ltd.  
Université de Calgary  
Université de Waterloo  
Université York  
Unisage Wild Cat Inc.  
V & F Gas Analysis Systems Inc.  
VR Electronics Co. Ltd.  
Valcom Limited  
Valley Associates Inc.  
Virtual Prototypes Inc.  
Visible Decisions Inc.  
Vladan Veljovic  
Vulkan Harex Steelfiber (North America) Inc.  
W R T Equipment Ltd.  
W.G. Thompson & Sons Limited  
Wabco  
Wajax Industries Limited  
Walbar Canada  
Watts, Griffiths and McQuat Limited  
Web Machinery Sales Inc.  
Westcam Inc.  
West Heights Manufacturing  
Western Instruments Inc.  
Winsafe Corp.  
Wire Rope Industries Limited  
Woodward Group of Companies  
Woodward's Oil Limited  
Wright Environmental Management Inc.  
Xantrex Technology Inc.  
Zenon Environmental Systems Inc.



# Les activités de la CCC dans le monde

- |                                  |                         |                      |                          |
|----------------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| 1) Afrique du Sud                | 19) Corée du Sud        | 40) Jamaïque         | 61) Royaume-Uni          |
| 2) Allemagne                     | 20) Cuba                | 41) Japon            | 62) Russie               |
| 3) Arabie Saoudite               | 21) Danemark            | 42) Jordanie         | 63) Saint-Kitts-et-Nevis |
| 4) Argentine                     | 22) Égypte              | 43) Kenya            | 64) Sainte-Lucie         |
| 5) Australie                     | 23) Émirats arabes unis | 44) Koweït           | 65) Singapour            |
| 6) Autorité palestinienne – Gaza | 24) Espagne             | 45) Liban            | 66) Slovaquie            |
| 7) Autriche                      | 25) États-Unis          | 46) Luxembourg       | 67) Suède                |
| 8) Bahamas                       | 26) Finlande            | 47) Malaisie         | 68) Suisse               |
| 9) Bangladesh                    | 27) France              | 48) Maroc            | 69) Taiwan               |
| 10) Barbade                      | 28) Gabon               | 49) Mauritanie       | 70) Tanzanie             |
| 11) Bermudes                     | 29) Ghana               | 50) Mexique          | 71) Thaïlande            |
| 12) Bolivie                      | 30) Grèce               | 51) Mozambique       | 72) Trinité-et-Tobago    |
| 13) Botswana                     | 31) Guinée              | 52) Népal            | 73) Turquie              |
| 14) Brésil                       | 32) Hong Kong           | 53) Norvège          | 74) Uruguay              |
| 15) Burundi                      | 33) Hongrie             | 54) Nouvelle-Zélande | 75) Venezuela            |
| 16) Chili                        | 34) Inde                | 55) Pakistan         | 76) Vietnam              |
| 17) Chine                        | 35) Indonésie           | 56) Panama           | 77) Yémen                |
| 18) Colombie                     | 36) Iran                | 57) Pays-Bas         |                          |
|                                  | 37) Irlande             | 58) Pérou            |                          |
|                                  | 38) Israël              | 59) Portugal         |                          |
|                                  | 39) Italie              | 60) Roumanie         |                          |

**Pour savoir comment la Corporation commerciale canadienne peut vous aider à découvrir des débouchés et à réaliser des ventes dans le monde entier, communiquez avec la CCC**

**TÉLÉPHONE :** 1 800 748-8191  
ou (613) 996-0034 (Ottawa)

**TÉLÉCOPIEUR :** (613) 995- 2121

**COURRIEL :** [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca)

**OU**

visitez notre site Web à : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

### **Bureaux régionaux :**

**Canada Atlantique :** (902) 426-9416  
**numéro sans frais au Canada :** 1 888 382-8878

**Colombie-Britannique :** (604) 666-4781

**Ontario :** (416) 973-5081

**Québec :** (514) 283-8791

**L**a petite entreprise, moteur économique du Canada, se porte on ne peut mieux : le secteur a créé 453 100 emplois à temps plein et à temps partiel en 1998 seulement.

## Pour devenir un joueur vedette sur la scène internationale



par M. Scott Shepherd, p.d.g., NORTHSTAR Trade Finance Inc.

Et les exportateurs, nouveaux ou en croissance, prennent leur élan pour atteindre d'autres sommets en ce nouveau millénaire.

Southam News signalait en décembre que les exportations, qui forment le cœur de notre économie, continuent de grimper, portant le surplus de la balance commerciale des marchandises à un niveau égalé en trois ans, et annoncent une nouvelle poussée de l'économie dans son ensemble.

C'est tout à fait juste.

En effet, selon Statistique Canada, les exportations ont grimpé de plus de 11 % en 1999, soit plus de deux fois la croissance du PIB, et plus que doublé en cinq ans.

Or, quand on examine la situation, on constate que 80 % de nos exportations sont destinées aux États-Unis. Ratons-nous des occasions?

Il est vrai que les États-Unis constituent le plus gros marché au monde, que c'est le plus solide de tous sur le plan du crédit et que les Canadiens jouissent d'un accès privilégié à ce marché grâce à l'ALENA.

Mais pourquoi les entreprises canadiennes ne se précipitent-elles pas pour profiter de la croissance qui règne sur d'autres marchés, croissance dont ont su profiter les Canadiens qui optent pour les

fonds d'investissement?

Toujours d'après Southam News en décembre, la reprise des marchés de l'Extrême-Orient et de l'Amérique latine a conduit à des hausses impressionnantes

dans les fonds d'investissement. Le fonds Cambridge Pacific, par exemple, a connu en novembre un rendement sur un an de 131,5 %, le plaçant au 11<sup>e</sup> rang des 2 500 fonds classés par le Southam Information and Technology Group.



M. Scott Shepherd,  
p.d.g., NORTHSTAR

D'autres fonds internationaux, annonçait Southam, surtout ceux qui avaient investi dans des pays émergents de l'Extrême-Orient et de l'Amérique latine, affichaient des rendements qui les situaient au deuxième rang sur une période d'un an se terminant le 30 novembre, grâce à une progression de 29,3 %.

Il est certain qu'exporter ailleurs qu'aux États-Unis peut s'avérer beaucoup plus compliqué. Pourtant, même le marché américain n'est pas exempt de problèmes. Mais divers produits d'assurance dont peuvent se prévaloir les exportateurs allègent le risque, même dans les marchés les plus éloignés. Par exemple, presque toutes les grandes institutions financières du Canada couvrent le risque lié aux devises.

De son côté, la Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre des polices d'assurance qui protègent les exportateurs contre diverses pertes attribuables aux risques commerciaux et politiques.

Tous les partenaires au sein de NORTHSTAR, la Banque de Montréal, la Banque Royale du Canada, Banque HSBC Canada et le tout dernier membre de notre équipe, la Banque Nationale du Canada, collaborent avec la SEE chaque jour pour structurer des solutions financières personnalisées à l'intention de nos clients. Nous avons appris au fil des ans que vous pouvez toujours vous fier à la SEE pour surveiller le terrain où évolue la petite entreprise. Cette attention de l'organisme explique pourquoi nos clients peuvent remporter victoire après victoire sur la scène internationale.

En revanche, c'est d'abord à vous qu'il revient de repérer les combinaisons gagnantes à long terme et, croyez-moi, le jeu en vaut la chandelle. Visez loin, haut et fort, pendant que d'autres hésitent et restent sur les chemins battus.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Scott Shepherd, tél. : 1 800 663-9288, courriel : s.shepherd@northstar.ca internet : www.northstar.ca

## CYNTECH CORPORATION

(Suite de la page 3)

entreprise qui cherche un accès aux marchés étrangers. « Notre expérience avec Nova nous a montré que, pour les petites entreprises canadiennes, la meilleure façon de développer des marchés à l'étranger est d'exploiter les pistes que leur ouvrent leurs gros clients canadiens. Si vos clients canadiens apprécient vos produits et nos services, ils vous ouvriront la porte des marchés étrangers. »

Pour plus d'information sur la société Cyntech, communiquer avec le président, M. Neale Johannesson, tél. : (403) 228-1767, cellulaire : (403) 803-5422, téléc. : (403) 245-6632, courriel : njohannesson@cyntechcorp.com internet : www.cyntechcorp.com

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 -- (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



(Suite de la page 1)

aux possibilités créées par le programme d'aide du Japon, qui est le plus généreux au monde. En effet, ces dernières années, le Japon a fourni près de 25 p. 100 de l'aide publique au développement accordée mondialement, soit une somme d'environ 20 milliards de dollars par an.

Dans le cadre des activités de coopération technique de la JICA (Agence japo-

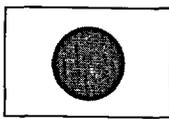
collaborer avec des entreprises japonaises :

- Malgré les baisses qu'a connues la valeur du yen récemment, les biens et les services canadiens sont très compétitifs sur les marchés mondiaux. En incluant de tels biens et services dans une proposition de projet, une entreprise japonaise peut devenir plus compétitive sur le plan des coûts, offrant de ce fait des possibilités à des Canadiens

et l'exploitation des infrastructures publiques par des intérêts privés présente des avantages ont amené des pays qui, par le passé, finançaient leurs projets d'équipement au moyen d'emprunts d'État à État, à faire de plus en plus assumer la responsabilité de ces projets par le secteur privé. En outre, les entreprises japonaises souhaitent réaliser ces types de projets avec d'autres entreprises pour accroître leur compétitivité.

# La coopération avec le Japon

## dans des pays tiers



naise de coopération internationale), il y a des études de développement pour lesquelles on fait appel à des cabinets de consultants. Bien que les marchés soient conclus avec des cabinets de consultants japonais, ceux-ci peuvent à leur tour donner en sous-traitance jusqu'à 50 p. 100 du travail à des consultants étrangers.

Les entreprises canadiennes peuvent également obtenir des prêts pour l'amélioration de l'infrastructure sociale et économique offerts par l'OECF (Fonds japonais de coopération économique avec l'étranger), qui est la source la plus importante d'aide au Japon. Tous les prêts consentis actuellement par l'OECF sont non liés, de sorte que les entreprises canadiennes peuvent soumissionner des marchés financés par ces prêts.

La coopération avec des entreprises japonaises dans des pays tiers peut également impliquer la présentation de soumissions communes pour des projets financés par des institutions financières internationales comme la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement, ainsi que des projets réalisés par l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

### Pourquoi choisir cette approche?

Les tendances décrites ci-après devraient encourager les entreprises canadiennes à

auxquelles ceux-ci n'auraient pas accès aussi facilement.

- Le vieillissement de la population japonaise a donné lieu à des pénuries de certaines compétences.
- Les projets d'études de faisabilité, y compris ceux financés par l'ODA (aide publique au développement) du Japon, ont accru le besoin de services « immatériels » comme la formation, l'évaluation des effets sur l'environnement, la création d'institutions de même que les incidences sur les femmes et la famille. Ce sont là des domaines dans lesquels le savoir-faire des consultants canadiens est reconnu.
- S'il est vrai que les Japonais ont une vaste expérience des pays asiatiques voisins dont les Canadiens pourraient tirer profit, l'expérience des entreprises canadiennes est plus grande encore dans de nombreuses parties du monde. À cette expérience s'ajoutent souvent la connaissance d'un large éventail de langues étrangères et la compréhension de la culture associée à différents marchés. Les Canadiens peuvent combler les lacunes dont souffrent peut-être certaines entreprises japonaises.
- Le poids de la dette et la conviction nouvellement acquise que la posses-

### Comment réussir?

Un grand nombre d'entreprises canadiennes, grandes et petites, ont déjà tiré directement profit de cette forme de collaboration avec des entreprises japonaises, et de bonnes relations d'affaires ont été formées en vue d'occasions futures.

Parmi les réussites, mentionnons la construction d'une série de centrales énergétiques alimentées au charbon dans le sud-est asiatique (les participants canadiens étant les sociétés **Babcock and Wilcox**, de Cambridge, en Ontario, et **MONENCO**, de Montréal) ainsi que la construction récente d'un système de transport urbain léger et rapide à Kuala Lumpur (par la société **SNC Lavalin International**, de Montréal). Ces sociétés ont réussi à nouer avec des partenaires japonais des relations fondées sur la confiance et le respect.

Il est possible d'obtenir de l'information commerciale au sujet de ces expériences en s'adressant au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), à la Société pour l'expansion des exportations (SEE) et à l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Ces organismes peuvent également vous aider à établir votre stratégie de partenariat et à trouver le partenaire qui vous conviendra le mieux.

**Pour de plus amples renseignements,** communiquer avec M. Graham Gleddie, MAECI, tél. : (613) 996-2467, téléc. : (613) 943-8286; ou avec M. Rob Simmons, SEE, tél. : (613) 598-3022, téléc. : (613) 598-2503; ou encore avec M. Robert Derouin, ACDI, tél. : (819) 997-0537, téléc. : (819) 953-5024. \*

**L**es sciences et les technologies (S et T) ont été déterminantes dans la modernisation de l'industrie canadienne et elles jouent un rôle essentiel dans le passage à l'ère électronique. Aujourd'hui, le Canada, qui tire parti du développement et de l'utilisation accrues des S et T, est renommé à l'échelle internationale pour être à la fine pointe dans ce domaine. Alors que de nombreux pays développés ont réussi dans ce secteur, la Chine est tout juste sur le point de connaître une modernisation de cet ordre. Cette situation génère de nombreux débouchés pour les exportateurs canadiens de S et T.

Le gouvernement chinois a donné une place prépondérante aux sciences et aux technologies dans son plan de développement économique, et il a constamment recours à des partenariats avec l'étranger afin d'accéder aux applications commerciales des technologies et d'en tirer profit. Pour mieux collaborer dans ce domaine, le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) a signé un accord de coopération avec la Chine dans le secteur des S et T, lors de la visite dans ce pays du président du CNRC, M. Arthur Carty, en septembre dernier.

### Télécommunications

L'infrastructure et le matériel de télécommunications constituent un élément clé pour soutenir la croissance économique; aussi les entreprises canadiennes exportent-elles un important volume de ces produits vers la Chine.

Considérée comme le plus important marché en développement du monde en ce qui concerne les logiciels et, du fait que les lois sur le droit d'auteur y sont mieux connues et appliquées plus rigoureusement, la Chine offre des débouchés de plus en plus attrayants. Au Canada, les fabricants et distributeurs de logiciels réagissent à cette évolution et concentrent leur attention sur le marché chinois.

### Énergie et environnement

Les technologies de l'énergie et de l'environnement présentent elles aussi un potentiel considérable sur le marché de la Chine. Les hauts fonctionnaires de ce pays ont remarqué les compétences canadiennes dans les domaines de l'extraction du pétrole, de l'installation de

gazoducs et des technologies de traitement peu polluantes pour les applications industrielles. Il y a par ailleurs en Chine d'immenses possibilités d'application pour des systèmes d'épuration des eaux usées, de gestion et de traitement des déchets, de réduction des émissions ainsi que de recyclage et de réutilisation des ressources.

### Rapprocher les régions éloignées

Le Canada a acquis une expertise appréciable dans les applications de la tech-

Le Canada et la Chine ont déployé des efforts considérables pour développer et élargir leurs relations bilatérales dans ce domaine, afin d'approfondir la coopération commerciale et de stimuler une économie de marché reposant sur la technologie.

Outre les deux visites de haut niveau effectuées par les dignitaires canadiens évoquées ci-dessus, le vice-ministre chinois du Commerce extérieur et de la Coopération responsable des S et T est venu au Canada l'an dernier, accompagné

*Débouchés en sciences et technologies*

# Coopération Canada-Chine



nologie destinées à répondre aux besoins d'une population dispersée et de collectivités éloignées. L'importance que le gouvernement chinois accorde depuis peu, dans son programme politique, à la stratégie de développement de l'Ouest — qui a pour objectif d'encourager la croissance économique dans les régions de l'intérieur, moins développées — crée d'importants débouchés pour les sociétés canadiennes dans les domaines des télécommunications, de la télésanté, de l'apprentissage à distance et des réseaux et de l'infrastructure de transport.

### Visites bilatérales

La visite effectuée récemment en Chine par M. Gilbert Normand, secrétaire d'État (Sciences, Recherche et Développement), avait pour but de promouvoir les sciences et les technologies canadiennes. À Beijing, Qingdao, Shanghai et Guanzhou, M. Normand a pu examiner des projets de coopération dans le domaine des S et T, encourager les entreprises chinoises à investir dans ce secteur au Canada et rencontrer des sociétés canadiennes de S et T présentes en Chine. Il a également pu aider des sociétés canadiennes de S et T à établir des relations avec les hauts fonctionnaires chinois.

d'une délégation de son pays. De plus, le président de l'Académie des sciences de la Chine participera à des entretiens sur la coopération scientifique et technique au cours de la visite qu'il fera au Canada en août prochain.

Les programmes de visite de la plupart des délégations chinoises de haut niveau, de même que ceux des délégations canadiennes en Chine, comportent un élément de S et T, ce qui témoigne de l'engagement ferme des deux gouvernements à collaborer dans cet important secteur. La coopération entre le Canada et la Chine dans le domaine des sciences et des technologies a été considérable et fructueuse dans le passé. Étant donné les tendances du marché et la détermination du gouvernement chinois de « favoriser le développement de la technologie afin de construire un pays plus fort », les exportateurs canadiens de S et T sont enclins à considérer la Chine comme un marché accessible.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Marcel Belec, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél.: (613) 995-6962, courriel: marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca \*

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**PÉROU — Services publics de télécommunications dans les régions rurales** — L'Agence de surveillance et de réglementation de l'investissement privé dans le secteur des télécommunications (OSIP-TEL) lance un appel d'offres international pour la fourniture, l'installation, l'exploitation et l'entretien de systèmes de télécommunications permettant a) la fourniture de services téléphoniques au moyen d'au

moins un téléphone public dans chaque localité; b) l'installation de postes internet publics dans la capitale du district. Le soumissionnaire choisi installera un ou plusieurs systèmes de télécommunications (ou réseaux) selon ses propres technologies et configuration de réseaux et il assurera la fourniture des services et l'entretien des installations pour une période de concession de 20 ans. Prix des documents d'appel d'offres (disponibles qu'en espagnol) : 600 soles (environ 175 \$US). Date de clôture : 16 juin 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=212fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=212fr) en mentionnant le numéro de dossier 000322-01133.

**CROATIE — Possibilité de partenariat international** — Le conseil d'administration de MAGU INTERNATIONAL, une société nouvellement fondée, invite les investisseurs à participer à l'un des projets les plus importants jamais réalisés dans cette région. Le projet comprend : 70 magasins de vente au rabais, 12 magasins de vente au comptant, 1 abattoir équipé pour l'abattage selon le rite islamique, 1 établissement de dépeçage, 1 établissement de production de viande et de saucisses, 1 établissement d'entreposage sous froid au Koweït ou à Bahreïn, 1 centre de logistique pour la réfrigération, des serres en Croatie, des plantations en Espagne et au Paraguay, 1 installation bio-gaz, 1 station d'épuration, 1 installation d'incinération et une maison d'expédition comptant 72 camions. On peut obtenir les plans détaillés, invitations à soumissionner, offres, descrip-

tions, projets de contrats et documents originaux en s'adressant aux autorités locales, au Trésor croate ou au ministère du Commerce de la Croatie. Les concepts de l'entreprise croate concernant sa vision et l'efficacité des opérations créent une occasion unique de prendre 60 % du marché d'ici quelques années. Il sera également possible de prendre de l'expansion en Croatie et à l'étranger. Le capital exigé dans les deux prochaines années sera d'environ 220 millions de dollars américains, dont 185 millions seulement sont requis sous forme de prêt ou de capitaux propres. Cette somme peut être répartie entre différents projets, à raison de 15 à 25 millions de dollars américains par projet. Un rendement du capital investi de l'ordre de 30 % est possible. Les sociétés canadiennes ayant une vaste expérience des affaires en Europe de l'Est (c'est-à-dire sur les marchés autres que ceux de l'Union européenne) sont invitées à saisir cette occasion et à obtenir plus de détails sur le projet. Date de clôture : 31 mai 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=225fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=225fr) en mentionnant le numéro de dossier 000328-01240.

**MALAISIE — Bandes de contreplaqué** — Un important fabricant de parquets est à la recherche d'un fournisseur de bandes de contreplaqué ayant les caractéristiques suivantes : 8,5 mm (+/- 0,15 mm) d'épaisseur, 130 mm de largeur, 432 mm de longueur, teneur en humidité de 6 % à 8 %, torsion zéro, non incurvées, emballées pour l'exportation, tous les côtés doivent être recouverts de plastique. Date de clôture : 19 juin 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=207fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=207fr) en mentionnant le numéro de dossier 000316-01074.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) ✪



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

**L'**absence d'investissements ces 10 dernières années en Russie a fait régresser la production de la plupart des minéraux. L'abandon, au cours des 10 à 20 prochaines années, de l'exploitation d'alluvions au profit de l'exploitation en roche dure pour la production d'or en Russie représente un débouché très intéressant pour les fournisseurs de matériel et de services d'exploitation des mines.

Au classement mondial des producteurs de minéraux, la Russie occupe les positions suivantes : premier rang pour le nickel, deuxième pour les métaux de la mine de platine, troisième pour la potasse et les diamants et sixième pour l'or et le cuivre. En général, les sociétés minières russes sont de petite taille et, dans la plupart des cas, elles n'ont pas les capitaux nécessaires pour acheter du nouveau matériel. Cependant, les fournisseurs hautement spécialisés de matériel et de services d'exploitation des mines peuvent faire de bonnes affaires auprès des producteurs russes d'alluvions.

Ces cinq dernières années, des entreprises canadiennes ont activement cherché à saisir les occasions qu'offre le marché russe. Ainsi, depuis 1995, les sociétés canadiennes d'exploitation et d'exploration minières ont consacré près de 500 millions de dollars américains à leurs projets d'exploitation minière en Russie, ce qui représente une somme plus élevée que celle qu'y ont consacré l'ensemble des autres pays du monde.

### Débouchés

Les principaux débouchés pour le matériel et les services concernent les domaines suivants :

- logiciels pour l'exploration minière et

la mise en valeur des ressources minérales;

- matériel de géochimie et de géophysique;
- dragues et concentrateurs pour producteurs d'alluvions aurifères;
- matériel pour affineries de métaux précieux;
- services d'ingénierie, systèmes infor-

### Profil et débouchés

# L'exploitation minière en Russie

matés et matériel pour usines de traitement et fonderies;

- installation de systèmes de récupération d'acide sulfurique dans les fonderies de métaux non ferreux;
- matériel et technologie pour la production d'alliages spéciaux;
- services d'ingénierie pour l'amélioration de la technologie en place dans les complexes miniers et les fonderies.

### Contexte commercial

Il existe certaines contraintes sur le marché russe, dont l'incertitude qui entoure le régime foncier — la propriété et le transfert des licences d'exploitation minière sont actuellement imprévisibles. Toutefois, les modifications qui pourraient être apportées à la loi sur les ressources minérales sont susceptibles de régler certains de ces problèmes. Le niveau d'imposition

élevé, y compris celui de l'impôt sur le revenu, rend inintéressante la réalisation de certains projets en Russie, particulièrement à un moment où le prix des produits de base est faible. L'instabilité du cadre réglementaire, les fréquents changements institutionnels, l'instabilité politique, l'instabilité de la devise et la faiblesse du secteur financier en Russie sont autant de difficultés importantes

dont doivent tenir compte les investisseurs étrangers qui souhaitent financer un projet minier en Russie.

### Principaux concurrents

Dans le domaine de l'investissement visant des projets d'exploitation minière en Russie ou dans celui de la fourniture de matériel et de services sur le marché russe, les concurrents sont surtout des entreprises américaines, australiennes et sud-africaines, dont Alfa Laval, Amot Controls, Caterpillar, Kroll & Ziller et Komatsu Mining Systems.

Pour plus de renseignements concernant les débouchés sur ce marché, communiquer avec M. Gilles Couturier, conseiller commercial, ambassade du Canada à Moscou, tél. : (011-7-095) 956-6666, téléc. : (011-7-095) 232-9949, courriel : mosco-td@dfait-maeci.gc.ca internet : [www.infoexport.gc.ca/ru](http://www.infoexport.gc.ca/ru) \*

## Hankin Ozone développe des marchés

(Suite de la page 8)

Après avoir obtenu le financement de la vente, Hankin a livré les postes de traitement selon les modalités de l'échéancier et du budget, en moins de cinq mois. M. Ronald Larocque, président de Hankin, attribue l'exécution sans accroc de cette vente au Programme de paie-

ments progressifs de la CCC et à la CIBC, son partenaire financier. « Nous avons commencé à travailler avec la CCC il y a quatre ans et nous avons réalisé neuf projets à l'aide du PPP, indique M. Larocque. La coopération de la CIBC et de la CCC a été un facteur primordial, qui nous a aidés

à mener à bien le projet aux Émirats arabes unis. Et le meilleur reste à venir, car cette réussite nous a permis de nous établir sur un nouveau marché en croissance. »

Hankin réalise actuellement plus de 60 % de son chiffre d'affaires à l'extérieur de l'Amérique du Nord. Selon M. Larocque, la vente destinée à l'aéroport de Dubaï a permis à son entreprise de repérer un marché potentiel de plus de 5 millions de dollars pour le seul Moyen-Orient. \*

**P**ARIS-LE BOURGET — 19-23 juin 2000 — Le contexte du prochain Salon international des équipements de défense terrestre et aéroterrestre EUROSATORY 2000 verra le renforcement de la présence canadienne sous la forme d'un pavillon national de plus de 150 m<sup>2</sup>.

Ce pavillon regroupera une dizaine d'entreprises parmi lesquelles figurent SNC Défense Simunition, IMT, Expro, Soucy, NuTech, Scepter, le Centre de Recherche

souhaitez participer à ce salon, communiquez avec l'un des employés de l'Équipe dont le nom figure ci-dessous ou consultez l'internet à [www.eurosatory.com/](http://www.eurosatory.com/)

### Le marché

L'industrie française de l'armement terrestre, qui était jusqu'ici pénalisée sur le marché français par les compressions budgétaires, a stabilisé son chiffre d'affaires de 1998 à 22,4 milliards de francs

blindé de combat d'infanterie) polyvalent qui vise un marché de 600 unités d'un montant global de 770 millions de dollars. De son côté, la Délégation pour l'Armement française lancera un nouvel appel d'offres international pour un véhicule destiné aux seuls besoins de l'armée de terre française et qui sera équipé d'une tourelle dotée d'un canon de 25 mm. Pour cet appel d'offres, un des consortiums en lice regroupe l'industriel national GIAT Industries allié, entre autres, à une filiale suisse (Mowag) de GM Defence of Canada. Les besoins pour ce type de blindés seront de 500 véhicules d'ici 2005, dont la plupart pourraient être ainsi réalisés en coopération avec des firmes canadiennes.

Par ailleurs, d'autres programmes comme le missile antibunker/antichar Eryx et le système de communication SICF, qui équipent les forces canadiennes et françaises, ont été développés en coopération avec des partenaires canadiens et commercialisés en vue de l'exportation.

**Pour plus de renseignements** sur ce secteur, communiquer avec M. Guy Ladequis, agent de commerce (aérospatiale et défense), ou avec M. John Broadbent, conseiller (Affaires commerciales, Section haute technologie), ambassade du Canada en France, tél.: 011-331-44.43.23.59, téléc.: 011-331-44.43.29.98.

**Pour s'inscrire au Pavillon du Canada**, communiquer avec M<sup>me</sup> Elisabeth Veauvy-Charron, Promosalons Canada, Montréal, tél.: (514) 861-5668, téléc.: (514) 861-7926, courriel : [infofr@promosalons.com](mailto:infofr@promosalons.com) ou avec l'Équipe commerciale Canada : M<sup>me</sup> Anne Healey, AIDC, tél.: (613) 235-5337, téléc.: (613) 235-0784, courriel : [cdia@cyberus.ca](mailto:cdia@cyberus.ca) ou avec M. Charles Hall, IC, tél.: (613) 952-2433, téléc.: (613) 998-6703. ✪

# EUROSATORY 2000

## Un salon axé sur la défense et les débouchés

de Val-Cartier (CRDV), ainsi que l'Équipe commerciale du gouvernement fédéral.

Le stand de l'Équipe commerciale Canada, qui fera partie du Pavillon canadien, pourra accueillir deux ou trois PME spécialistes du secteur et sera animé, pour la durée du salon, par des représentants de l'Association de l'industrie de la défense du Canada (AIDC), d'Industrie Canada et de l'ambassade du Canada en France.

### Débouchés

Parmi les produits ou services canadiens qui y seront présentés et pour lesquels existent de véritables débouchés sur ce marché, mentionnons les munitions d'entraînement pour la Gendarmerie Nationale ainsi que les munitions conventionnelles, les éléments en caoutchouc industriel ou composés thermoplastiques pour chenilles de véhicules de support blindés, les containers spécialisés, les procédés et services de décontamination NBC ainsi que les composants pour la micro-électronique.

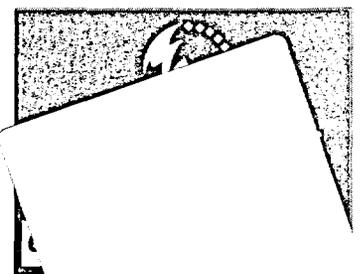
Par ailleurs, un événement de partenariat auquel seront conviés plus de 200 acheteurs et décideurs officiels sera parrainé par la Corporation commerciale canadienne (CCC) et offrira ainsi l'occasion de renforcer les réseaux de contacts internationaux des intérêts canadiens dans ce secteur. Si vous êtes une PME qui

(5,3 milliards \$). Profitant d'une conjoncture économique plus favorable, elle a vu ses commandes augmenter de 13,3 % pour atteindre un total de 22,1 milliards de francs (5,26 milliards \$), après une chute d'activité de plus de 40 % depuis la fin de la guerre froide.

Notons qu'en 1998 les exportations ont représenté près de 50 % de l'activité de cette industrie, contre une moyenne de 40 % au cours des années précédentes. La même année, les entreprises membres du GICAT (Groupement des Industries Concernées par les Matériels de Défense Terrestre, qui regroupe 75 entreprises dont 65 PME) ont réalisé 44 % de leurs activités dans l'armement terrestre traditionnel (blindés, artillerie, munitions), 33 % dans l'électronique (transmissions, systèmes de combat) et 23 % dans l'aéronautique (hélicoptères, drones ou missiles équipant les forces terrestres).

Les industriels du secteur estiment que 1999 confirme la reprise, alors que sur le marché français la professionnalisation des armées pourrait entraîner assez rapidement un mouvement de modernisation de nombreux équipements de l'armée de terre.

Il existe actuellement dans le secteur de l'armement terrestre un projet germano-britannique de VBCI (véhicule



## Une première du CPLQ

# Euralliances : Salon des technologies de l'information et des télécommunications



PARIS — 23 mai 2000 — Le Centre de promotion du logiciel québécois (CPLQ), en collaboration avec la Délégation du Québec à Paris et la Fédération de l'informatique du Québec (FIQ), organise l'expo-rencontre **Euralliances** au Palais des Congrès de Paris.

Premier Salon des technologies de l'information et des télécommunications

du Québec en Europe, **Euralliances** permettra aux sociétés participantes de repérer des partenaires et des clients éventuels en France.

« La commercialisation est une étape cruciale pour les entreprises de ce secteur et leur croissance passe nécessairement par une expansion à l'échelle internationale », explique M. Claude Pineault, PDG du CPLQ. « La France est un marché d'exportation naturel pour nos sociétés et une porte d'entrée vers le marché européen pour bon nombre d'entre elles. »

**Euralliances** regroupera entre 50 et 80 sociétés québécoises des secteurs des technologies de l'information, des télécommunications et du multimédia corporatif pour une journée de conférences, de maillage et d'exposition qui attirera des

éditeurs de logiciels, des distributeurs, des revendeurs, des intégrateurs et des investis-

seurs européens. Voici les thèmes abordés pendant le Salon : logiciels, outils de développement logiciels, internet et télécommunications, services-conseils en technologies de l'information. C'est la première fois qu'une opération de cette envergure est organisée en France dans ce secteur.

Afin de favoriser la participation d'entreprises de services à cet événement, une série de conférences se tiendra en parallèle à l'exposition et permettra à des conférenciers représentant de

grands donneurs d'ordres, tels Hydro-Québec, Bell, Bombardier, etc., de présenter les besoins en informatique de leurs sociétés. Une deuxième série de conférences, dites « conférences tandem », permettra aux sociétés participantes d'inviter leurs clients à témoigner de leurs réalisations.

Cette première édition d'**Euralliances** est le prolongement d'**Alliances**, l'événement annuel de maillage, du CPLQ, qui en est à sa sixième édition au Québec.

Fondé en 1990, le CPLQ constitue aujourd'hui la plus grande association de producteurs de logiciels au Canada, comprenant un réseau de plus de 400 membres. Intervenant dans tous les secteurs d'activité des technologies de l'information, il entretient des liens étroits avec des associations de producteurs de logiciels aux États-Unis, en Europe, en Asie et en Amérique latine. Le CPLQ fournit également une gamme complète de services en développement commercial.

Pour s'inscrire en ligne, voir [www.euralliances.com](http://www.euralliances.com) ou communiquer avec M<sup>me</sup> Danielle Vernet, directrice du développement de partenariats au CPLQ, tél. : (514) 874-2667, courriel : [dvernet@cplq.org](mailto:dvernet@cplq.org) ✪

## Débouchés au menu au Salon

### ExpHotel 2000

CANCUN, MEXIQUE — 14-16 juin 2000 — Les exportateurs canadiens d'aliments et de boissons sont invités à prendre part aux activités du pavillon national du Canada à l'occasion du 4<sup>e</sup> Salon ExpHotel, la plus importante activité annuelle du commerce des produits destinés aux hôtels, restaurants, cafétérias commerciales, bars et discothèques, dans l'est du Mexique.

Le Salon aura lieu au Centre des Congrès de Cancun (Cancun Convention Center). Avec plus de 36 000 chambres d'hôtel, Cancun et les environs attirent chaque année plus de 3,5 millions de touristes.

Les exposants pourront bénéficier d'un ensemble de services de qualité dont l'information commerciale et une assistance sur place en matière d'organisation et de promotion commerciale.

L'ambassade du Canada au Mexique, en collaboration avec Agriculture et Agro-alimentaire Canada, organisera et gèrera la présence du Canada au Salon. De plus une Démonstration Chef de Cuisine est prévue, au cours de laquelle deux chefs canadiens prépareront des mets sur place à l'intention des visiteurs.

L'événement offre également d'excellents ateliers et colloques sur les nouvelles tendances de la distribution et de

la commercialisation des aliments.

Bref, le Salon ExpHotel 2000 sera l'occasion idéale de rencontrer des têtes dirigeantes du commerce de la restauration ainsi que des acheteurs des États-Unis, de l'Amérique latine et de l'Europe, et de présenter de nouveaux produits à un public mondial.

Pour de plus amples renseignements sur le pavillon canadien, communiquer avec M. David P. Watters, gestionnaire des expositions internationales, Agriculture et Agro-alimentaire Canada, tél. : (613) 759-7739, téléc. : (613) 759-7506, courriel : [wattersd@em.agr.ca](mailto:wattersd@em.agr.ca) ou avec M<sup>me</sup> Kim O'Neil, déléguée commerciale, ambassade du Canada au Mexique, tél. : (011-52-5) 724-7900, téléc. : (011-52-5) 724-7982, courriel : [kim.oneil@dfait-maeci.gc.ca](mailto:kim.oneil@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## ABIC 2000 : Biotechnologie agricole - La science du nouveau millénaire

TORONTO (ONTARIO) — 5-8 juin 2000 — Le nouveau millénaire sera façonné par une science en particulier, la biotechnologie agricole. La troisième conférence internationale sur la biotechnologie agricole, **Agricultural Biotechnology International Conference (ABIC 2000)**, contribuera à mettre en évidence l'évolution de la biotechnologie agricole comme science mondiale.

ABIC 2000 regroupera tout un éventail d'éminents chercheurs, décideurs et intervenants du secteur de la biotechnologie agricole. Les participants auront l'occasion de prendre part à un vaste programme d'activités axées sur divers thèmes en rapport avec le commerce et la recherche intéressant aussi bien les responsables d'entreprises établies dans le secteur que les nouveaux venus.

Des conférenciers donneront le coup d'envoi des séances qui porteront sur les cinq grands thèmes suivants : les innovations dans les divers domaines de la science des cultures; l'élevage; les procédés et les

activités à valeur ajoutée; les tendances et les techniques en matière de protection de la propriété intellectuelle; les tendances du commerce international.

ABIC 2000 offre également un accès à un réseau de relations avant la tenue de la conférence grâce à son babillard en ligne, un service sur place d'échange entre responsables d'entreprise conçu pour favoriser la conclusion de partenariats et une tribune axée sur le transfert de technologie, où les universités et les organismes de recherche du Canada chefs de file dans leur domaine présenteront leurs plus récentes réalisations.

Pour plus de détails, consulter l'adresse internet [www.abic.net](http://www.abic.net) ou communiquer avec M<sup>me</sup> Sharon Murray, coordonnatrice de la conférence ABIC 2000, tél.: 1 877 925-2242 (Amérique du Nord), (306) 934-1772 (international), téléc.: 1 877 333-2242 (Amérique du Nord), (306) 664-6615 (international), courriel : [siggroup@sk.sympatico.ca](mailto:siggroup@sk.sympatico.ca) \*

## Accès aux marchés : internationaux

(Suite de la page 2)

Le rapport comprend aussi une section intitulée « Profil : la Région de l'Atlantique », première d'une série qui traitera des retombées commerciales sur les économies de cette région du pays.

Pour terminer, le Ministre a souligné que le gouvernement du Canada tient à poursuivre avec les Canadiens un dialogue constant sur les questions de commerce. Il les a invités à faire part de leurs réflexions sur la mondialisation du commerce, au moyen du site internet du Ministère « Négociations et accords commerciaux » à l'adresse [www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac](http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac).

Ouverture sur le monde et d'autres renseignements sur les exportations sont accessibles en ligne au site du MAECI ou à l'adresse [www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca) \*

## Visez le monde avec le FITT

TORONTO — 7-8 mai 2000 — Le Forum pour la formation en commerce international (FITT) Inc. tiendra sa troisième conférence annuelle à l'hôtel Hilton Toronto Airport.

Cet événement offre aux entreprises une excellente occasion d'élargir leurs connaissances et leurs réseaux en matière

de commerce international. Les participants pourront entendre des chefs de file de l'industrie et des professionnels agréés en commerce international (PACI), participer à des ateliers sur les grands enjeux commerciaux et profiter des possibilités de réseautage avec plus de 300 personnes travaillant dans le commerce international.

Cette année, les commanditaires de la conférence sont les suivants : Équipe Canada Inc, la Société pour l'expansion des exportations, la Banque Royale du Canada, Ontario Exports Inc, CGA-Canada, la BDC, *PROFIT Magazine* et l'Association canadienne des professionnels de la vente.

Pour plus de renseignements sur la conférence, consulter le site [www.fitt.ca](http://www.fitt.ca) ou téléphoner au (613) 737-9247. \*

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



MAY 23 2000

Débouchés prometteurs en énergie

# Mission canadienne réussie en Inde



LATEST ISSUE  
DERNIER NUMÉRO

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

## DANS CE NUMÉRO

- 2 Équipe Canada : exemple de réussite
- 4 Le marché du pétrole et du gaz au Brésil
- 6 Carrefour États-Unis
- 8 La Chambre de commerce Canada-Venezuela
- 9 Perspectives pour l'Amérique latine
- 12 L'Initiative des villes durables en Chine
- 13 Occasions d'affaires
- 14 Foires et missions commerciales
- 15 Au calendrier

Il y a deux mois, une délégation composée de 15 représentants des principales sociétés d'énergie du Canada s'est rendue en Inde afin d'y présenter des « solutions canadiennes pour répondre aux besoins de l'Inde en matière d'énergie » à des représentants gouvernementaux clés, des producteurs d'énergie indépendants et des représentants de chambres de commerce et du milieu des affaires.

Cette délégation sectorielle du Canada est la plus importante qui se soit rendue en Inde jusqu'à maintenant, de même que la première à toucher autant d'États indiens par l'entremise de colloques régionaux (15 États représentés), bien

qu'elle n'ait visité que trois villes, soit Chennai, Calcutta et Chandigarh.

Les communications présentées par les représentants d'entreprises canadiennes ont été bien accueillies. Elles ont attiré entre 40 et 80 participants dans chacune des villes visitées et ont été suivies de périodes animées de questions et réponses. Des séances interactives tenues durant les pauses déjeuner et les réceptions en soirée ont aussi favorisé la formation de réseaux avec d'importantes personnalités indiennes et des représentants d'entreprises du secteur privé — notamment des premiers ministres et des ministres d'État à l'Énergie, des présidents de commissions

Voir page 3 – Mission

## LE MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL, M. PETTIGREW, PARLE COMMERCE AUX CANADIENS



Le ministre Pettigrew (à droite) remet le Prix du nouvel exportateur du mois (présenté dans le numéro précédent de CanadExport, p. 3) à M. Neale Johannesson, président de Cyntech Corporation, à Calgary.

Voir l'article en page 10

canadexp

Vol. 18, N° 9 –  
15 mai 2000

SUPPLÉMENT SUR  
LA COMMUNAUTÉ ANDINE  
(Voir l'encart)

Canada

**D**eux ans après sa participation à la mission commerciale d'Équipe Canada en Amérique latine et en Amérique du Sud en 1998 et la signature

# Massload Technologies

## vaut son pesant d'or

*d'un contrat d'une valeur de 200 000 \$ au Mexique, qui a produit des recettes de plus de 1 million de dollars, les perspectives commerciales de la société Massload Technologies, de la Saskatchewan, ne diminuent pas dans le sud de l'hémisphère occidental, bien au contraire.*

Massload Technologies prend du muscle en vue d'aborder tout le continent sud-américain, y compris les pays des Andes comme la Bolivie et la Colombie. « Ces marchés présentent un excellent potentiel pour notre société. Nous y sommes très concurrentiels », affirme avec confiance M. Bill Elliott, le président de Massload, un fabricant d'extensiomètres et de bascules électroniques.

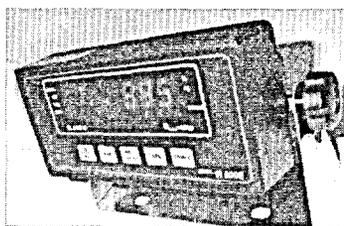
Quelle sera son arme secrète pour pénétrer le marché andin? Le président sourit, mais n'en dit pas plus.

Il parle cependant volontiers des marchés eux-mêmes : « Nous cherchons toujours des débouchés particuliers. Les

règlements sud-américains sont souples et, en pénétrant dans cette région, nous nous démarquerons de nos concurrents américains et canadiens. »

### Stratégie d'entreprise

Dans cette région, les marchés sont toujours établis au moyen d'une entente de coentreprise. Cette méthode est moins coûteuse qu'un investissement intégral à l'étranger et elle permet aux partenaires locaux, notamment au Mexique, de mieux adapter la stratégie de commercialisation aux conditions locales, en échange du transfert de technologies qu'offre l'équipement de qualité de Massload à



Le lecteur TI500 de Massload

la fois dans le secteur industriel et dans le secteur agricole. Comme tout va pour le mieux, le fabricant d'extensiomètres électroniques, qui jouit d'une excellente réputation (près de 70 % de tous les ponts-basculés au Canada en sont munis), envisage une expansion.

D'après M. Elliott, qui emploie environ 50 personnes, « nous engagerons entre 5 et 10 autres personnes cette année ». Il s'agit d'une augmentation de l'effectif d'environ 10 à 20 %. « J'ai bon espoir que ce ne soit que la partie visible de l'iceberg. »

Pendant la mission d'Équipe Canada, Massload Technologies, qui fabrique et exporte un vaste éventail de produits, dont des bascules à bestiaux, des ponts-basculés, des systèmes de pesée sans fil, des bascules pour marchandises en vrac et des extensiomètres, a reçu l'aide de la section commerciale de l'ambassade du Canada au Mexique. On lui a prodigué

des conseils sur les manières d'approcher les différents milieux d'affaires, des renseignements sur les personnes-ressources, de l'aide pour les questions juridiques et une liste de personnes à rencontrer dès le départ.

M. Elliott a remarqué que « le contexte dans lequel se sont déroulées les rencontres de la mission et la présence des premiers ministres ont également contribué à établir la confiance nécessaire à la formation d'une équipe et d'une synergie. Selon la région, les premiers ministres ont eu, à divers degrés, un effet important sur les rencontres. »

« Nous avons néanmoins fait la majeure partie du travail nous-mêmes, de concert avec nos homologues mexicains », précise M. Elliott.

### L'arme secrète est dévoilée

Participer à une mission d'Équipe Canada n'est pas une partie de plaisir : « Il faut se préparer et communiquer avec les

*Voir page 3 - Massload*

## Le coin des lecteurs

Monsieur le Président,

Je vous remercie de vous avoir permis de participer à la société dans le cadre de CanadEx, des offres de

Meilleures salutations,

Le président,  
Michael Quinn  
Systèmes d'Ordinateur Logo inc. (LCSI)  
Montréal ★

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction : Patrick Marleau

Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000

Tél. : (613) 996-2225

Télex : (613) 992-5791

Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Internet :

[www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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

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

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec CanadExport au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de CanadExport ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3330

canadexport

(Suite de la page 1)

de l'Inde, des directeurs généraux de sociétés d'État, des ingénieurs en chef et des chefs de direction.

Les colloques ont été suivis de réunions individuelles avec des clients indiens éventuels.

### Mission accomplie

Un des principaux objectifs de la mission — organisée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et par le haut-commissariat et les consulats du Canada en Inde — consistait à promouvoir les compétences des entreprises canadiennes désireuses de percer sur le marché indien (IntraCoastal, UMA Engineering) et celles des sociétés déjà présentes sur ce marché (SNC-Lavalin, Acres, Agra) de façon à leur permettre d'étendre leurs réseaux de contacts dans différents États indiens.

Plus de 95 % des participants canadiens se sont dits très satisfaits des principaux éléments du programme : efficacité des activités, représentation appropriée de clients aux colloques et aux réceptions, objectifs de la mission et possibilité de repérer des clients éventuels et des occasions de vente.

En outre, la mission a permis de réaliser un objectif de premier plan, soit faire valoir les compétences de calibre mondial du Canada dans le domaine de l'hydroélectricité et dans d'autres secteurs comme les réparations et l'entretien, le transport et la distribution, les technologies d'efficacité énergétique, les systèmes de comptage évolués, les produits de simulation, le matériel d'essai, la conception et l'ingénierie de systèmes, les mesures de sécurité des barrages et plusieurs autres produits et technologies connexes.

### Potentiel du marché

L'Inde représente l'un des plus importants marchés en puissance au monde dans le secteur énergétique. Dans le cadre de son 9<sup>e</sup> plan quinquennal (1997-2002), le gou-

vernement a prévu d'accroître la capacité de production énergétique du pays de 56 000 MW, ce qui pourrait se traduire par des investissements évalués à 215 milliards de dollars.

### Débouchés prometteurs en énergie

# Mission canadienne réussie en Inde

vernement a prévu d'accroître la capacité de production énergétique du pays de 56 000 MW, ce qui pourrait se traduire par des investissements évalués à 215 milliards de dollars.

Les perspectives les plus intéressantes qui s'offrent aux entreprises canadiennes comprennent divers projets : construction de nouvelles centrales de taille moyenne (jusqu'à 200 MW); production intégrée d'énergie; cogénération; construction de petites installations hydroélectriques (jusqu'à 15 MW); rénovation et modernisation de centrales d'un certain âge (des services de réparation et d'entretien sont nécessaires pour environ 30 000 MW de capacité installée); fourniture de systèmes de comptage évolués, d'appareils de simulation, d'appareils et d'équipements de mesure électrique, de systèmes d'alimentation électrique en cas d'urgence et de technologies de contrôle de l'environnement.

### Suivi de la mission

Plusieurs participants canadiens explorent déjà des pistes auxquelles la mission a donné lieu, tandis qu'une entreprise, qui n'a pas pu participer, a obtenu des ren-

seignements sur des clients éventuels et des débouchés pour ses produits. Le haut-commissariat du Canada en Inde offre son plein appui aux activités de suivi des entreprises canadiennes dans ce

secteur clé de l'économie indienne. Il a aussi l'intention d'organiser, l'an prochain au Canada, la visite d'une délégation indienne du secteur énergétique afin de renforcer les liens entre les secteurs canadien et indien.

Selon des observateurs sectoriels, la mission venait à point nommé. En effet, l'Inde procède actuellement à des réformes et accorde la priorité au secteur énergétique. La mission a suscité beaucoup d'intérêt à l'égard des sociétés d'énergie du Canada et pourrait donner lieu à la formation de partenariats qui contribueraient à développer les relations d'affaires entre les entreprises canadiennes — qui possèdent les technologies et le savoir-faire nécessaires pour aider l'Inde à satisfaire à ses besoins énergétiques croissants — et les entreprises indiennes.

Pour plus de renseignements sur le marché de l'énergie en Inde ou pour obtenir une liste complète des participants à la mission, communiquer avec M. John Burbridge, Direction de l'Asie du Sud, MAECI, tél.: (613) 996-5903, téléc.: (613) 996-5897, courriel: john.burbridge@dfait-maeci.gc.ca \*

## Massload Technologies (Suite de la page 2)

personnes concernées, ses partenaires et l'ambassade avant la mission. Il n'y a vraiment pas assez de temps au cours de la mission pour tout établir à partir de zéro.» Ce conseil est fourni par un homme d'expérience, qui a aussi pris part à la mission d'Équipe Canada en Asie-Pacifique en 1997.

Le « poids lourd » Massload Technologies possède sans aucun doute la vision à long terme qui distingue les sociétés qui réussissent de celles qui stagnent, c'est-à-dire une grande confiance permettant la concrétisation des projets, la persévérance dans l'application de normes de qualité

rigoureuses aux produits et une alliance stratégique avec Équipe Canada.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Bill Elliott, président de Massload Technologies, tél.: (306) 242-2020 ou 1 800 667-3825, téléc.: (306) 931-1991 (Canada et É.-U.), site Web: www.massload.com \*

# BRÉSIL — Le marché

## Le Service des délégués commerciaux du Canada

aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 600 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre et sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



La concurrence est très vive sur le marché brésilien du pétrole et du gaz naturel, mais de nombreux débouchés s'offrent tout de même aux entreprises canadiennes. Le gouvernement du Brésil estime que la consommation du pétrole augmentera annuellement de 4,1 à 5 % au cours de la prochaine décennie. En d'autres termes, la consommation devrait croître d'au moins 50 % en dix ans.

Le ministère des Mines et de l'Énergie prévoit qu'en 2005 la demande de carburant devrait s'établir à environ 2,3 millions de barils par jour, volume qui dépasse la capacité de raffinage du pays. Petrobras, la société pétrolière d'État, s'attend à ce que sa production quotidienne atteigne 1,5 million de barils en l'an 2000. En dépit de sa production nationale considérable, le Brésil doit encore importer environ 35 % du pétrole qu'il consomme.

La production et la consommation de gaz naturel devraient également s'accroître. Actuellement, Petrobras produit

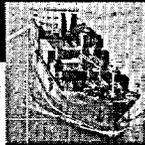
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

### LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visas
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie du matériel et des services d'exploitation du pétrole et du gaz en Amérique latine et dans les Caraïbes



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Pétrole et du gaz

l'équipement de gestion de l'environnement.

Pour ce qui est du secteur du matériel et des services, les occasions d'affaires se présentent notamment dans les technologies de production en eau profonde, la construction, l'ingénierie, l'essai, la surveillance et l'inspection des pipelines, les systèmes d'acquisition et de contrôle des données (Supervisory Control and Data Acquisition, SCADA), les logiciels et services d'interprétation des données, les logiciels et services de simulation des procédés et les projets clé en main, comme les plates-formes de production en mer.

## Secteur du gaz naturel

Au Brésil, le secteur du gaz naturel est en pleine croissance. Le gouvernement brésilien prévoit de faire passer à 10 % la part du gaz dans le réseau énergétique d'ici 2005 (elle se situe actuellement entre 2 et 3 %).

Dans le secteur du gaz naturel, les entreprises canadiennes trouveront des débouchés dans la distribution, les services d'experts-conseils et les technologies connexes,

les compresseurs et les turbines, et les jeux de conversion pour véhicules, ainsi que dans la gamme de technologies et de services associés aux pipelines et les systèmes SCADA utilisés pour les importants projets de transport. Des capitaux étrangers seront aussi nécessaires pour mener à bonne fin plusieurs projets de transport et de transmission d'énergie thermique.

## Ce marché vous intéresse ?

Pour en savoir davantage sur les nombreux débouchés qu'offre le marché brésilien du pétrole et du gaz naturel, consulter l'étude complète intitulée *Aperçu des secteurs du pétrole et du gaz au Brésil*. Cette étude est disponible à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

31 millions de mètres cubes de par jour. Le gouvernement estime que la consommation de gaz naturel augmentera de 6,6 % par année au cours de la prochaine décennie.

## Industrie pétrolière

La fin du monopole d'État (en 1997) a stimulé l'industrie pétrolière. Au cours des années à venir, des contrats totalisant plus de 40 milliards de dollars seront accordés au secteur privé, notamment à des fabricants de matériel, à des constructeurs de plates-formes et à des fournisseurs de services.

## Débouchés

Il y a des débouchés dans les sous-secteurs de l'exploitation et la production, du forage et l'entretien des puits ainsi que de l'investissement dans les projets de construction et d'agrandissement. D'autres projets présentent également des débouchés intéressants pour les entreprises canadiennes, comme les techniques de récupération assistée, l'étude des gisements et les méthodes de pointe d'études géologique et pétrophysique.



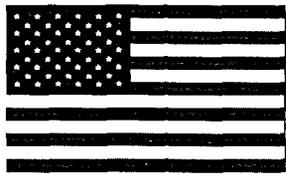
Petrobras s'intéresse également aux nouvelles techniques de décontamination, aux dispositifs de contrôle de la pollution des raffineries, de même qu'à

www.infoexport.gc.ca

Est-ce un marché pour vous ?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

**Le marché du pétrole et du gaz**

Consultez nos études de marché



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## Washington (D.C.) Votre milieu de commerce!



Les États du centre du littoral de l'Atlantique constituent trois marchés clés — la vallée du Delaware (Philadelphie- Washington), le corridor Baltimore-Washington et l'État de Virginie.

Ces marchés sont le berceau de secteurs d'activité clés tels que les services aux entreprises, l'administration publique, le tourisme, la fabrication et le commerce de détail. Soixante-et-une des sociétés faisant

partie de la liste des 500 premières entreprises de la revue *Fortune* ont leur siège social dans l'un des États de la région. Centre du marché lucratif du gouvernement fédéral américain, cette région emploie les travailleurs les plus instruits et les mieux rémunérés des États-Unis; on y trouve en outre la plus importante concentration d'entreprises de technologie à l'extérieur de la Silicon Valley. ✪

### Promotion du commerce international

Les trois unités (ci-dessous et les encadrés ci-contre et page suivante) de la Section de la promotion du commerce international (PCI) de l'ambassade du Canada à Washington s'occupe activement de la promotion des produits, services, technologies et possibilités d'investissement du Canada auprès des trois principaux

groupes de clients de la région : le milieu des affaires des États du centre du littoral de l'Atlantique; le gouvernement fédéral des États-Unis; les institutions financières internationales (IFI), dont la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement, qui ont leur siège à Washington, D.C. ✪

### Faire affaire avec le gouvernement fédéral des É.-U.

L'Unité des marchés publics fait la promotion des produits, des services et des technologies du Canada auprès du gouvernement fédéral des É.-U., lequel dépense plus de 150 milliards de dollars par année dans le cadre de contrats avec ses ministères civils et de la Défense. Des entreprises canadiennes ont réussi à vendre des technologies dans de nombreux domaines, comme les systèmes d'information, les applications liées à la démillitarisation ou aux océans, l'aviation et la formation et simulation. Les organismes fédéraux, des États et les organisations locales ont aussi acheté une gamme étendue de marchandises, de services et de technologies canadiens. Pour plus d'information, visiter notre site internet [www.canadianembassy.org/business/index.html](http://www.canadianembassy.org/business/index.html) ou nous joindre par télécopieur au (202) 682-7795. ✪

### Vous voulez exploiter les débouchés d'un marché de 22 millions de consommateurs?

L'Unité de promotion du commerce et du développement des investissements de l'ambassade du Canada peut aider les entreprises prêtes à exporter à explorer les débouchés dans tous les secteurs. Lieu de naissance de l'internet, les États du centre du littoral de l'Atlantique constituent un carrefour national et mondial pour l'industrie des communications. Centrée sur le U.S. National Institute of Health, sur de grandes universités qui font de la

recherche, la région est aussi un centre de percées en sciences de la vie. Quel que soit votre secteur d'activité — biotechnologie, technologies de l'information, formation en administration, produits de consommation ou technologies environnementales — contactez-nous!

Pour plus d'information, voir notre site internet [www.canadianembassy.org/francais/business/](http://www.canadianembassy.org/francais/business/) ou nous joindre par télécopieur au (202) 682-7619. ✪

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

## L'approvisionnement à l'honneur

L'Unité des marchés publics de l'ambassade du Canada à Washington a organisé, du 22 au 25 février, une mission de chefs dans le domaine de l'approvisionnement. L'atelier a permis de présenter aux agents de promotion commerciale qui travaillent au Canada et dans les consulats canadiens partout aux États-Unis les occasions de marchés auprès du gouvernement fédéral et des gouvernements des États. Les 30 participants (que l'on voit ici avec l'ambassadeur, M. Raymond Chrétien) ont aussi

assisté à une séance d'information détaillée sur les débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes qui souhaitent faire des affaires dans les États du centre du littoral de l'Atlantique et ils ont eu des rencontres individuelles avec des agents



en approvisionnement du gouvernement fédéral et des gouvernements des États américains et avec des intégrateurs de systèmes du secteur privé qui exercent leurs activités dans cette région.

Cet événement a connu un tel succès qu'un atelier similaire est prévu en février 2001. Pour information, télécopier au (202) 682-7619, a/s de la Mission sur les marchés publics, Unité des marchés gouvernementaux, ambassade du Canada, Washington. ✪

## LA CRÉATION DE PARTENARIATS TRANSFRONTALIERS

Du 29 février au 2 mars, 45 spécialistes de la formation canadiens et 110 de leurs homologues des É.-U. se sont réunis pour un programme passionnant de trois jours axé sur l'initiation au marché, des visites, des réceptions, des exposés portant sur le secteur et des rencontres individuelles visant à promouvoir les partenariats transfrontaliers. Comme les sociétés de formation canadiennes sont dans une position de plus en plus favorable pour exploiter le contenu solide et le caractère novateur de leurs produits ainsi que leurs compétences techniques pour s'implanter sur le marché américain et dans le reste du monde, l'Unité de promotion du commerce et

of Technology, le Willis College of Business and Technology et un certain nombre d'entreprises de formation dynamiques. Vingt-sept experts du Canada et des États-Unis ont participé à des discussions de groupe traitant des tendances, des aspects commerciaux du partenariat, de l'agrément et des circuits de distribution. Lors d'un colloque de spécialistes, quatre groupes de partenaires en formation des É.-U. et du Canada ont décrit les facteurs de réussite de ce genre de partenariat.

Les occasions de réseautage de **Partners in Training** (comprenant une journée de rencontres avec des « partenaires »), ont donné lieu à une entente de coentreprise et nombre d'alliances éventuelles. ✪



Les représentants d'entreprises de formation des É.-U. et du Canada échangent de l'information au cours de la rencontre entre partenaires.

de développement des investissements, qui a lancé il y a deux ans un bulletin sur les marchés d'exportation, **SERVEExport**, s'est inspirée des réponses de ses lecteurs pour organiser **Partners in Training**. Les participants canadiens comprenaient l'University of Winnipeg, l'University of Waterloo, la York University's Schulich School of Business, le B.C. Institute of Technology, le Southern Alberta Institute

## VOUS VOUS CONCENTREZ SUR DES MARCHÉS EN DÉVELOPPEMENT?

Le Bureau de liaison avec les institutions financières internationales (BLIFI) de la Section PCI constitue une escale qui en vaut la peine pour les sociétés qui ont l'expérience des exportations vers les É.-U. et qui étudient la possibilité de s'attaquer aux marchés publics de pays en développement, notamment le Mexique. Une partie importante des marchés des pays en développement est financée par la Banque mondiale et par la Banque interaméricaine de développement, qui ont toutes deux leur siège à Washington. Le BLIFI peut vous aider à planifier votre stratégie commerciale et à nouer des relations utiles dans les IFI. Pour information, voir notre site internet [www.canadianembassy.org/olifi](http://www.canadianembassy.org/olifi) ou nous joindre par télécopieur au (202) 682-7789. ✪

## Vous voulez vous lancer dans l'exportation dans cette région? MISSIONS EXEU (ANCIENNEMENT NEEF-PLUS) À VENIR

WASHINGTON (D.C.) — 5-6 juin 2000 — **GlobeTech 2000** de la CATA. Pour plus d'information, communiquer avec M. Gerard Brathwaite-Sturgeon, tél.: (202) 682-7746, téléc.: (202) 682-7619, courriel: [gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca) ou visiter le site internet de la CATA à [www.cata.ca/globetech](http://www.cata.ca/globetech) (voir p. 16 pour plus d'information).

WASHINGTON (D.C.) — 20-24 septembre 2000 — **Natural Products Expo**. Pour plus d'information, communiquer avec M<sup>me</sup> Cynthia Stevenson, tél.: (202) 682-7765, téléc.: (202) 682-7619, courriel: [cynthia.stevenson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:cynthia.stevenson@dfait-maeci.gc.ca)

BALTIMORE (MARYLAND) — 26-27 octobre 2000 — **Maryland Bio-Alliance Symposium**. Pour plus d'information, communiquer avec M. Manuel Ellenbogen, tél.: (202) 682-7766, téléc.: (202) 682-7619, courriel: [manuel.ellenbogen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:manuel.ellenbogen@dfait-maeci.gc.ca)

Les sociétés canadiennes désireuses de participer à l'un ou l'autre de ces événements doivent communiquer avec le Centre du commerce international de leur région ou avec l'agent de l'ambassade du Canada mentionné plus haut pour obtenir des renseignements additionnels et de l'information sur leurs sous-secteurs d'intérêt. ✪

**L**a Chambre de commerce Canada-Venezuela (CCCV), établie en octobre dernier, est un organisme à but non lucratif ayant pour principale mission de promouvoir les échanges commerciaux, industriels, financiers, scientifiques et économiques de toutes sortes entre le Canada et le Venezuela.

La Chambre de commerce Canada-Venezuela a aussi pour objectifs :

- d'aider les entreprises canadiennes et vénézuéliennes à faire des affaires

# La Chambre de commerce Canada-Venezuela sur la bonne voie

dans l'un ou l'autre pays, en facilitant les rapports, la coopération et les échanges entre les gens d'affaires et les organismes commerciaux;

- d'organiser des réunions pour ses membres et invités, afin de promouvoir des événements présentant un intérêt particulier, et de tenir ses membres au courant des possibilités existantes;
- d'aider ses membres à obtenir les renseignements précis dont ils ont besoin;
- de recueillir, d'organiser et de distribuer de l'information et d'autres communications à ses membres pour répondre à leurs besoins et à leurs demandes.

## Liens étroits avec la Chambre de commerce au Venezuela

La CCCV a conclu une entente de coopération avec la Chambre de commerce Venezuela-Canada, qui a été créée il y a plus de 10 ans à Caracas, au Venezuela. Une quinzaine d'entreprises canadiennes, surtout des secteurs du pétrole et de l'exploitation minière, sont des membres actifs de la Chambre. L'entente a pour objet :

- de créer un lien entre les sites internet des deux chambres;
- d'offrir aux membres des chambres une réduction des frais de cotisation, de sorte qu'un membre d'une des deux chambres ne doit acquitter que 10 % de la cotisation d'adhésion à l'autre chambre (pour la première année d'adhésion seulement);
- de permettre à leurs membres de consulter les bases de données des deux chambres;

- de permettre la participation conjointe aux événements qui profitent aux deux chambres, notamment :
  - \* missions commerciales;
  - \* expositions itinérantes;
  - \* conférences et colloques;
  - \* déjeuners-causeries avec conférenciers invités de l'une ou l'autre chambre;
- de permettre à chaque chambre de diffuser auprès de ses membres de l'information sur des faits nouveaux survenus dans chaque pays et sur l'état de la situation à l'égard de diverses questions.

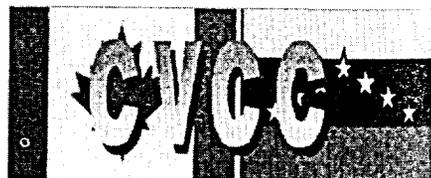
La CCCV compte également sur l'appui du consulat du Venezuela à Toronto.

## Services offerts

Les services qu'offre la CCCV à ses membres pour les aider à faire de nouvelles affaires au Venezuela comprennent notamment :

- une base de données sur les entreprises vénézuéliennes ayant investi au Canada;

- un répertoire des entreprises vénézuéliennes offrant des services de fournisseurs dans divers domaines au Venezuela;
- un site internet comportant des liens ainsi que des renseignements sur les colloques, les activités, des personnes et les services accessibles en direct;
- un répertoire en direct — qui sera lancé le 1<sup>er</sup> juin — donnant accès aux entreprises vénézuéliennes ayant un intérêt pour le Canada. Les membres de la CCCV auront la possibilité de décrire brièvement ce qui les intéresse sur le plan commercial;
- des renseignements précis, diffusés régulièrement, sur la conduite des affaires au Venezuela;
- des renseignements sur les lois en matière d'importation, d'exportation et de fiscalité, ainsi que sur d'autres aspects juridiques présentant un intérêt pour les entreprises canadiennes et les entreprises vénézuéliennes, à la fois au Canada et au Venezuela;
- des renseignements de nature logistique sur le transport international à l'intention des importateurs et des exportateurs du Canada;
- des réductions sur les billets d'avion vers le Venezuela et sur les frais d'hôtel et de location de voiture.



Au nombre des activités à venir, signalons la promotion de la CCCV, au cours de la Foire nationale du pétrole qui aura lieu le mois prochain à Calgary (une délégation vénézuélienne s'y rendra), ainsi que le lancement d'un bulletin.

Pour plus de renseignements sur la Chambre de commerce Canada-Venezuela (qui est établie à Toronto), communiquer avec le président, M. David J. Ostos, tél. : (416) 322-0272, téléc. : (416) 322-6113, internet : [www.cvcc.ca](http://www.cvcc.ca) \*

# La Communauté andine : faites la connaissance d'un nouveau visage de l'Amérique du Sud

*Le moment est venu d'examiner de plus près les nouveaux débouchés commerciaux attrayants qui s'ouvrent dans la Communauté andine — qu'on appelle Comunidad Andina en espagnol.*

Disposant d'une superficie de 4,7 millions de km<sup>2</sup> et d'une population totale de plus de 108 millions d'habitants, la Communauté andine réunit cinq pays — la Bolivie, la Colombie, l'Équateur, le Pérou et le Venezuela — dont le produit intérieur brut (PIB) s'établit à environ 288 milliards \$US. La région andine offre d'importantes ressources naturelles (pétrole, cuivre et or) et un vaste marché agricole et agroalimentaire, qui correspondent bien aux compétences considérables du Canada dans ces domaines.



La Communauté andine est devenue un important partenaire commercial du Canada; la valeur totale des échanges commerciaux bilatéraux a dépassé les 2,69 milliards \$ en 1999.

La valeur des exportations du Canada vers cette région du monde a atteint approximativement 1,1 milliard \$, tandis que celle des importations s'est élevée à 1,6 milliard \$. Pour sa part, la Communauté andine cible depuis quelque temps le Canada en vue d'en faire un partenaire clé dans les domaines du commerce et de l'investissement. Le volume cumulatif de l'investissement canadien dans la Communauté andine se situe à quelque 13 milliards \$, principalement dans les secteurs de l'énergie, des mines et des télécommunications.

L'Accord de coopération entre le Canada et la Communauté andine en matière de commerce et d'investissement (ACCI), conclu en 1999, a mis en place le cadre qui permet le resserrement et la poursuite de la coopération commerciale et économique en :

- ◆ faisant la promotion de la libéralisation des échanges commerciaux et de l'investissement, et en préservant un contexte commercial propice à l'échelle internationale;
- ◆ facilitant une plus grande coopération et participation de la part du secteur privé;
- ◆ encourageant les deux parties à mettre en commun les informations sur les activités et possibilités dans les domaines du commerce et de l'investissement;
- ◆ constituant un Groupe consultatif bilatéral qui se réunira périodiquement afin de veiller au respect de l'Accord et à la poursuite de ses objectifs, ainsi qu'à l'exécution du Plan d'action prévu par l'ACCI.

Il est recommandé aux entreprises canadiennes qui font affaire sur les marchés de la Communauté andine de s'informer sur les contextes politique, économique et en matière de sécurité de ces pays, de se tenir au courant de l'évolution de la situation et d'être prêtes à réagir rapidement à tout nouvel événement. Avant d'entreprendre un voyage d'affaires ou autre, il est également indiqué de consulter les avis et mises à jour sur les pays

étrangers diffusés dans le site Web du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) à :

[www.dfait-maeci.gc.ca/travel/menu-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/travel/menu-f.asp)

Malgré les complexités, les incertitudes et les risques associés au fait d'exercer des activités commerciales dans la région des Andes, il existe des débouchés pour les entreprises qui font preuve de persévérance et de patience, et qui s'engagent à long terme sur ces marchés.

Ce supplément spécial de *CanadExport* consacré à la Communauté andine présente les débouchés qu'offre ce marché aux exportateurs canadiens, tout en visant à élargir la gamme et le volume des exportations du Canada vers cette région.

**Pour de plus amples informations, communiquer avec la Direction de l'Amérique du Sud (LSR), Développement du commerce international, MAECI, tél. : (613) 992-0384, fax : (613) 943-8806, courriel : [enqserv@dfait-maeci.gc.ca](mailto:enqserv@dfait-maeci.gc.ca)**

préparé par la Direction de l'Amérique du Sud



# La Bolivie :

## les politiques de libéralisation du marché favorisent la participation étrangère

La Bolivie est un important producteur de gaz naturel et un pays traditionnellement associé au secteur minier; après de longues années de protectionnisme, elle a mis en oeuvre une politique de libéralisation du marché et autorisé l'investissement privé.

Les exportations du Canada vers la Bolivie ont atteint une valeur totale d'environ 15 millions \$ en 1999; le blé, le papier journal, les services de télécommunications ainsi que le matériel d'exploitation du pétrole et du gaz naturel ont représenté les principaux produits exportés. Bien que le volume des échanges commerciaux entre les deux pays soit relativement faible, de nombreuses possibilités se présentent aux entreprises canadiennes en Bolivie. L'investissement public et privé y augmente, stimulé par des projets d'infrastructures financés par des institutions financières internationales, de même que par de nouveaux investissements dans les secteurs de l'énergie, des mines et des télécommunications.

Le gouvernement estime que l'investissement public et privé pourrait s'élever à 13,2 milliards \$US de 1999 à 2005, principalement dans les secteurs des hydrocarbures, des mines, de l'électricité, des télécommunications, de l'industrie, de l'agriculture et du bâtiment.

### Débouchés, débouchés et ... débouchés

#### Pétrole et gaz

La Bolivie est un chef de file mondial du secteur du gaz naturel, mais ne produit que très peu de pétrole brut. La société pétrolière publique, YPFB (Yacimientos Petroliferos Fiscales Bolivianos), a entamé le processus menant à la privatisation en 1996. Elle a maintenant uniquement la charge de la distribution des produits pétroliers, tandis que la prospection, la production, le raffinage et le transport ont été confiés à des entreprises privées. Plus de 20 sociétés pétrolières et gazières étrangères sont actives en Bolivie, pour la plupart dans le domaine de la prospection.

Il y a trois ans, la société **Propak Systems** (Alberta) a obtenu le plus important contrat de vente jamais décroché par une entreprise canadienne en Bolivie. Elle a

signé un contrat d'une valeur de 14 millions \$US avec ENERSA, un groupe privé de Bolivie, en vue de la livraison d'une usine de traitement du propane.

**Petro-Canada** et l'Agence canadienne de développement international ont engagé un programme de coopération technique avec le secrétariat aux Hydrocarbures de Bolivie il y a plus de huit ans. Ce programme, couronné d'un grand succès, a contribué à l'entrée des produits et de la technologie canadiens sur le marché bolivien, en plus de jouer un rôle important dans le contrat de vente adjudgé à la société Propak.

#### Mines

Les Andes occupent plus du quart de la superficie de la Bolivie et renferment d'énormes ressources minérales. Même si l'activité minière a quelque peu fléchi ces dernières années, le savoir-faire canadien dans ce secteur, conjugué à la perspicacité des entreprises canadiennes en matière de développement durable, bénéficie d'une réputation enviable en Bolivie.

Une action effervescente de prospection minière a permis de découvrir de nouvelles perspectives intéressantes hors des sentiers battus, notamment dans la zone précambrienne et au Sud Lipez, où bon nombre d'entreprises — dont plusieurs canadiennes — mènent maintenant des activités d'exploration.

Le gouvernement bolivien a accordé une concession portant sur la mine de San Cristobal, située dans le Sud de la Bolivie, qui compte des réserves de 259 millions de tonnes de minerai argentifère. Cela en fait une des plus grandes mines à ciel ouvert de gisements d'argent et de zinc. Les travaux de construction devraient y

commencer cette année; le démarrage de l'exploitation est prévu en 2002. Le gouvernement se propose également de privatiser la fonderie d'étain du pays (ENAF-Vinto) et de conclure des accords de location à long terme et des coentreprises en vue de la mise en valeur des mines de Colquiri et de Hanuni.

Lorsqu'il sera appliqué, le nouveau code de l'extraction minière instaurera des conditions plus propices en faveur des investisseurs privés. Il accordera en outre aux entreprises étrangères un accès à des activités dans le domaine minier à une distance de 50 km des frontières internationales.

Disposent des meilleurs débouchés éventuels en Bolivie les entreprises qui fournissent de l'équipement et des services à des fins de prospection minière ainsi que les fournisseurs de matériel remis en bon état. Il n'existe pas d'entraves commerciales visant les importations d'équipement, et on n'exige pas de licences ni de permis.

En 1999, un contrat d'une valeur de 30 millions \$US a été signé par la COMIBOL, l'entreprise minière du secteur public, et **Panamerican Silver** pour la mine de San Vicente, située à proximité de la ville d'Oruro. La société Panamerican exploite également la mine de Quiruvilca, dans le Nord du Pérou, et a récemment acquis la mine Huaron, dans les Andes centrales du Pérou.

#### Télécommunications

Il existe en Bolivie une forte demande pour des entreprises fournissant des systèmes de téléphonie locale ainsi que des services de communications interurbaines, de téléphonie cellulaire, de radiodiffusion (télévision et radio), de cablodistribution et de transmission de données. La société ita-

lienne Entel bénéficie en ce moment d'un monopole en ce qui concerne les appels téléphoniques interurbains, et des coopératives locales indépendantes disposent de droits d'exclusivité pour ce qui a trait aux services téléphoniques locaux. La transmission de données, la cablodistribution et les services à valeur ajoutée sont ouverts à la concurrence. Le monopole d'Entel prendra fin en 2001; le marché connaîtra alors des

#### Bolivie

Population : 7,9 millions d'habitants (1998)

Capitale : La Paz

PIB : 8,4 milliards \$ (1998)

Taux de croissance du PIB : 4,7 % (1998)

Taux d'inflation : 7,8 % (1998)

Investissements directs canadiens à l'étranger : 237 millions \$ (1999)

Exportations canadiennes : céréales, machines électriques, machines, viande et poisson apprêtés, papier et carton, produits du fer et de l'acier

Importations canadiennes : étain, minerais, scories et cendres, fruits et noix comestibles, bois, tricots, boissons, spiritueux et vinaigre.

changements en profondeur. Afin d'encourager la participation d'entreprises étrangères, le gouvernement bolivien tente de mettre en oeuvre dès maintenant sa législation d'ouverture des marchés, un an avant la date prévue de son entrée en vigueur.

Les importations revêtent une importance capitale pour le marché bolivien des télécommunications, car on ne produit pas du tout, à l'échelle nationale, d'équipement ou de matériaux de pointe. Même si les possibilités le plus prometteuses sont liées prin-

cipalement, pour le moment, aux plans d'investissement d'Entel, une augmentation de la demande pour la plupart des produits et services dans le domaine des communications devrait survenir dès 2001. ■

## La Colombie: porte d'accès aux marchés régionaux

La Colombie est l'un des plus dynamiques partenaires commerciaux du Canada en Amérique du Sud — son quatrième marché à l'exportation en 1999. Le volume des échanges commerciaux bilatéraux a fait un bond de 50 % au cours des cinq dernières années. Disposant d'installations portuaires donnant accès aux deux océans, la Colombie occupe une position stratégique de point d'accès à l'Amérique du Sud, ce qui fait de ce pays un point de départ recherché en vue d'une expansion vers le reste du continent. La Colombie bénéficie aussi d'un accès privilégié aux marchés avoisinants en vertu d'accords de libre-échange avec le Chili et le Mexique.

À l'instar des autres pays de la Communauté andine, la Colombie a éprouvé des difficultés économiques ces deux dernières années. Toutefois, on observe des signes d'amélioration, grâce, notamment, à un important prêt consenti par le Fonds monétaire international.

En 1990, le gouvernement a lancé un programme de modernisation économique prévoyant l'élimination progressive des restrictions visant les importations, ainsi que l'abaissement des droits de douane. Cette initiative a débouché sur un accroissement des importations de biens de consommation et, élément plus important encore, de technologies et d'équipements nécessaires à la modernisation de son industrie.

### Débouchés, débouchés et ... débouchés

#### Agriculture et agroalimentaire

L'implantation récente de deux géants internationaux du secteur de la distribution alimentaire, Makro, des Pays-Bas, et Institutional Food Services, des États-Unis, a donné le coup d'envoi d'une révolution dans le domaine de la commercialisation des aliments en Colombie — révolution semblable à l'avènement du méga-supermarché en Amérique du Nord. Résultat : ce marché d'importation, qui représentait auparavant une chasse gardée appartenant presque exclusivement aux États-Unis, est maintenant ouvert au Canada.

Certes, les exportations de produits agricoles du Canada ont constamment dépassé les 100 millions \$ par année, mais elles se sont composées principalement de produits bruts, par exemple des légumineuses et des céréales. On demande maintenant des produits alimentaires transformés de qualité et des produits spécialisés, tant pour les foyers que pour le marché spécialisé. En 1998, les exportations de produits agroalimentaires du Canada vers la Colombie ont atteint près de 200 millions \$, dont près de 90 millions \$ en produits à valeur ajoutée.

En Colombie, les produits de marque **President's Choice** sont vendus exclusivement par la société Cadenalco S.A., l'une des plus importantes entreprises d'importation

et de distribution d'aliments du pays. Les deux entreprises ont conclu un contrat de trois ans en 1998, entente aux termes de laquelle Cadenalco s'engageait à vendre au détail les produits de marque **President's Choice** dans trois de ses chaînes. Seize points de vente Cadenalco

vendent actuellement quelque 180 produits **President's Choice**.

#### Environnement

Le secteur de l'environnement offre des possibilités considérables aux entreprises canadiennes. L'Association nationale colombienne des industriels estime que plus de 500 millions \$US seront consacrés chaque année pendant la prochaine décennie à des activités à caractère environnemental.

En outre, la Colombie s'enorgueillit d'être dotée d'un des régimes réglementaires les plus complets et les plus progressistes d'Amérique latine : il ne compte pas de barrières tarifaires, ni de restrictions touchant les investissements dans le secteur de l'environnement.

Des possibilités se présentent dans les domaines de la gestion des déchets solides urbains, de la production par des techniques non polluantes, des services d'experts-conseils en environnement, des services d'ingénierie et de traitement des eaux usées. La plupart des municipalités de Colombie, dont le nombre dépasse le millier, ne disposent pas d'installations de traitement des eaux usées.

La société **Envista Technologies** (Saskatchewan) vient de se voir confier un projet d'une valeur de 1,5 million \$ financé par la Banque mondiale. Ce projet prévoit la conception, la réalisation et l'installation d'un système complet d'information sur l'environnement destiné à la ville de Bogotá. Il s'agit d'un système normalisé et protégé de prestation d'information sur l'environnement.

Le gouvernement se prépare également à investir 24 millions \$ sur cinq ans afin de mettre en place un réseau national de surveillance dans le but d'améliorer l'évaluation de la qualité de l'air.

#### Télécommunications

Le gouvernement est résolu à développer les services de télécommunications dans le

#### Colombie

Population : 39 millions d'habitants (1998)

Capitale : Bogotá

PIB : 91,1 milliards \$ (1998)

Taux de croissance du PIB : 0,5 % (1999)

Investissements directs canadiens à l'étranger : 5 milliards \$ (1999)

Taux d'inflation : 10 % (1999)

Exportations canadiennes : céréales et produits agroalimentaires, cuivre, papier journal, produits et services de télécommunications, équipement électronique

Importations canadiennes : café, bananes, fleurs coupées, sucre, charbon, pétrole

pays. Il s'est fixé l'objectif ambitieux de pratiquement doubler le nombre de lignes par habitant (il y en a actuellement environ 9 pour 100 personnes), et il est déterminé à relever la qualité du service dans les régions éloignées.

L'Union internationale des télécommunications situe la Colombie au troisième rang des marchés en Amérique latine, devancée uniquement par le Brésil et le Mexique. On considère que ce marché est un des plus progressistes de la région. Des entreprises canadiennes ont fait des investissements supérieurs à 3 milliards \$ sur le marché colombien des télécommunications; elles constituent, et de loin, les plus importants investisseurs dans ce secteur.

La société **Positron Public Safety Systems Inc.**, chef de file mondial de la fabrication et de la fourniture de systèmes 911 d'inter-

vention d'urgence, a récemment décroché un contrat d'une valeur de 2,5 millions \$US pour l'exécution d'un projet avec la **Metroropolitano de Seguridad**. Ce projet prévoit la livraison d'un système intégré de sécurité dont se serviront entre autres les forces armées et la police nationale afin d'intervenir dans des situations d'urgence et de catastrophes naturelles à Medellín.

En 1999, la société **Rey Moreno S.A.**, le fournisseur colombien de services de télécommunications, a choisi la technologie sans fil à large bande de **Newbridge Networks** afin de mettre en place le premier réseau multipoint local de services de distribution.

### Pétrole et gaz

La Colombie a informé les milieux mondiaux du pétrole du fait que ses possibilités de nouvelles découvertes sont

immenses et de ce qu'elle est disposée à négocier des conditions favorables en ce qui concerne la participation étrangère.

Le secteur colombien du pétrole et du gaz doit élargir son secteur des services en obtenant les technologies les plus récentes sur les plans de la prospection et de l'exploitation. Les entreprises canadiennes de services occupent une place privilégiée en Colombie pour répondre à ce besoin.

Des possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes en Colombie: ces débouchés découlent de programmes gouvernementaux destinés à accroître la consommation de gaz naturel et à mettre en oeuvre un processus national de reconversion, en vertu duquel on passera d'une industrie alimentée à l'électricité ou au gaz à un secteur industriel fonctionnant au gaz naturel. □

## L'Équateur:

de nouveaux projets dans des secteurs clés annoncent la promesse d'une expansion économique

Le Canada est devenu un des plus importants partenaires politiques et économiques de l'Équateur, de même que l'un de ses principaux donateurs d'aide.

L'économie de ce pays subit toujours les effets du courant El Niño, qui a détruit une bonne partie des capacités agricoles de la fertile plaine côtière. Ce phénomène a coïncidé avec le recul des cours internationaux du pétrole et avec un affaiblissement de la demande d'exportations équatoriennes, conjoncture liée à la récession en Asie.

Malgré ces problèmes économiques, on prévoit que les exportations canadiennes continueront de croître en Équateur (qui se classe actuellement au septième rang des partenaires commerciaux du Canada en Amérique du Sud). Elles bénéficieront d'une libéralisation de l'accès à des organisations publiques par l'entremise de la privatisation de sociétés d'État, et grâce à la présence de nouvelles banques étrangères et aux retombées éventuelles de nouveaux investissements canadiens. L'Équateur

encourage l'investissement et de nouveaux projets dans les secteurs du pétrole et du gaz, de la production d'énergie hydroélectrique, des télécommunications, des mines, et de la mise en place de bâtiments à vocation civile et d'infrastructures.

## Débouchés, débouchés et... débouchés

### Pétrole et gaz

On s'attend à ce que le secteur pétrolier et gazier de l'Équateur renaisse avec vigueur au cours des prochaines années. Le gouvernement a approuvé des réformes judiciaires afin de permettre à un consortium composé des cinq principales sociétés pétrolières privées, dont l'**Alberta Energy Company** (connu en Équateur sous le nom de **City Investing Co.**), de construire, d'exploiter et de transférer un nouvel oléoduc en vue de l'acheminement de pétrole brut lourd en provenance de la région de l'Amazone; cette activité s'amorcera en mai 2000. Le projet entraînera une importante demande de nouvelles machines, de soupapes, de pompes et de compresseurs, ainsi que des contrats de sous-traitance pour

l'exécution de travaux de construction et la réalisation d'études environnementales.

En plus des investissements gouvernementaux prévus de l'ordre de 2,5 milliards \$ dans le secteur pétrolier au cours des trois à cinq prochaines années, on prévoit que l'exploitation des réserves de gaz naturel (d'une richesse estimative de 3 billions de pieds cubes) dans le golfe de Guayaquil commencera bientôt.

Nombre d'entreprises pétrolières et gazières de l'Alberta sont actives en Équateur, notamment **Presson Manufacturing**, **Vectis**, **Enerchem International** et **Camco Products and Services**.

### Mines

Bien que l'exploitation du secteur minier n'ait pas été portée à un niveau industriel, des études récentes confirment que l'Équateur constitue un marché inexploité doté d'importantes ressources minières. Le pays compte d'abondantes réserves d'or, d'argent, de cuivre, de zinc et de plomb, ainsi que de gisements non métalliques en vue de la production de ciment, de gravier et de pierres.

Une fois qu'elle aura été approuvée, une nouvelle loi sur l'exploitation minière offrira une meilleure sécurité juridique en ce qui concerne les concessions minières; elle prévoit aussi une diminution des redevances, un accroissement des avantages fiscaux et un rehaussement de la clarté des règles relatives à l'environnement.

### Équateur

Population : 12,5 millions d'habitants (1998)

Capitale : Quito

PIB : 19,7 milliards \$ (1998)

Taux de croissance du PIB : 0,4 % (1998)

Investissements directs canadiens à l'étranger : 1,4 milliard (1999)

Taux d'inflation : 36 % (1998)

Exportations canadiennes : céréales, papier/carton, légumes, caoutchouc, machines

Importations canadiennes : bananes, poissons/coquillages, cacao, fleurs, café

Les entreprises minières canadiennes actives en Équateur (principalement sur le plan de la prospection) sont **Hampton Court Resources, Komex International et IAM GOLD/AGEM**.

### Énergie (électricité)

L'hydroélectricité constitue la principale ressource énergétique de l'Équateur. Cela dit, la production d'énergie thermique revêt aussi de l'importance, particulièrement en période de sécheresse.

Le secteur de l'électricité sera un des premiers à être privatisé en Équateur. Les entreprises de production et de distribution, ainsi que la société publique de transmission, vendront une part de leurs actions pouvant atteindre 51 %, ce qui attirera de l'investissement étranger et suscitera des possibilités d'échanges commerciaux. Il existe un créneau pour les fournisseurs

canadiens d'équipement électrique, étant donné que l'Équateur comble presque la totalité de ses besoins d'équipement au moyen de l'importation.

### Télécommunications

Il existe en Équateur un grand marché de l'équipement de télécommunications, le pays étant largement tributaire des importations pour approvisionner le marché intérieur. L'Équateur offre également des débouchés attrayants en raison de sa situation géographique entre deux marchés des télécommunications d'ampleur plutôt moyenne, à savoir ceux de la Colombie et du Pérou. L'Équateur se trouve également au centre de la planète, ce qui permet d'accélérer les télécommunications par satellite.

Des occasions d'affaires se présentent au fur et à mesure qu'augmente la demande pour la téléphonie publique et cellulaire, l'équipement de câblodistribution, les

services visant les satellites, les télé-avertisseurs, la transmission de données ainsi que les services à valeur ajoutée, les liaisons interurbaines par exemple. Des débouchés émergent également avec l'avènement de nouvelles technologies, tels les systèmes de communications personnels.

Tout comme dans le secteur de l'électricité, on prévoit que les deux principales entreprises de télécommunications, Andinatel et Pacifictel, vendront leurs actions, jusqu'à hauteur de 51 % d'ici l'an prochain.

Deux entreprises ontariennes, **Newbridge Networks** et **Nortel Networks**, sont très actives dans le pays depuis quatre ans : elles fournissent de l'équipement en vue du renouvellement de l'une des usines d'ETAPA (l'entreprise de télécommunications municipales) et livrent de l'équipement de pointe à Andinatel et à Pacifictel.

## Le Pérou : un pays qui accueille l'investissement étranger

Le Pérou offre un contexte commercial parmi les plus ouverts et les plus dynamiques d'Amérique latine. Depuis 1991, la privatisation d'importantes sociétés publiques a suscité des investissements étrangers d'une valeur supérieure à 7 milliards \$US.

Les deux dernières années ont toutefois été difficiles pour le Pérou et pour la Communauté andine : les cours des denrées de base ont reculé, à la suite de la récession qui a frappé l'économie asiatique, et le courant El Niño a endommagé les infrastructures. Néanmoins, le Pérou a obtenu un bon rendement dans cette conjoncture difficile.

Des indicateurs économiques récents rendent compte des premiers signes du redressement progressif de l'économie. Dépassant les projections d'ensemble, la croissance économique est repartie à la hausse pendant le dernier trimestre de 1999, menée par une poussée inattendue dans les secteurs de la fabrication, du commerce et du bâtiment.

La mise en oeuvre de la deuxième vague de réformes structurelles et le renforcement de l'accent mis sur les programmes de privatisation et de concession — qui visent à attirer de l'investissement étranger — présentent une importance déterminante en vue d'accélérer la reprise du Pérou au cours de 2000. Sur quelque 60 projets, 30 seront privatisés ou feront l'objet de concessions cette année.

La présence croissante du Canada au Pérou se traduit par le fait que plus de 75 entreprises sont maintenant implantées dans le pays, tandis que plus de 200 autres y sont représentées par des agents sur place. Les investissements canadiens au Pérou dépassent actuellement 2 milliards \$, et on s'attend à ce que leur valeur soit supérieure à 5 milliards \$ d'ici six ans.

### Débouchés, débouchés et ... débouchés

#### Mines

Le Pérou est un des principaux producteurs de minéraux du monde. Ses richesses minérales encore inexploitées offrent d'excellentes possibilités aux entreprises canadiennes en ce qui concerne les technologies de prospection et l'ingénierie. Elles permettent également des occasions

d'affaires pour les services d'experts-conseils liés aux ports, aux routes, à l'énergie et aux infrastructures dans le secteur minier, de même que du point de vue des équipements. Les méga-projets dans le secteur minier péruvien sont légion : on prévoit qu'au cours de la prochaine décennie, les investissements s'élèveront à 10 milliards \$.

Près de 40 entreprises minières canadiennes sont déjà actives au Pérou. **Noranda-Rio Algom-Teck Corporation** — le consortium canadien qui investit 2,35 milliards \$US dans le projet d'extraction du cuivre et du zinc d'Antamina — a récemment adjugé à la société **Sandwell Engineering Inc.** un contrat de 90 millions \$US en vue de la réalisation des travaux d'ingénierie et de construction des installations portuaires nécessaires à l'exécution du projet. La mine d'or de Pierina de la **Barrick Gold Corporation** a contribué à hauteur de près de 25 % à la production nationale

d'or en 1999; elle a accru sa production de 30 % en novembre dernier.

#### Pétrole et gaz

L'exploitation prochaine des énormes gisements de gaz naturel de Camisea

#### Pérou

Population : 24,8 millions d'habitants (1998)

Capitale : Lima

PIB : 64,4 milliards \$ (1998)

Taux de croissance du PIB : 3,8 % (1999)

Investissements directs canadiens à l'étranger : 2,25 milliards \$ (1999)

Taux d'inflation : 3,7 % (1999)

Exportations canadiennes : minerais, scories/cendres, épices, café/thé, plomb, résidus/déchets alimentaires, tricots, coton, fruits/noix comestibles, laine/poils d'animaux.

Importations canadiennes : minerais, épices, café, farine de poisson, huiles et graisses, tricots, étain.

situés dans la jungle tropicale de Cuzco, dans le Sud-Est du pays, modifiera en profondeur la consommation future d'énergie au Pérou. L'exploitation des champs de gaz sera confiée à un consortium international, tandis que la concession des travaux de construction du gazoduc et la distribution du gaz fera bientôt l'objet d'un appel d'offres.

Le consortium canadien formé des entreprises **Alberta Energy Company, SNC Lavalin et Agra Earth and Environment** a été choisi par *Perupetro* — organisme péruvien de réglementation du secteur pétrolier — afin de mener à bien les études de préfaisabilité en vue de la réalisation d'un projet de raccordement d'oléoducs entre le Pérou et l'Équateur.

### Agriculture et agroalimentaire

Le Pérou est le quatrième marché d'exportation du secteur agroalimentaire du Canada en Amérique du Sud. En 1999, le Pérou a importé des produits agroalimentaires canadiens d'une valeur supérieure à 88,6 millions \$. Toutefois, ce montant s'est inscrit en recul de 15 % par rapport à l'année précédente, en raison d'une diminution des importations de blé. Ces dernières occupent une vaste part de toutes les exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers le Pérou.

Le Pérou demeure néanmoins un bon marché pour l'avoine et le gruau d'avoine canadiens; la demande de lentilles et de pois en provenance du Canada est égale-

ment forte. Il existe des possibilités importantes pour les produits alimentaires canadiens transformés, de même que pour l'équipement et les machines de transformation.

La production laitière est devenue un volet important de l'agriculture péruvienne, et la réputation du cheptel laitier canadien est bien établie dans ce pays. En 1998, le Pérou a importé du bétail en provenance du Canada pour la première fois en 10 ans. En 1999, les exportations de porc ont aussi été importantes.

### Énergie (électricité)

Les réformes structurelles du début des années 1990 ont marqué la fin d'une période de réglementation excessive au Pérou. Jusqu'en 1992, le secteur de l'électricité relevait d'entreprises publiques, pour la plupart inefficaces. La modification de la Loi sur les concessions dans le secteur de l'électricité, qui permet à des exploitants privés d'intervenir dans ce secteur, ainsi que la mise en place d'un cadre juridique favorisant l'investissement étranger ont provoqué une véritable révolution dans le secteur de l'électricité.

Étant donné que la consommation d'électricité par habitant au Pérou figure parmi les plus basses d'Amérique latine, le potentiel d'une croissance du marché est vaste. Selon les estimations du gouvernement, le marché de l'électricité connaîtra une croissance annuelle de 4 % au cours des cinq prochaines années.

### Télécommunications

Neuf mois après l'ouverture officielle du marché des télécommunications à la libre concurrence, il est devenu un des secteurs les plus dynamiques et attrayants du pays. Le gouvernement s'attend à des investissements d'une valeur de 1 milliard \$US au cours de 1999-2000, l'objectif étant d'accroître la densité du réseau téléphonique en la faisant passer de 14 à 20 lignes par tranche de 100 citoyens.

Le Fonds d'investissement dans les télécommunications a versé 120 millions \$US afin d'élaborer une série de projets au cours des cinq prochaines années. Trois projets visent à raccorder plus de 2 000 collectivités; à longue échéance, on souhaite raccorder 5 000 emplacements en zone rurale à des réseaux publics nationaux et internationaux. La société **SR Telecom**, de concert avec son représentant sur place, *Telerep*, a récemment obtenu une concession d'une durée de 20 ans pour la réalisation de ce projet.

L'an dernier, **Nortel Networks** a consolidé sa place sur le marché péruvien des télécommunications en signant un contrat de 16 millions \$ avec la société *FirstCom*, des États-Unis, pour la livraison d'équipement technologique et d'un réseau à fibres optiques. À l'heure actuelle, *Nortel* est un des principaux fournisseurs de services de télécommunications à des entreprises de première importance au Pérou, dont *Global Village*, *Nextel*, *Bell South*, *FirstCom* et *Telefonica*. ☐

## Le Venezuela : le deuxième marché d'exportation du Canada

Lourdement tributaire des recettes pétrolières, le niveau de vie au Venezuela fluctue au gré des cours du pétrole brut. L'augmentation récente des prix du pétrole a procuré un apport considérable aux finances publiques. Lentes ont toutefois été les incidences sur l'économie en récession du pays.

Le Venezuela ne cesse de prendre de l'importance à titre de partenaire commercial du Canada en Amérique du Sud; il constitue le deuxième marché d'exportation du Canada, devancé uniquement par le Brésil. La valeur des échanges bilatéraux a atteint 1,57 milliard \$ en 1999. L'investissement canadien y augmente, dirigé principalement vers les secteurs de l'énergie, des banques et des télécommunications. Une plus grande ouverture de l'économie vénézuélienne se traduira par davantage de possibilités pour les entreprises canadi-

ennes, particulièrement dans les secteurs du pétrole et du gaz, des télécommunications, de l'environnement et du bâtiment.

### Débouchés, débouchés et ... débouchés

#### Pétrole et gaz

Le Venezuela a la chance de posséder de riches réserves d'hydrocarbures, et on prévoit que leur mise en exploitation s'accroîtra de manière spectaculaire au cours des 10 prochaines années. Selon les projections, elle atteindra une valeur de 36 milliards \$US. Le Venezuela produit 2,8 millions de barils de pétrole brut par jour; il détient des réserves attestées de pétrole d'un volume de 72,5 milliards de baril (au sixième rang dans le monde).

La nouvelle politique pétrolière gouvernementale vise à intensifier l'exploitation du gaz naturel — domaine où les entreprises canadiennes détiennent de grands atouts — en assurant sa mise en valeur par l'entremise du secteur privé. La pétrochimie, autre domaine ciblé pour le développement, est un secteur qui présente d'importantes perspectives de croissance aux entreprises canadiennes.

Les entreprises canadiennes devraient chercher à conclure des accords de partenariat et des alliances à l'échelle nationale afin de s'implanter sur ce marché, si l'on en juge le souhait du gouvernement d'accroître le contenu national dans le secteur pétrolier.

**Precision Drilling**, la plus importante entreprise canadienne de forage, est bien implantée dans le Sud-Est du Venezuela. ☐

son a  
const  
a ren  
En 19  
ses p  
450 n  
la pos  
l'ation  
nature  
et ses  
acqui  
et d'e  
Télé  
Le ma  
Venez  
sance  
le prin  
pays.  
se pou  
à l'abo  
servic  
exercé  
vente  
locaux  
(SLCM  
lignes  
La rép  
le sect  
révéle  
ennes  
Vente  
pul.  
Capita  
3-10  
aux d  
vest  
aux d  
Epor  
Date d  
L'pos  
(semi-  
Pou  
Amb  
Sectio  
Tél.:  
Fax:  
Cour  
Site V  
Amb  
Sectio  
Tél.:  
Fax:  
Cour

son achat de **Computalog**, société de construction de puits de pétrole en billots, a renforcé sa présence dans le pays. En 1998, **TransCanada Pipeline Ltd.** et ses partenaires ont signé un contrat de 450 millions \$US prévoyant la construction, la possession et l'exploitation d'une installation d'extraction des liquides du gaz naturel. En janvier dernier, **Enbridge Inc.** et ses deux partenaires américaines ont acquis un important terminal de stockage et d'expédition du pétrole brut à Jose.

**Télécommunications**

Le marché des télécommunications du Venezuela connaît actuellement une croissance phénoménale. En 1999, il représentait le principal marché dans l'économie du pays. Cette vigoureuse croissance devrait se poursuivre cette année grâce, d'une part, à l'abolition du monopole d'État sur les services téléphoniques de base (qui était exercé par CANTV) et, d'autre part, à la vente publique de licences pour les services locaux de communications multipoints (SLCM), qui aura lieu en juin, et pour les lignes locales sans fil, au troisième trimestre.

La réputation mondiale du Canada dans le secteur des télécommunications se révélera fort utile aux entreprises canadiennes sur le marché du Venezuela, tribu-

taire des importations pour combler la plupart de ses besoins de technologies des communications. Les domaines où les entreprises canadiennes possèdent le plus grand avantage par rapport à la concurrence sont la communication sans fil, dont la radiotéléphonie mobile, les systèmes mondiaux de localisation (GPS), la radiodiffusion, la câblodistribution et la télévision payante, Internet et d'autres services à valeur ajoutée.

**Bell Canada International** a ouvert un bureau à Caracas en 1999, et opère le premier système SLCM sans fil à large bande à être installé au Venezuela.

**Newbridge Networks** a également son siège pour l'Amérique latine et les Antilles à Caracas.

**Agriculture et agroalimentaire**

Le Venezuela est fortement tributaire des importations de marchandise en vrac et de produits transformés. Il est devenu un important marché pour les produits agroalimentaires canadiens — en 1999, les exportations de produits agroalimentaires du Canada vers le Venezuela représentaient 32,8 % de l'ensemble des importations du secteur agroalimentaire de ce pays. Le Venezuela se classe en outre au deuxième rang des importateurs de

produits agroalimentaires par habitant en Amérique latine.

Le Canada détient une part considérable du marché des produits de base du pays, dont le blé est la denrée principale, le Venezuela étant le deuxième consommateur de pâtes au monde, après l'Italie.

Depuis deux ans, on observe une poussée

dans le marché des établissements franchisés de restauration rapide au Venezuela. Des franchises comme **Cinnamon City**, **Gelato Fresco**, **Yogen Früz** et **Saint Cinnamon** se trouvent dans la plupart des grands centres commerciaux des principales villes. La part canadienne de ce marché s'est accrue de plus de 200 % en un an.

Il existe également de bons débouchés pour tous les types d'aliments transformés ou non, principalement des produits de gamme, grâce à la nouvelle politique adoptée par le gouvernement et une baisse progressive des droits de douane applicables à ces produits.

**Environnement**

Le Venezuela ne ménage aucun effort pour améliorer ses pratiques environnementales. Parmi les secteurs prioritaires figurent l'industrie pétrolière, la gestion des déchets municipaux et la gestion des eaux. Diverses questions, jusqu'à maintenant négligées par les pouvoirs publics (par exemple, l'élimination des déchets toxiques) commencent à recevoir de l'attention. La société pétrolière d'État, **Petróleos de Venezuela S.A. (PDVSA)**, dispose d'un budget de près de 1 milliard \$US pour entreprendre, au cours des 10 prochaines années, des projets de lutte contre la pollution dans le secteur pétrolier. Les installations municipales d'épuration des eaux et de traitement des eaux usées sont insuffisantes dans de nombreuses régions du pays.

**Delcan International** et **SNC Lavalin** et le consortium **Vatra-Cintec** achèvent les travaux entrepris dans le cadre d'un marché conclu avec le gouvernement vénézuélien dans le secteur de l'environnement et dont la valeur totale s'élève à 150 millions \$US. Le Venezuela offre des débouchés très intéressants pour les projets de moyenne et de grande envergure. ■

**Venezuela**  
 Population : 23,7 millions d'habitants (1998)  
 Capitale : Caracas  
 PIB : 104,3 milliards \$ (1998)  
 Taux de croissance du PIB : 2,3 % (prévisions pour 2000)  
 Investissements directs canadiens à l'étranger : 5 milliards \$ (1999)  
 Taux d'inflation : 35,8 % (1998)  
 Exportations canadiennes : pièces de véhicules automobiles, blé, papier journal, pâte de bois, machines, légumes  
 Importations canadiennes : carburants minéraux, pétrole, fer et acier (semi-ouvrés), pierres précieuses, aluminium, machines, papier et carton

**Pour plus d'information ...**

- Ambassade du Canada en Colombie**  
 Section commerciale  
 Tél. : (011-57-1) 657-9800 (numéro général)  
 Fax : (011-57-1) 657-9915  
 Courriel : bgota-td@dfait-maeci.gc.ca  
 Site Web : www.dfait-maeci.gc.ca/bogota
- Ambassade du Canada en Équateur**  
 Section commerciale  
 Tél. : (011-593-2) 506-162/232-114  
 Fax : (011-593-2) 503-108  
 Courriel : quito@dfait-maeci.gc.ca

- Ambassade du Canada au Pérou et en Bolivie**  
 Section commerciale  
 Tél. : (011-511) 444-4015, 444-3893, 444-3940  
 Fax : (011-511) 444-4347  
 Courriel : lima-td@dfait-maeci.gc.ca
- Ambassade du Canada au Venezuela**  
 Section commerciale  
 Tél. : (011-582) 263-4666  
 Fax : (011-582) 263-5349  
 Courriel : crcas@dfait-maeci.gc.ca  
 Site Web : www.dfait-maeci.gc.ca/caracas

## Aide aux exportateurs canadiens

Les entreprises ont à leur disposition une multitude de modalités de soutien, par le biais du réseau des délégués commerciaux du **ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI)**. Ces délégués aident les exportateurs canadiens à plus de 125 endroits dans le monde, notamment par l'entremise du partenariat fédéral/provincial/privé qu'est **Équipe Canada**. Au nombre des services offerts, mentionnons le **Programme de développement des marchés d'exportation** du MAECI, en vertu duquel le Ministère offre une assistance financière aux entreprises afin qu'elles mettent en valeur de nouveaux marchés d'exportation. Ce programme fonctionne selon le principe de recouvrement des coûts. Pour plus d'information, visiter le site [www.infoexport.ca](http://www.infoexport.ca) ou communiquer avec le Centre de commerce international le plus près ([www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)).

### Corporation commerciale canadienne

La CCC est un organisme de vente à l'étranger qui appartient à 100 % au gouvernement du Canada. Elle entretient des relations de partenariat avec les exportateurs canadiens afin de négocier et de décrocher des contrats de vente, à des conditions favorables sur des marchés difficiles. En particulier, la CCC procure aux exportateurs canadiens un meilleur accès aux marchés américains de défense et de l'aérospatiale; elle se spécialise dans les échanges commerciaux destinés aux gouvernements étrangers et aux organisations internationales. En 1999-2000, la CCC a aidé des exportateurs canadiens à réaliser des ventes d'un montant supérieur à 1,1 milliard \$ dans 40 pays — du jamais vu.

La CCC offre un éventail de services de ventes à l'exportation, d'experts-conseils et de gestion des contrats, ainsi qu'un accès à un financement préalable à la livraison et à l'exportation par l'intermédiaire de son **Programme de paiements progressifs**. Ce programme aide les PME, qui réalisent des ventes d'un montant maximal de 50 millions \$ et qui sont en règle avec leur banque, à surmonter les difficultés que présente le montage financier avant la livraison afin d'absorber les coûts des ventes à l'exportation.

Pour plus de détails, communiquer avec la CCC, tél.: **(613) 996-0034** ou **1 800 748-8191** (sans frais au Canada), fax : **(613) 995-2121**, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca), site Web : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

### ACDI-PCI

En collaboration avec le secteur privé canadien, le **Programme de coopération industrielle** de l'Agence canadienne de développement international (ACDI-PCI) fait fonction d'intermédiaire entre les divers intérêts en matière de commerce et de développement. Il réduit les risques que courent les entreprises canadiennes en partageant les coûts propres à l'activité commerciale dans les pays en développement, de même que les coûts liés à la formation, à la participation des femmes et à la préservation de l'environnement.

Pour en savoir plus, communiquer avec avec l'ACDI-PCI, tél.: **(819) 953-5444**, fax : **(819) 953-5024**, courriel : [info@acdi-cida.gc.ca](mailto:info@acdi-cida.gc.ca), site Web : [www.acdi-cida.gc.ca/pci](http://www.acdi-cida.gc.ca/pci)

## La Corporación Andina de Fomento

La Corporación Andina de Fomento (CAF) a son siège à Caracas, au Venezuela, et des bureaux régionaux dans la capitale des pays membres de la Communauté andine. Elle est la banque de développement de la Communauté andine et jouit d'une bonne réputation dans la région. Institution financière multilatérale, la CAF favorise le développement durable et l'intégration régionale en attirant des capitaux en vue d'offrir de multiples services financiers aux pays membres de la Communauté andine, de même qu'à d'autres groupes intéressés.

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) possède une ligne de crédit de 70 millions \$US auprès de la CAF, et l'Agence canadienne de développement international (ACDI) a mis sur pied un fonds de coopération technique de 1,2 million \$US pour financer des études de faisabilité ou offrir une assistance technique dans certains domaines.

Seuls des membres de la Communauté andine peuvent demander une subvention du Fonds directement à la CAF. L'appui du ministère ou de l'organisation responsable de la coopération technique dans chaque pays facilite habituellement le processus d'approbation. Pour plus d'information, communiquer avec M<sup>me</sup> Seyril R. Siegel, Chef, Bureau de la coopération technique, CAF, tél.: **(011-58-2) 209-2491**, fax : **(011-58-2) 209-2394**, courriel : [ssiegel@caf.com](mailto:ssiegel@caf.com), site Web : [www.caf.com/en/business/techcoop.html](http://www.caf.com/en/business/techcoop.html)

## Sites Web utiles

- [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)  
(information commerciale et aide aux exportateurs)
- [www.americascanada.org](http://www.americascanada.org)  
(information sur le Sommet des Amériques, à Québec, en 2001)
- [www.acdi-cida.gc.ca/pci](http://www.acdi-cida.gc.ca/pci)  
(ACDI-PCI — aide aux exportateurs)
- [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)  
(Corporation commerciale canadienne — aide aux exportateurs)
- [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca)  
(Société pour l'expansion des exportations — aide aux exportateurs)
- [www.dfait-maeci.gc.ca/lfinet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/lfinet)  
(institutions financières internationales)
- [www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)  
(information commerciale)
- <http://strategis.ic.gc.ca>  
(Site d'information pour les entreprises d'Industrie Canada)

**L**es difficultés qu'a connues l'Amérique latine en 1998-1999 ont suivi de près la crise financière asiatique de 1997-1998. En raison de l'impressionnante reprise économique que connaît l'Asie depuis 12 mois, certains prévoient maintenant que l'Amérique latine suivra l'Asie en 2000. Or l'Amérique latine a connu des périodes de prospérité en 1994 et en 1996, pour ensuite voir l'économie régionale tomber dans le marasme en 1995 et en 1998-1999. Pour ce continent, une reprise économique de 2000 annonce-t-elle donc une récession en 2001?

À la Société pour l'expansion des exportations (SEE), nous croyons que cette expansion globale se poursuivra. Mais cela n'est pas certain, et ce, pour une raison fort simple : la dévaluation monétaire profite aux uns, mais fait du tort aux autres. Lorsqu'un pays dévalue sa monnaie, comme l'ont fait la Thaïlande et la Corée en 1997, ses biens sont soudainement offerts sur les marchés mondiaux à des prix extrêmement réduits. L'Asie et l'Amérique latine sont en concurrence directe sur certains marchés, et les produits asiatiques concurrencent directement certains biens fabriqués en Amérique latine. C'est pour cette raison qu'en Asie les dévaluations monétaires de 1997-1998 ont entraîné un bond des ventes en 1998-1999 — réalisé en partie aux dépens des entreprises latino-américaines.

Ces pressions sont à l'origine de la crise financière qui a ébranlé le Brésil l'an dernier, et les dévaluations monétaires qui ont suivi en Amérique latine ont permis de remettre les concurrents sur un pied d'égalité. Nous prévoyons que ces dévaluations se traduiront cette année par une reprise économique en Amérique latine, mais une partie de la hausse des ventes latino-américaines se fera aux dépens d'entreprises asiatiques.

Cette situation « gagnant-perdant » ressemble beaucoup aux balançoires à bascule des terrains de jeux. Le retour à

l'équilibre de l'économie mondiale est la seule façon de stabiliser ces deux positions extrêmes. Si toutes les régions du monde bénéficient d'une croissance en 2000, celle-ci devrait être assez forte pour que tous les pays en profitent.

Mais il est toujours possible qu'une nouvelle vague de dévaluations monétaires survienne en Asie, causant des problèmes en Amérique latine. En effet, les systèmes bancaires des deux régions

qui constituent des forces de l'économie canadienne, entre autres dans les domaines des mines, du pétrole et du gaz, de l'énergie, des télécommunications et des transports.

Actuellement, la Colombie, l'Équateur et, dans une moindre mesure, le Venezuela traversent une période d'incertitude économique et politique, qui ralentit les importations et l'investissement. La Bolivie est un marché qui commence à émerger dans une région qui offre d'intéressantes

# Perspectives pour l'Amérique latine

## La dévaluation qui profite aux uns fait du tort aux autres

par M. Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

étant toujours aux prises avec les séquelles des dernières crises économiques, ces dévaluations se traduiraient presque certainement par une nouvelle baisse de croissance économique pour l'Amérique latine. Il est toutefois plus probable qu'on assiste au retour d'une croissance économique vigoureuse en 2000-2001.

En ce qui concerne les débouchés dans la région andine pour les entreprises canadiennes, la SEE est très présente dans cette région et, à quelques exceptions près, elle apporte un grand soutien aux exportateurs et investisseurs canadiens. Ces dernières années, le Venezuela, la Colombie et le Pérou se sont révélés d'excellents marchés et la SEE a offert une aide considérable aux investisseurs et exportateurs canadiens. Ces pays offrent des débouchés particulièrement intéressants dans des secteurs

possibilités, en particulier dans les secteurs du pétrole et du gaz, des mines et des télécommunications. Les entreprises doivent connaître les risques qui existent sur ces marchés et agir en conséquence, en profitant du financement et de l'assurance qu'offre la SEE et qui peuvent les protéger contre certains de ces risques.

En plus d'offrir son financement et ses produits d'assurance habituels, la SEE a obtenu une marge de crédit auprès d'institutions bancaires en Colombie et au Pérou. Elle a aussi une marge de crédit régionale de 70 millions de dollars américains auprès de la banque de développement régionale, la Corporación Andina de Fomento (CAF), qui peut être utilisée en communiquant directement avec la CAF, soit avec M. Cyril R. Siegel, chef du bureau de coopération technique, tél. : (011-58-2) 209-2491, téléc. : (011-58-2) 209-2394, courriel : [ssiegel@caf.com](mailto:ssiegel@caf.com) \*



M. Stephen S. Poloz de la SEE

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



**L**e mois dernier, au cours de la première étape de sa tournée des villes canadiennes, le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a entretenu des centaines de représentants des milieux d'affaires de l'importance du commerce pour le Canada. Il a encouragé d'avantage d'entreprises à exporter avec

davantage que les États-Unis ou le Japon. Nos produits et nos services jouissent d'une excellente réputation dans le monde entier», a déclaré le Ministre.

M. Pettigrew a encouragé les sociétés canadiennes, particulièrement les petites et les moyennes entreprises, à s'implanter en plus grand nombre sur les marchés

*Tournée canadienne de M. Pettigrew*

# Pleins feux sur le commerce

*l'aide du Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, et les a invitées à se joindre à lui lors de ses prochaines missions commerciales.*

## **Le Canada : une grande nation commerçante**

« En l'espace d'environ une décennie, le Canada est devenu l'un des plus importants pays commerçants du monde. Proportionnellement, nous exportons

étrangers et à demander l'aide du Service des délégués commerciaux. Il a ajouté que c'est la vitesse et la qualité, et non pas la taille ni le volume, qui déterminent le succès d'une entreprise sur les marchés d'exportation. D'ailleurs, 70 % des exportateurs canadiens réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 1 million de dollars.

Le Ministre a décrit l'importance du commerce international pour les collectivités canadiennes et a exhorté les gens d'affaires à s'exprimer plus rigoureusement



SHERBROOKE

*Le Ministre visite Les Pliages Apaulo Inc. avec la présidente de l'entreprise, M<sup>me</sup> Monique Compagna, qui est aussi la présidente des sociétés FuturAlia 2000 et Estrie International 2007 Inc. Les Pliages Apaulo fabrique des éléments de bois tourné destinés à des meubles.*

ment sur les avantages du commerce international. « N'oublions pas que les échanges commerciaux représentent plus de 43 % de notre PIB, et que plus de 80 % des emplois qui ont été créés depuis 1993 l'ont été grâce à la progression des exportations canadiennes. Les exportations augmenteront de 10 % cette année; elles représenteront alors 50 % de la production du Canada », a affirmé le Ministre.

## **Les délégués commerciaux : un atout**

À l'occasion d'allocutions à Montréal, Winnipeg, Calgary, Vancouver, Sherbrooke et Mississauga, le ministre Pettigrew a expliqué aux gens d'affaires comment le Service canadien des délégués commerciaux pouvait les aider à réussir sur les marchés étrangers. Au cours de sa tournée



VANCOUVER

*Le ministre Pettigrew visite la société Mainframe Entertainment, en compagnie de M<sup>me</sup> Mairi Welman, directrice des Communications. Chef de file mondial dans le domaine de l'animation d'images synthétiques, cette entreprise de Vancouver produit également des dessins animés pour les enfants comme Weird-Ohs, ReBoot et Beast Wars.*

pancanadienne, le Ministre était accompagné de 12 délégués commerciaux d'Amérique latine, d'Europe et des États-Unis. « Ces agents sont des gens d'affaires de haut niveau » a affirmé le Ministre lors

Canada dans le but de stimuler les échanges et les investissements afin de créer des emplois et de favoriser la croissance.

Au nombre des prochaines missions, signalons les suivantes :

- AUSTRALIE, du 30 mai au 2 juin
- RUSSIE, du 28 au 30 juin
- RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, SLOVAQUIE, HONGRIE et SLOVÉNIE, du 11 au 15 septembre
- ALGÉRIE, MAROC et ESPAGNE, du 10 au 20 octobre

Les entreprises qui désirent participer à ces missions commerciales doivent communiquer avec la direction Équipe Canada du Service des délégués commerciaux, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, courriel : teamcan@istar.ca

**La tournée se poursuit**

M. Pettigrew sera à Québec le 23 mai et à St. John's le 24 mai; il visitera d'autres villes à l'automne.

Pour de plus amples informations, voir le site internet [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) du Service des délégués commerciaux du Canada. ✪



**WINNIPEG**

Le ministre Pettigrew et M<sup>me</sup> MaryAnn Mihychuck, ministre de l'Industrie, du Commerce et des Mines du Manitoba, à l'occasion du renouvellement de l'Accord Canada-Manitoba sur la coopération en matière de développement du commerce international.

de la présentation des délégués commerciaux. « Les entreprises canadiennes doivent mettre à profit cet irremplaçable réseau de partenaires sur le terrain qui regroupe plus de 530 agents commerciaux dans 130 bureaux répartis dans le monde. »

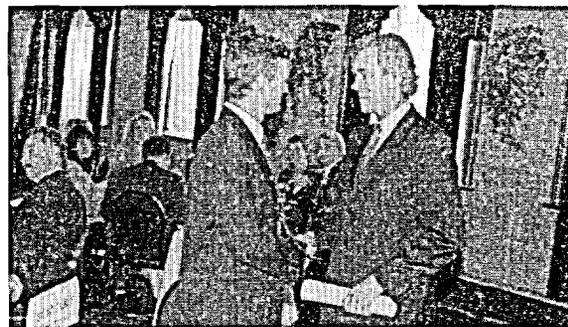


**BURLINGTON**

Le ministre Pettigrew visite CRS Robotics de Burlington en compagnie de M. Trevor Jones, chef de la direction technique de l'entreprise.

**Prochaines missions commerciales à l'étranger**

Le Ministre a aussi annoncé qu'il dirigerait un certain nombre de missions commerciales au cours de l'année, et il a donc invité les entreprises canadiennes à y prendre part. Ces missions sont un volet important des efforts de développement des affaires internationales que déploie le



**CALGARY**

Le ministre Pettigrew rencontre M. Don Rutherford, président du comité des Affaires internationales de la Chambre de commerce de Calgary, et de Culture Connect.



**MONTRÉAL**

M. Gérald A. Ponton, président et directeur général de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Québec, s'entretient avec le ministre Pettigrew au cours d'un déjeuner co-parrainé par l'Alliance.

« **L'**urbanisation rapide des pays en développement représente un défi et une occasion que le Canada ne doit pas laisser passer! » Ce vœu a été exprimé en avril 1999 par le Premier ministre du Canada, M. Jean Chrétien, à la suite de la publication du rapport de la Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie (TRNEE) et de la proposition

travaillant dans les domaines du développement urbain, des systèmes de transport, de la gestion des déchets, de l'énergie et de l'esthétique urbaine.

### Qingdao et l'Initiative sur les villes durables

Choisie parmi six « finalistes », la ville de Qingdao (située sur la côte Est de la

protection du patrimoine, la production écologique, le développement du secteur de la protection de l'environnement et la création de capacités en développement durable. De plus, l'équipe chargée de l'Initiative est à concevoir un centre d'interprétation sur le développement durable des forêts pour sensibiliser les citoyens, les écoliers et les touristes à l'importance du développement durable. Le centre présentera notamment des essences et des écosystèmes forestiers et diffusera de l'information sur le rôle des pesticides, des herbicides et de la biotechnologie.

Deux ateliers ont été tenus à Qingdao depuis sa sélection, en juin 1999, comme ville-pilote pour l'Initiative sur les villes durables. Plusieurs entreprises canadiennes et plusieurs ONG et ministères canadiens y ont participé activement. Des représentants de Qingdao se sont rendus au Canada pour prendre connaissance des mesures de développement durable conçues par les autorités municipales canadiennes pour régler différents problèmes.

Comme pour les deux autres villes-pilotes, un plan d'action a été conçu pour Qingdao. Ce dernier prévoit des mesures dans les domaines de l'environnement, des transports, de l'énergie, de l'habitation, du renforcement des capacités et des télécommunications. Ce plan d'action propose une approche globale de coopération avec les représentants de Qingdao, approche qui devrait favoriser le développement durable et améliorer le bien-être de ses citoyens grâce aux technologies et aux compétences canadiennes.

Comme l'a souligné le Premier ministre du Canada : « Les gouvernements doivent venir en aide aux industries canadiennes pour les aider à exploiter les débouchés qui améliorent l'environnement mondial et local et qui, en même temps, profitent à l'économie canadienne. »

**Pour plus de renseignements** sur l'Initiative sur les villes durables et la Chine, communiquer avec M. Derek Yue, Affaires environnementales, Industrie Canada, tél. : (416) 973-5159, téléc. : (416) 973-5131, courriel : [yue.derek@ic.gc.ca](mailto:yue.derek@ic.gc.ca) ou avec M. Marcel R. Belec, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 995-6962, téléc. : (613) 943-1068, courriel : [marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca) ✱

# L'Initiative des villes durables en Chine



de cette dernière en vue de la mise en œuvre de l'Initiative sur les villes durables.

Pour donner suite au vœu du chef du gouvernement, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Industrie Canada (IC) ont ensemble constitué des équipes pour trois villes (en Pologne, au Brésil et en Chine) dans lesquelles seront mis en œuvre les premiers projets-pilotes à être réalisés dans le cadre de l'Initiative.

Cette initiative conjointe, dirigée par IC en étroite collaboration avec le MAECI et ses missions à l'étranger, confirme encore une fois le leadership du Canada et le prestige des entreprises canadiennes dans le secteur des technologies environnementales.

Les équipes, qui se composent de représentants du gouvernement du Canada, d'entreprises et d'organisations non gouvernementales (ONG) collaborent pour déterminer les problèmes et proposer des solutions durables dans chacune des trois villes qui ont exprimé leur intérêt à l'égard du projet et leur ouverture à une nouvelle démarche.

Soixante-six entreprises privées et 16 ONG, dont le Centre international pour le développement durable des villes (ICSC), jouent un rôle important dans l'identification de projets qui pourraient être réalisés dans le cadre de l'Initiative dans les trois pays choisis. Ces entreprises et les ONG réunissent un vaste éventail de spécialistes

Chine) s'est montrée prête à faire une place plus importante au développement économique durable afin d'aider ses citoyens à améliorer leur qualité de vie sans compromettre leur avenir.

Ville de taille moyenne (la région métropolitaine compte 6,8 millions d'habitants environ), Qingdao est connue mondialement pour la bière qui porte son nom. Elle a déjà attiré des investissements canadiens considérables, notamment dans le cadre de l'établissement de la coentreprise **Bombardier-Sifang**, formée pour construire des wagons et des voitures de chemin de fer.

Une autre entreprise canadienne, la société **Fulton Windows**, vient d'achever la construction d'une tour de bureaux dans le centre-ville. On espère que l'Initiative sur les villes durables renforcera encore les liens qui se sont noués entre le Canada et Qingdao.

### Qingdao signe des protocoles d'entente

En novembre dernier, Qingdao, IC et le MAECI signaient un protocole d'entente pour étendre leur collaboration à un nombre important des questions liées à l'Initiative sur les villes durables. En janvier dernier, Qingdao et le ICSC ont signé un protocole d'entente en vue d'une collaboration plus étroite dans le domaine de la protection du patrimoine. Les principaux objectifs visés par ces ententes sont la

# Le Centre des occasions d'affaires

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**IRLANDE — Services topographiques** — Avis reçu de l'ambassade du Canada à Dublin : Plusieurs comtés irlandais sollicitent des services topographiques dans le cadre des travaux d'amélioration des routes nationales N7 (entre IRL-Portaoise et IRL-Limerick) et N8 (entre IRL-Portaoise et IRL-Mitchelstown). Services requis : mosaïques photos, mosaïques rectifiées (selon les

normes ING), orthophotographie, arpentage topographique, cartographie de terrain (par modélisation numérique) et modélisation animée par ordinateur. Toutes les déclarations d'intérêt doivent être adressées au coordonnateur du contrat. Date de clôture : **28 juin 2000**. S'adresser à M. Daniel Lemieux, du COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le numéro de dossier 000412-01464. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=252fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=252fr)

**CORÉE — Services de génie-conseil relatifs à un complexe de divertissement urbain** — Avis reçu de l'ambassade du Canada à Séoul : Une entreprise prévoit aménager un vaste terrain situé à Pusan (deuxième ville du pays) pour en faire un ensemble immobilier consacré au divertissement, au logement et à la haute technologie. Les Sud-Coréens ont vu leurs revenus grimper rapidement et disposent de plus en plus de temps pour les loisirs, et sont donc devenus de gros consommateurs des nouvelles formes de divertissement. Les demandes de propositions pour l'aménagement de la phase 1 du projet sont imminentes, soit : la construction du complexe de divertissement urbain réunissant des salles de cinéma (régulières et IMAX), des boutiques, des restaurants, des hôtels, etc. Des contrats de construction, exploitation et gestion seront octroyés aux entreprises intéressées. Date de clôture : **26 juin 2000**. S'adresser à M. Daniel Lemieux, du COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le numéro de dossier 000411-01442. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads](http://www.iboc.gc.ca/webleads).

[asp?id=247fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=247fr)

**ÉTHIOPIE — Contrat de gestion pour l'entreprise sucrière Finchaa** — Avis reçu de l'ambassade du Canada à Addis-Abeba : L'Agence de privatisation de l'Éthiopie a lancé un appel d'offres pour un contrat de gestion visant l'entreprise Finchaa (détenue par le gouvernement). Il s'agit d'un contrat de trois à cinq ans qui sera accordé à un entrepreneur d'expérience à réputation solide, qui assumera l'entière responsabilité de la gestion de l'entreprise. Coût des documents de soumission, disponibles auprès de l'Agence : 1000 birrs (125 \$ US) non remboursables. Date limite : **10 juillet 2000** (préciser l'avis de soumission n° 04/1999-2000 dans votre correspondance). S'adresser à M. Daniel Lemieux, du COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le numéro de dossier 000414-01499. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=255fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=255fr)

**KAZAKHSTAN — Entretien des voies ferrées** — Avis reçu de l'ambassade du Canada au Kazakhstan : La société d'État Kazakhstan Temir Zholy (les chemins de fer du Kazakhstan) a reçu un prêt de la Banque européenne pour la reconstruction et le développement en vue de financer une partie de son programme global de restructuration et de commercialisation. Biens et services à fournir : équipement : lourd et léger servant à l'entretien des voies ferrées, de remplacement mécanique des traverses, de diagnostic, de remoulage des rails et reprofileuse de rails. Les appels d'offres devraient être lancés au deuxième trimestre de l'année 2000. Date de clôture : **30 juin 2000**. S'adresser à M. Daniel Lemieux, du COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le numéro de dossier 000406-01363. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=234en](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=234en)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) \*



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a pris contact avec plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce à cet organisme, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

## Farnborough International prêt à décoller

FARNBOROUGH (ROYAUME-UNI) — 24-30 juillet 2000 — **Farnborough International 2000 (FI 2000)**, l'un des événements internationaux les plus importants de l'industrie aérospatiale mondiale, approche à grands pas.

Cette foire commerciale, qui attire un large éventail d'entreprises offrant du matériel et des services pour l'industrie aérospatiale, est d'une très grande importance pour toute entreprise aérospatiale canadienne cherchant à exporter. En 1998, cette foire a accueilli plus de 170 000 visiteurs, des délégations officielles de 50 pays et plus de 1 300 exposants de 32 pays.

Le Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) collabore étroitement avec divers partenaires d'Équipe Canada pour appuyer les efforts de petites et de moyennes entreprises (PME) souhaitant négocier des partenariats au cours de cette foire. Les membres de l'« Équipe de Farnborough » sont les suivants : le MAECI, Industrie Canada (Direction générale de

l'aérospatiale et de la défense), les gouvernements de l'Ontario et du Québec, l'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC) et de nombreuses associations provinciales de l'aérospatiale.

Dans le cadre de partenariats qu'elle a formés avec ses homologues du ministère britannique du Commerce et de l'Industrie et au sein de la Society of British Aerospace Companies (SBAC), l'Équipe s'efforce :

- de préparer des profils détaillés des entreprises aérospatiales du Royaume-Uni qui intéressent les entreprises canadiennes participant à la FI 2000 et de cerner les possibilités de partenariat ou d'investissement;
- de fournir aux entreprises du Royaume-Uni des profils détaillés des entreprises canadiennes qui assisteront à la FI 2000;
- d'organiser des activités visant à favoriser le partenariat ou le jumelage d'entreprises canadiennes et britanniques participantes;

- de faire le nécessaire pour obtenir de l'espace d'exposition pour les PME aérospatiales canadiennes qui souhaitent présenter leurs produits à la FI 2000;
- d'établir des rapports avec les entreprises et clients du Royaume-Uni pour connaître leurs besoins.

Pour plus de renseignements sur la foire **Farnborough International 2000**, communiquer avec M<sup>me</sup> Sylvia Cesaratto, déléguée commerciale, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6610, courriel : [sylvia.cesaratto@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sylvia.cesaratto@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Jeff Rochon, Direction générale de l'aérospatiale et de la défense, Industrie Canada, tél. : (613) 954-3400, courriel : [rochon.jeff@ic.gc.ca](mailto:rochon.jeff@ic.gc.ca)

Pour plus de renseignements sur ce secteur, consulter *Le marché de l'aérospatiale et de la défense — Royaume-Uni*, une étude de marché détaillée préparée conjointement par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du MAECI et le haut-commissariat du Canada à Londres, à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca). Des études d'autres marchés européens de l'aérospatiale sont aussi accessibles à cette adresse internet. ✱

## LE SOMMET DE CALGARY SUR LE PÉTROLE ET LE GAZ

CALGARY (ALBERTA) — 11-15 juin 2000 — Calgary sera l'hôte de la **Conférence mondiale sur le pétrole (World Petroleum Congress — WPC)** et de la **Foire nationale du pétrole (National Petroleum Show — NPS)**. Entre 3 000 et 4 000 décideurs principaux de partout dans le monde se réuniront à la **Conférence** pour discuter de questions générales et des progrès réalisés dans des domaines particuliers de l'industrie pétrolière et gazière. La **Foire**, qui est la plus importante au monde dans le secteur pétrolier, attirera plus de 1 400 exposants.

Pour obtenir des renseignements généraux sur ces deux manifestations, consulter leurs sites internet à [www.wpc2000.com](http://www.wpc2000.com) et [www.petroleumshow.com](http://www.petroleumshow.com)

Des membres du Service des délégués commerciaux du Canada représentant divers marchés étrangers assisteront à la **Conférence** et à la **Foire**. Spécialistes du secteur du pétrole et du gaz, ces délégués

seront accompagnés de représentants d'entreprises étrangères et seront prêts à rencontrer des représentants d'entreprises canadiennes souhaitant faire des affaires à l'étranger. Les délégués commerciaux repèrent des occasions d'affaires pour les entreprises canadiennes, à l'échelle mondiale, ainsi que des produits et des services canadiens pour les décideurs étrangers.

Vous pourrez rencontrer les délégués commerciaux au kiosque d'Équipe Canada installé à la place du Canada au Centre des occasions d'affaires mondiales (Global Business Opportunities Centre) et au kiosque de la Foire au Centre des affaires internationales de l'Alberta (Alberta International Business Centre).

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Ken Cumming, délégué commercial, Direction de l'appui aux marchés, tél. : (613) 944-0117, courriel : [kenneth.cumming@dfait-maeci.gc.ca](mailto:kenneth.cumming@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## IMPORTANTE DÉLÉGATION INDIENNE À LA NPS

Le Canada attache une grande importance aux échanges commerciaux avec l'Inde dans le secteur pétrolier et gazier. Pour favoriser la réalisation de cet objectif, le haut-commissariat du Canada à New Delhi et le consulat du Canada à Mumbai organisent une mission commerciale de haut niveau à la foire NPS. Parmi les personnalités indiennes invitées figurent le ministre indien des ressources pétrolières et gazières et des cadres supérieurs de grandes sociétés du secteur.

Le programme de la mission comprend notamment la visite de l'exposition, des rencontres de suivi individuelles pour discuter de questions d'intérêt particulier, une réception le 13 juin pour nos invités indiens et des activités de réseautage. ✱

*Première mission commerciale virtuelle au monde***PRÉPARATION EN LIGNE AUX MISSIONS COMMERCIALES**

Un nouveau site internet interactif conçu pour faciliter la préparation des entreprises à des missions commerciales deviendra une ressource importante pour un grand nombre de missions commerciales à l'étranger auxquelles le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) apporte son appui. Le site sera d'abord utilisé à titre de projet pilote dans le cadre d'une mission commerciale multisectorielle en Grèce prévue du 15 au 19 mai prochain.

Le concept du site s'inspire d'une initiative du secteur privé baptisée la mission commerciale virtuelle (Virtual Trade Mission — VTM). M<sup>me</sup> Annette O'Shea Roche, présidente de la société WISE Business Management, a fait partie de l'équipe qui a mis au point la VTM. Selon elle, il faut normalement compter deux ou trois visites dans un marché cible pour conclure une affaire (environ 20 000-30 000 \$ et 8-12 semaines) — ce qui représente une quantité énorme de temps et d'argent, dont ne disposent pas un grand nombre de petites et de moyennes entreprises.

« Grâce au concept de la mission commerciale virtuelle, nous avons réussi à réduire l'obstacle du temps et de la distance. » Collectivement, les participants ont passé quelque 60 jours en ligne avant de partir en mission commerciale en Malaisie et à Singapour. « Les résultats sont probants, déclare M<sup>me</sup> Roche. Huit dirigeantes d'entreprises canadiennes ont signé 17 contrats — des marchés très réels garantis sur facture — soit le plus grand nombre d'affaires conclues par

participant depuis que le Canada organise des missions commerciales. »

« À l'aide des commentaires des délégués commerciaux et d'agents de commerce chevronnés, et de renseignements puisés dans des sources d'information et de communication du secteur public, nous avons adapté le concept des VTM pour créer la Mission commerciale en ligne (MCEL) », rapporte M. Douglas Holland, de la Direction des services à l'exportation pour les petites et moyennes entreprises du MAECI.

Depuis la mise au point du premier prototype de MCEL, le concept a été étoffé et mis à l'essai à l'occasion de la mission organisée en Argentine, en novembre 1999, dans le cadre du programme des Nouveaux exportateurs vers l'Amérique du Sud (NEXAS) et lors de la mission sur l'habitation et la construction d'infrastructures en Turquie en février 2000.

Selon les résultats d'une enquête menée auprès des participants à la mission en Turquie, ceux qui avaient consulté le site internet avant la mission l'ont trouvé très utile, particulièrement pour ce qui est de l'accès aux études de marché, aux profils des participants et aux renseignements sur la culture du milieu des affaires en Turquie.

Le site internet est conçu de manière à permettre aux organisateurs des missions commerciales et aux participants d'échanger des renseignements en temps opportun. Il mettra à la disposition des entreprises un point d'accès en ligne unique et facile à utiliser offrant un aperçu du programme prévu et les sources d'information perti-

nentes. Elles pourront ainsi obtenir une description du programme de la mission, des études de marché, des conseils sur la façon de faire des affaires dans le pays d'accueil et des indications sur la manière de contacter le Centre du commerce international (CCI) ou le bureau chargé des missions dans la région en cause pour leur faire parvenir des demandes de renseignements ou d'inscription.

Une fois inscrits, les participants pourront avoir accès à d'autres renseignements concernant spécifiquement la mission qui les intéresse, y compris un calendrier détaillé des activités et des événements, des renseignements sur l'hébergement, et les profils des autres délégués et représentants officiels des gouvernements qui seront du voyage. Ils auront aussi accès à une trousse de formation préparatoire à la mission et à un babillard électronique sur lequel ils pourront afficher des messages ou répondre à des messages, ce qui leur permettra de communiquer facilement avec les personnes chargées de prendre les rendez-vous lors de la mission.

Selon M<sup>me</sup> Loreta Giannetti, une des organisatrices de la mission en Turquie, la MCEL a énormément réduit la charge de travail du Ministère. « Nous n'avions que quatre semaines pour organiser la mission ministérielle, à laquelle allaient participer 20 entreprises et des représentants de l'Agence canadienne de développement international. Grâce au site internet, nous avons pu préciser la répartition des responsabilités entre le Ministère et la mission de façon rapide et efficace. »

Les sections du site de la Mission commerciale en ligne accessibles au public se trouvent à : <http://infoexport.gc.ca/mission> ✦

**Tirer parti des débouchés au Japon**

La série de colloques, « Profiter des débouchés au Japon », organisée par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et Ressources naturelles Canada, sera présentée dans diverses villes canadiennes en mai et en juin.

Ces colloques aideront les participants à relever les défis et à exploiter les possi-

bilités du marché japonais du logement, qui commence à se redresser.

Le Japon est l'un des plus importants marchés du logement au monde et le deuxième marché d'exportation du Canada dans ce domaine. Les maisons à ossature en bois et les produits connexes du Canada sont bien adaptés aux exigences

des Japonais en matière d'habitation. Les colloques fourniront l'information commerciale la plus récente sur ce marché en croissance, ses tendances ainsi que les créneaux les plus prometteurs.

Ils porteront notamment sur les sujets suivants :

- prévisions actuelles et à long terme concernant le marché du logement;

Voir page 16 – Débouchés

# GlobeTech@Greater Washington 2000

L'Association canadienne de technologie de pointe (CATA), principal organisme canadien dans le domaine de la technologie, tiendra sa conférence annuelle sur le commerce et l'investissement à Washington, du 5 au 7 juin. Intitulée **GlobeTech@Greater Washington 2000**, la conférence sera organisée

avec le concours d'une coalition sans précédent d'organismes de technologie du nord de la Virginie, du Maryland et du district de Columbia, et les activités seront coordonnées par la Greater Washington Initiative. La conférence vise à aider les entreprises à accroître leurs exportations, à conclure des partenariats à l'échelle mondiale et à obtenir des investissements stratégiques. Elle réunira les directeurs généraux des plus importantes entreprises technologiques des États-Unis et du Canada, ainsi que des dirigeants gouvernementaux et des sociétés d'investissement en capital-risque. **GlobeTech@Greater Washington** aura lieu à Tysons Corners, dans le nord de la Virginie, région où se trouve l'une des plus fortes concentrations d'entreprises spécialisées dans l'internet et le commerce électronique des États-Unis. Les participants à la conférence

auront amplement l'occasion de créer des réseaux avec des entreprises établies dans cet important carrefour nord-américain des affaires, des partenariats et de l'investissement dans le domaine de la technologie.

Au cours de la conférence, une entreprise canadienne et une entreprise américaine formant un partenariat recevront le prix du partenariat en technologie de l'Amérique du Nord qui souligne une réussite exceptionnelle réalisée par coentreprise ou alliance stratégique. En outre, l'ambassade du Canada à Washington organisera une mission EXEU (anciennement NEEF Plus) d'une journée qui se tiendra le 5 juin. **Extus@GlobeTech 2000** sera un atelier intensif d'une journée visant à fournir aux entreprises canadiennes du secteur de la technologie de l'information (TI) qui sont prêtes à exporter (en particulier celles qui sont à la recherche de possibilités dans le domaine de l'internet et du commerce électronique à des fins civiles ou militaires) des renseignements

précis et l'occasion d'établir des réseaux avec des petites entreprises américaines, afin de se tailler une part de ce marché américain d'une valeur de plus de 200 milliards de dollars américains. La participation à la mission EXEU est gratuite pour les entreprises admissibles qui sont inscrites à la conférence **GlobeTech@Greater Washington** de l'Association canadienne de technologie de pointe (et une réduction des frais associés à la conférence est offerte aux participants).

Pour plus de renseignements sur la conférence **GlobeTech@Greater Washington 2000**, communiquer avec M. Jim LeBlanc, Association canadienne de technologie de pointe, tél.: (703) 799-2935, courriel: [jleblanc@ix.netcom](mailto:jleblanc@ix.netcom) ou avec M. Rick Morris, S&H/LeBlanc International, tél.: (703) 683-8512, courriel: [Rmorris@smithharroff.com](mailto:Rmorris@smithharroff.com)

Inscription en direct: [www.cata.ca/globetech/index\\_register.html](http://www.cata.ca/globetech/index_register.html)

Pour plus de renseignements sur la mission EXEU, communiquer avec M. Gerard Brathwaite-Sturgeon, tél.: (202) 682-7746, courriel: [gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca) \*

**CATA Alliance**

## Débouchés au Japon

(Suite de la page 15)

- expansion de marchés tels que ceux de la rénovation et des logements pour personnes âgées;
- comparaisons des méthodes et des normes de construction et des codes du bâtiment du Canada et du Japon;
- produits canadiens offrant le meilleur potentiel d'exportation et produits devant être adaptés pour le marché japonais.

### Calendrier des colloques :

Halifax: 25 mai, Moncton: 26 mai, Calgary: 30 mai, Edmonton: 31 mai, Ottawa: 2 juin, Toronto: 6 juin, Montréal: 8 juin.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec M<sup>me</sup> Nellie Cheng, SCHL, tél.: (604) 666-8064, courriel: [ncheng@cmhc-schl.gc.ca](mailto:ncheng@cmhc-schl.gc.ca) \*



## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



C'est officiel :

MAY 01 2000  
MAY 1 2000

# Équipe Canada 2000

se rendra à Beijing, à Shanghai et à Hong Kong

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

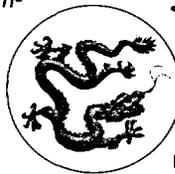


## DANS CE NUMÉRO

- 2 L'Afrique en direct
- 4 Le marché de la cinématographie et de la télévision en Irlande
- 6 Carrefour États-Unis
- 8 Une vision pour l'avenir
- 9 Le nouvel exportateur du mois
- 10 Rapport annuel sur le commerce
- 11 Le secteur de l'environnement de la Russie
- 12 Occasions d'affaires
- 13 Le secteur minier algérien
- 14 Foires et missions commerciales
- 15 Au calendrier
- 16 [www.canadexport.gc.ca](http://www.canadexport.gc.ca)



Le mois dernier, le Premier ministre, M. Jean Chrétien, a annoncé qu'il dirigera la prochaine mission commerciale d'Équipe Canada, qui se rendra à Beijing, Shanghai et Hong Kong du 18 au 26 novembre 2000. Une délégation de gens d'affaires, de dirigeants d'établissements d'enseignement et de municipalités, et de jeunes entrepreneurs participera à cette sixième mission d'Équipe Canada.



Le Premier ministre sera accompagné des premiers ministres provinciaux et des dirigeants territoriaux du Canada, du ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, et du secrétaire d'État (Asie-Pacifique), M. Raymond Chan.

« Équipe Canada est un élément central de notre stratégie pour accroître les échanges commerciaux et pour assurer la création d'emplois et la croissance au Canada, a déclaré le Premier ministre. Nous repartons donc afin de faire la promotion des produits, des services et du savoir-faire de notre pays à l'étranger. Ce sera une belle occasion de travailler en collaboration avec mes homologues provinciaux et territoriaux, pour aider nos entreprises à approfondir leurs relations en matière de commerce et d'investissement dans ces marchés. »

## Secteurs clés de la mission

Les membres de la délégation commerciale canadienne proviendront d'un éventail de secteurs offrant aux entreprises canadiennes des perspectives particulièrement prometteuses en Chine et à Hong Kong, notamment :

- les technologies de l'information et des communications;
- l'agriculture et l'agroalimentaire;
- la foresterie, les produits ligneux, les services de construction et les matériaux de construction;

- les industries et les technologies de l'environnement;
- les transports;
- les ressources et les technologies énergétiques;
- l'exploitation minière et les minéraux;
- les services médicaux et les produits de santé;
- les services financiers;
- les technologies de l'enseignement et les produits et les services culturels.

## Puissance économique régionale

- La Chine s'est hissée au septième rang mondial des puissances économiques, sur le plan du produit intérieur brut (PIB), et elle représente un immense

Voir page 2 – Équipe Canada

## Nouvelle Stratégie pour l'Afrique

Le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a lancé, le mois dernier, la Stratégie commerciale pour l'Afrique, conçue pour aider les entreprises canadiennes à développer leurs activités commerciales, à améliorer leur accès aux marchés et à obtenir une meilleure protection de leurs investissements en Afrique subsaharienne.

Contrairement aux plans commerciaux visant des marchés d'exportation établis, la Stratégie commerciale pour l'Afrique est étroitement liée aux objectifs stratégiques à long terme de la politique étrangère du Canada, qui consistent à aider l'Afrique à réduire la pauvreté et à s'intégrer dans l'économie mondiale. Une Afrique écono-

Voir page 3 – La Stratégie

# Équipe Canada 2000 se rendra à Beijing, à Shanghai et à Hong Kong

(Suite de la page 1)

marché pour les produits industriels, agricoles et commerciaux et les biens de consommation.

- Conjointement avec Hong Kong, qui jouit d'un statut particulier grâce à la politique intitulée « un pays, deux

*« La détermination de la Chine à développer ses infrastructures et à améliorer ses technologies a soutenu son expansion économique. L'économie du pays est de plus en plus décentralisée, et il existe de nombreux moyens d'accéder aux marchés régionaux. L'adhésion prévue de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce réduira les obstacles tarifaires et contribuera à rendre le contexte commercial encore plus ouvert et plus prévisible. Ces faits et d'autres événements ont aussi renforcé la position de Hong Kong comme carrefour des activités commerciales de la région. Je vous invite donc à vous joindre à nous et à découvrir ainsi les retombées positives que peut avoir la participation à Équipe Canada 2000 sur vos activités commerciales dans des marchés aussi importants et prometteurs. »*

M. Pierre S. Pettigrew, ministre du Commerce international

« systèmes », la Chine est devenue le moteur économique de la région Asie-Pacifique et elle exerce une influence politique à la mesure de son importance économique.

- Au cours des 30 dernières années, le commerce bilatéral entre le Canada et la Chine s'est développé à un rythme accéléré, passant de seulement 161 millions de dollars en 1970, au moment de

l'établissement des relations diplomatiques entre les deux pays, à 11,5 milliards de dollars en 1999.

- En fait, la Chine est le quatrième partenaire commercial du Canada (le troisième si l'on tient compte de Hong Kong),

après les États-Unis, le Japon et le Royaume-Uni.

- De plus, en 1999, le commerce bilatéral entre le Canada et Hong Kong a totalisé 2,4 milliards de dollars; parallèlement, les investissements directs, dans les deux sens, ont atteint 5,3 milliards de dollars en 1998, ce qui fait de Hong Kong la 8<sup>e</sup> source d'investissement étranger au Canada.

Les entreprises canadiennes doivent planifier minutieusement le développement de leurs relations commerciales avec la Chine et Hong Kong et élaborer à cet égard une vision stratégique; néanmoins, il existe dans la région un potentiel réel et considérable. L'engagement de la Chine à mettre en œuvre des réformes économiques, conjugué aux démarches en vue de son accession à l'Organisation mondiale du commerce (l'OMC, dont Hong Kong est déjà membre), contribue à assurer aux exportateurs canadiens un meilleur accès à son marché. Ces économies poursuivront leur expansion et continueront à offrir aux exportateurs des débouchés prometteurs dans les secteurs où les entreprises canadiennes possèdent un avantage concurrentiel.

Pour de plus amples renseignements sur la mission ou pour y participer, consulter le site internet d'Équipe Canada [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca) ou communiquer avec la Direction Équipe Canada, MAECI, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, courriel : [teamcan@istar.ca](mailto:teamcan@istar.ca) ✪

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction : Patrick Marleau  
Mise en page : Yen Le  
Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Téléc. : (613) 992-5791  
Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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

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

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec CanadExport au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de CanadExport ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2  
ISSN 0823-3330

canadexport

## Le coin des lecteurs

Monsieur le Rédacteur en chef,

Je vous remercie d'avance de m'envoyer régulièrement CanadExport. Oui, vous pouvez être fier, vous et vos associés, de ce que vous accomplissez.

Vous m'avez déjà convaincu de la valeur de CanadExport pour deux raisons : 1) l'importance de l'internet pour accroître les ventes à l'étranger, principalement par correspondance; 2) grâce à vous (p. 10, « Carrefour États-Unis », n° du 15 février 2000), j'ai pu envoyer cette intéressante information au fils d'un ami, jeune peintre débutant plein de talent, en espérant que [www.guild.com](http://www.guild.com) pourra lui ouvrir des horizons nouveaux.

*Depuis plusieurs années, ma société exporte (vente par correspondance) principalement vers les États-Unis. Nous sommes toujours à la recherche de nouveaux débouchés internationaux car, depuis 1996, nos ventes ont singulièrement baissé du fait que beaucoup de nos clients étrangers (en Asie) ont disparu du marché.*

*Je suis aussi entré en contact avec l'ambassade du Canada à Helsinki, qui m'a aimablement communiqué les adresses de marchands de minéraux rares susceptibles d'intéresser ma petite entreprise.*

*Avec mes sincères remerciements pour votre aide efficace, veuillez agréer, Monsieur le Rédacteur en chef, l'expression de mes salutations les meilleures.*

Pierre Stéphane Salerno, président  
Stephane Gems Canada Inc., Edmonton ✪

« **A**frique en direct », l'événement qui a lancé la nouvelle *Stratégie commerciale pour l'Afrique*, s'est rendu dans quatre villes du Canada, en commençant par Ottawa où le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a procédé à l'inauguration très réussie de la tournée.

Plus de 40 hauts fonctionnaires venus des huit pays d'Afrique participants — l'Afrique du Sud, le Ghana, Maurice, le Mozambique, le Nigéria, l'Ouganda, le Sénégal et la Tanzanie — ont eu un premier aperçu de certaines des meilleures technologies canadiennes, au cours de visites d'entreprises de haute technologie d'Ottawa, telles que Nortel, Newbridge et Nordion.

À Calgary, le nombre de participants formant la délégation africaine est passé à 170 : en effet, un grand nombre de gens d'affaires d'Afrique sont venus grossir la délégation et ont été accueillis par plus de 100 représentants d'entreprises de l'Alberta (et par plusieurs du Manitoba, de la Saskatchewan et de la Colombie-Britannique). Les visites d'entreprises —

dont une visite de l'Alberta Institute of Technology — se sont ajoutées à des rencontres collectives et individuelles ayant trait à l'expertise canadienne dans diffé-

visites d'installations d'entreprises, dont celles du Marché des produits alimentaires de l'Ontario. Le directeur d'une petite firme de consultation canadienne a fait le

## L'Afrique en direct

### Les affaires en marche

par M. Robert Farrell, directeur adjoint, Commerce avec l'Afrique subsaharienne, MAECI

rents domaines : gaz et pétrole, environnement, exploitation minière, électricité, télécommunications et enseignement assisté par des moyens techniques.

L'étape suivante a été une visite de trois jours à Toronto, où la délégation a été accueillie par les représentants de plus de 150 entreprises. Il y a eu des ateliers touchant différents domaines, depuis l'agro-alimentaire, l'exploitation minière et les médias jusqu'au commerce électronique, et, en outre, des

commentaire suivant : « Mon carnet de commande est déjà plein. » De son côté, un participant de la Tanzanie a déclaré : « Cette conférence est la meilleure à laquelle j'aie jamais participé. »

La quatrième et dernière étape était Montréal, où la tournée s'est achevée par la « Conférence de Montréal », à laquelle ont assisté le président du Nigéria et le président de l'Algérie. Les participants ont pu établir des contacts directs avec des dirigeants canadiens du monde des affaires dans des domaines tels que la biotechnologie, et avec des porte-parole de sociétés mondialement reconnues comme Hydro-Québec et SNC-Lavalin.

En somme, la mission de deux semaines d'« Équipe-Afrique » ou d'« Équipe Canada en sens inverse », comme certains l'ont appelée, a donné aux entreprises canadiennes la possibilité de présenter avec brio à leurs homologues africaines leurs produits et leurs services mondialement réputés. ❖



## La Stratégie commerciale pour l'Afrique

(Suite de la page 1)

miquement prospère hausse le niveau de vie des Africains, réduit les conflits et les migrations forcées, et multiplie les occasions d'affaires et les partenariats entre l'Afrique et le Canada.

« L'Afrique subsaharienne est une région économique très prometteuse, a déclaré le ministre Pettigrew. La *Stratégie commerciale pour l'Afrique* aidera les exportateurs canadiens à traduire les principes du commerce en réalités pratiques. »

« L'Afrique pose des défis particuliers lorsqu'il s'agit de développer et de renforcer les liens commerciaux et financiers, a ajouté le Ministre. Cette publication est l'une des nombreuses initiatives que nous prenons pour aider les entreprises canadiennes à faire face à la concurrence et à profiter au maximum des débouchés commerciaux et des occasions d'investissement en Afrique subsaharienne. »

Afin de mettre davantage l'accent sur

la promotion du commerce, des ressources financières additionnelles seront mises à la disposition des bureaux commerciaux du Canada en Afrique, et trois postes de délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international seront créés dans chacune des trois villes suivantes : Abidjan, en Côte d'Ivoire; Lagos, au Nigeria; et Nairobi, au Kenya.

Le Ministre a procédé au lancement de la publication à l'occasion d'« Afrique en direct », un événement dont l'Agence canadienne de développement international était l'hôte du 3 au 17 mai, en collaboration avec le MAECI. « Afrique en direct » est une nouvelle initiative qui aidera à resserrer les liens économiques et politiques entre le Canada et les pays émergents de l'Afrique subsaharienne.

La *Stratégie commerciale pour l'Afrique* se trouve sur l'internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/africa/continent-f.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/africa/continent-f.htm) ❖

## CHANGEMENT D'ADRESSE

La chancellerie de San Salvador, au Salvador, vient d'emménager dans des locaux permanents. Outre la section des affaires politiques et consulaires, la chancellerie comprend une section de l'immigration et du commerce. Voici sa nouvelle adresse :

Centro Financiero Gigante  
Alameda Roosevelt y 63 Ave. Sur  
Torre A, Lobby 2  
Colonia Escalón, San Salvador  
El Salvador

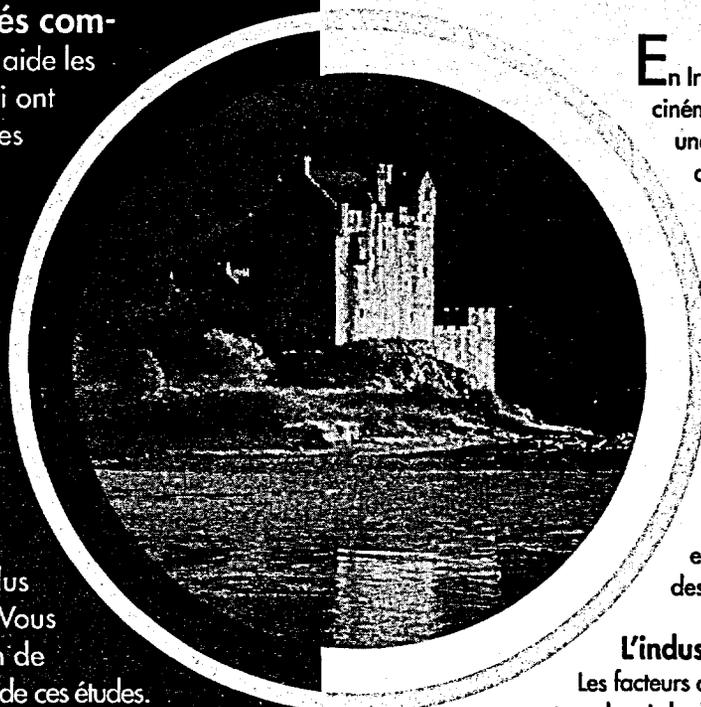
Tél. : (011-503) 279-4655/4657/4659  
Télec. : (011-503) 279-0765 ❖

# IRLANDE

## Le Service des délégués commerciaux du Canada

aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 600 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

Pour plus de renseignements sur l'étude ci-contre ou sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



## Le marché de cinématographique

En Irlande, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle affiche une croissance supérieure à 3 400% depuis 1992. En 1997, le secteur employait approximativement 5 000 personnes et sa valeur est estimée à 259 millions de dollars. Ce succès est attribuable à la croissance rapide de l'économie irlandaise, à une augmentation marquée de l'investissement privé et de l'investissement étranger, à des incitatifs fiscaux attrayants et au fait que l'Irlande est plus accessible depuis qu'elle est devenue une plaque tournante des voyages en Europe.

### L'industrie de la production

Les facteurs qui ont contribué à la réussite du secteur depuis le début des années 1990 comprennent notamment une augmentation de l'investissement étranger dans la production cinématographique et l'investissement initial dans les programmes d'éducation et de formation. Le facteur ayant le plus influencé la croissance du marché est l'introduction des incitatifs fiscaux comme le prévoit la Section 35 (maintenant 481). Depuis lors, des longs métrages comme *Braveheart*, *Série Private Ryan* et *Angela's Ashes* (*Cœur vaillant, il faut sauver*

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visiteurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les arts et les industries culturelles en Europe



## CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Production cinématographique et télévisuelle

Le film *Les cendres d'Angela* (version française) ont été réalisés en Irlande. L'État et les autorités locales ont aussi appuyé fortement les productions cinématographiques. L'Irlande a attiré des réalisateurs étrangers grâce à la qualification de ses équipes de techniciens, l'offre de services auxiliaires, aux tarifs de change avantageux et à ses sites attrayants.

relations cinématographiques et audiovisuelles en avril 1989. Les entreprises participant à une coproduction en vertu de cet accord bénéficient d'un certain nombre d'avantages : possibilité d'importer sans restriction, aucune restriction sur les droits de diffusion, facilité d'entrée au Canada et en Irlande, statut de résident temporaire, entrée temporaire et possibilité de réexporter.

seront occupés par des chaînes locales irlandaises. Les quatre autres multiplexeurs seront donc disponibles pour le commerce afin de produire des revenus. Par conséquent, il y aura des débouchés évidents pour les producteurs et les diffuseurs canadiens œuvrant dans le domaine télévisuel et cinématographique. L'introduction de la télévision numérique en Irlande ouvrira la voie à la nouvelle technologie multimédia comme la télévision interactive et les communications par Internet.

### Faits en bref

Taux de croissance de l'industrie depuis 1992	3 400 %
Valeur marchande (1997)	259 millions \$
Valeur marchande prévue pour 2010	1,1 milliard \$
Nombre d'employés dans l'industrie	5 000
Nombre de coproductions Canada-Irlande	5

### Vous voyez des possibilités ?

Pour en savoir davantage sur les débouchés dans ce marché, consultez le rapport complet intitulé *La production cinématographique et télévisuelle en Irlande*, qui a été préparé par le Centre des études de marché. Ce rapport est disponible à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

1999 a été une année plutôt lente pour la production cinématographique et visuelle en Irlande en raison de l'expiration, en janvier 1999, du dégrèvement fiscal prévu dans la Section 481. Bien qu'il ait été renouvelé jusqu'en janvier 2000, un rapport indépendant publié en août 1999 par le Groupe d'examen stratégique de l'industrie cinématographique, nommé par le ministre des Arts, du Patrimoine, du Gaeltacht et des Îles, a recommandé une prolongation de sept ans. Le gouvernement irlandais examine actuellement cette recommandation.

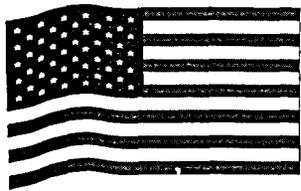


tation pour tout matériel nécessaire à la coproduction. Jusqu'à présent, cinq coproductions ont été réalisées en vertu de cet accord.

### L'industrie de la radiodiffusion

Le projet de loi sur la diffusion, *Broadcasting Bill* (1999), fournit un cadre pour l'introduction de la télévision numérique en Irlande, prévue pour septembre 2000. L'infrastructure comprendra six multiplexeurs, chacun pouvant accueillir au moins cinq chaînes, ce qui donne un potentiel de 30 à 50 chaînes. Seulement deux des six multiplexeurs

Les gouvernements du Canada et de l'Irlande ont signé l'Accord sur les



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc.: (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## La construction bat son plein partout aux États-Unis Salon international des constructeurs

### Un succès sans précédent!

Le marché florissant de l'habitation a attiré un nombre record de visiteurs au plus important Salon international des constructeurs (International Builders Show) organisé par la National Association of Home Builders, qui s'est tenu du 14 au 17 janvier au Dallas Convention Center. Plus de 70 000 professionnels du secteur de la construction des États-Unis et de 48 autres pays se sont rendus à la 56<sup>e</sup> édition du Salon. Cette manifestation annuelle continue d'offrir une tribune promotionnelle inégalée aux entreprises de la construction et aux fabricants de matériaux.

Les visiteurs ont pu parcourir des stands de fabricants et de fournisseurs de services couvrant quelque 50 000 m<sup>2</sup> et choisir parmi près de 200 ateliers donnant les toutes dernières informations sur la construction écologique, la croissance intelligente, les nouvelles techniques de construction, la conception résidentielle et la gestion des affaires.

**Salon international des constructeurs**  
National Association of Home Builders  
Atlanta (Géorgie) — 9-12 février 2001

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et le consulat général du Canada à Atlanta, en Géorgie, en collaboration avec Canadian Export Development (CED), invitent les entreprises canadiennes à exposer au pavillon du Canada.

Ce pavillon permettra aux entreprises canadiennes de présenter leurs produits et leurs services tout en exploitant les débouchés aux États-Unis. Le stand canadien offrira une excellente occasion de rencontrer des décideurs et des acheteurs importants des secteurs public et privé qui seront invités à visiter le pavillon du Canada.

Les entreprises canadiennes admissibles pourraient obtenir une aide financière au titre du Programme de développement des

marchés d'exportation (PDME) du MAECI, en vue de se faire rembourser certaines dépenses, soit jusqu'à 50 % de leurs frais de déplacement et des coûts de location d'espace ou d'un stand.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Robert Grison, Canadian Export Development, tél.: (613) 825-9916, téléc.: (613) 825-7108, courriel : [cced@sympatico.ca](mailto:cced@sympatico.ca) ou avec M. Durban Morrow, délégué commercial, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, tél.: (613) 944-7486, téléc.: (613) 944-9119, courriel : [urban.morrow@dfait-maeci.gc.ca](mailto:urban.morrow@dfait-maeci.gc.ca)

## Colloques sur l'exportation au Michigan

Bien des professionnels de la construction du Canada voudraient tirer parti de la croissance phénoménale de ce secteur au Michigan, mais ils doivent se débattre dans le dédale bureaucratique créé par les lois fiscales, les formalités douanières et les règlements en matière d'emploi des États-Unis. Afin de trouver des solutions, M. Tom Quinn, agent de commerce international au consulat général du Canada à Detroit, a élaboré une série de colloques de formation à l'exportation dans le domaine de la construction (CEXED), qui connaît un franc succès.

Le quatrième colloque CEXED a eu lieu au consulat général le 21 mars 2000 et a accueilli un bon nombre d'architectes, d'ingénieurs, d'entrepreneurs en construction et de fabricants de produits de la

construction de Windsor, Sarnia, London et Toronto.

Ces événements ont ouvert une première porte aux professionnels et aux fournisseurs canadiens de la construction, qui participent désormais à des projets de construction du Michigan. « Environ 250 firmes canadiennes ont assisté à un colloque CEXED depuis 1997, parce qu'elles veulent entrer sur ce marché en plein essor, prédisait M. Quinn. Près d'une centaine d'entre elles font maintenant affaire au Michigan ou ailleurs aux États-Unis. »

Pour plus de renseignements et pour vous inscrire au colloque de l'an prochain, communiquer avec M. Tom Quinn, consulat général du Canada à Detroit, tél.: (313) 567-2208, poste 3364, téléc.: (313) 567-2164, courriel : [thomas.quinn@dfait-maeci.gc.ca](mailto:thomas.quinn@dfait-maeci.gc.ca)

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

Le président de la société **Nexwood Industries**, M. Dedo Suwanda, a un problème que certains manufacturiers débutants seraient bien heureux d'avoir : il n'a plus rien à vendre. Tout ce que Nexwood, propriété du canadien **CFR Technologies Group**, produira en 2000 est réservé.

Ce succès revient en partie à Équipe Canada inc — en particulier au délégué commercial M. Brent Court, du Centre du commerce international (CCI) de l'Ontario — au Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), ainsi qu'à **CanadExport**, auquel Nexwood est abonnée.

Évidemment, le fait que le matériau de construction de la société Nexwood soit un produit révolutionnaire a joué. Pour produire ce matériau qui remplace le bois de sciage, Nexwood mélange du plastique récupéré à de la fibre cellulosique semblable à du bois (sciure de bois ou écorce de riz) et utilise un procédé d'extrusion pour fabriquer des « planches ». Puisque ce produit ne se fragmente pas, ne se déforme pas, ne cloque pas, et qu'il est imputrescible et à l'abri de la corrosion, il est idéal pour les applications extérieures, comme les jetées, les terrasses, les trottoirs et les bords de piscine.

#### Cap sur le Sud!

Alors qu'au moment de sa création il y a quatre ans, la société Nexwood consistait

en un petit groupe consacré à la recherche-développement, elle est aujourd'hui une entreprise de fabrication qui emploie environ 40 ouvriers et 8 ingénieurs à Brampton, en Ontario, ainsi qu'une équipe de vente dynamique à LaSalle, au Québec.

Depuis plus de deux ans, la société vend ses produits au Canada et aux États-

#### Une mission à Dallas

Le CCI a également aidé Nexwood dans ses activités de commercialisation. En 1997, MM. Suwanda et Barré ont accepté l'invitation du CCI à participer à une mission d'orientation commerciale à Dallas, au Texas, à l'occasion de la foire de la National Association of Home Builders (NAHB). Les

# Une planche canadienne s'impose sur les marchés américains



Unis et elle envisage de prendre encore plus d'expansion. « La décision [de vendre aux États-Unis] a été prise compte tenu de la taille considérable du marché américain et également à cause du dollar américain », d'expliquer M. Guy Barré, directeur des Ventes et du Marketing. « Nous trouvons beaucoup de contacts au moyen de l'internet, lors des foires et des missions ainsi que par le bouche-à-oreille. »

M. Suwanda attribue la croissance des ventes et la pénétration du marché américain à l'équipe de vente de M. Barré. Le marché américain présente de nombreux avantages tels qu'un taux de change favorable et une saison estivale prolongée dans les États du sud, facteur déterminant pour la vente de ce matériau mixte. De plus, ce marché exige peu de modifications. « Cependant, prévient M. Barré, il faut être bien organisé pour y réussir. Ayez affiches, présentoirs et brochures pour présenter vos produits. »

Le marché américain recèle toutefois plusieurs défis. Les matériaux de construction sont assujettis à de nombreux codes du bâtiment et à de nombreuses réglementations. Obtenir les approbations pour se conformer à ces codes dans un marché étranger peut représenter un casse-tête et occasionner des dépenses considérables. Par ailleurs, la mise en place de réseaux de distribution est aussi un défi. « M. Court nous a été extrêmement utile dans les deux cas », affirme M. Suwanda.

relations nouées là-bas ont entraîné des ventes importantes. M. Barré souligne l'aide considérable accordée par deux délégués commerciaux, M. Court et M<sup>me</sup> Carol Kerley (de la Société canadienne d'hypothèques et de logement), en vue de la foire à Dallas. « Ils nous ont aidés dans les relations avec le public et aussi en nous fournissant une liste de distributeurs éventuels. Ils ont été absolument extraordinaires. M<sup>me</sup> Kerley a beaucoup d'énergie et a toujours une attitude très positive. »

Cette année, la société a de nouveau participé à la mission et elle souhaite assister à des activités similaires pouvant mener à de nouveaux débouchés.

Nexwood a utilisé le financement offert par le PDME pour payer sa participation aux salons professionnels, produire du matériel publicitaire, régler les coûts associés au processus de conformité aux règlements et acquitter les frais juridiques. Aujourd'hui, l'entreprise, qui vend son produit sur la côte ouest des États-Unis et dans le Midwest, vise les États du sud-est.

Les ventes réalisées aux États-Unis représentent environ 90 p. 100 du chiffre d'affaires total de Nexwood. Et le succès engendre de nouvelles possibilités : « Nous devons maintenant accroître notre capacité de production », déclare M. Suwanda.

Pour tout renseignement, joindre M. Guy Barré, directeur des Ventes et du Marketing, tél. : (514) 595-9393, téléc. : (514) 365-0101, courriel : nexwood@cam.org internet : www.nexwood.com \*

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA au site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

**U**ne vente à destination de la Chine montre à un exportateur chevronné comment les services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) peuvent l'aider à vendre sa technologie de pointe appelée e-Vision.

Image Processing Systems Inc. (IPS) vient de s'ajouter à la liste grandissante d'exportateurs chevronnés qui ont découvert les avantages d'une collaboration avec la

# Une vision pour l'avenir avec la CCC

CCC. Ce fabricant de Markham, en Ontario, exporte depuis plus d'une décennie, mais il a eu recours pour la première fois aux services de la Corporation à la fin de l'année dernière; après avoir conclu un marché de 4,2 millions de dollars américains avec un fabricant de tubes cathodiques de la province de Fujian, en Chine, en décembre dernier, IPS compte bien se prévaloir des services de la CCC dans le cadre de ses futurs contrats.

IPS se décrit comme un fournisseur mondial de systèmes e-Vision (vision électronique). Cette entreprise créée en 1987 fournit des systèmes d'inspection et d'alignement d'affichage automatique (ADI) à la plupart des fabricants de moniteurs dans le monde. Les systèmes ADI sont utilisés durant la fabrication pour aligner les aimants et les canons à rayons afin de produire des images de la meilleure qualité qui soit.

Grâce à ses systèmes de pointe, IPS a pris de l'expansion et elle emploie actuellement une centaine de personnes; 85 sont employées au Canada, tandis que les autres sont affectées à la mise en marché et au service à la clientèle en Europe, en Chine et aux États-Unis.

« Nous exportons 90 % de notre production », précise M. Terry Clark, directeur des Finances d'IPS. « Nos clients sont les plus gros fabricants de moniteurs de la planète, et la Chine constitue pour nous un important marché en croissance. Nous en

sommes devenus conscients rapidement. »

Selon des sources gouvernementales chinoises, la valeur de production brute du secteur chinois de l'électronique s'est accrue d'environ 21 %, pour atteindre 70,2 milliards de dollars américains en 1999. D'ici 2010, la Chine continentale deviendra le plus gros marché de produits d'électronique et d'information du monde. La fabrication de moniteurs destinés aux ordinateurs et aux téléviseurs représente

une part considérable de ce marché, et les efforts novateurs d'IPS portent fruit.

« L'entreprise possède une attitude



De gauche à droite : M. Terry Clark, directeur des Finances; M. Paul Chiu, Service à la clientèle, bureau de Taïwan; et M. George Tepelenas, vérificateur, devant le système ADI 8200 ITC d'IPS.

très positive et fait preuve d'un excellent professionnalisme dans ses relations d'affaires », fait remarquer M. Emmanuel Florakas, gestionnaire de projets au Programme de paiements progressifs (PPP) de la CCC. « Elle a vendu 18 unités ADI à Chungwah Picture Tubes, et notre programme de préfinancement répondait parfaitement aux besoins du contrat. »

IPS a eu recours au PPP pour obtenir à une marge de crédit de 600 000 \$ mise à sa disposition par la Banque Royale du Canada pour la vente à Chungwah Picture Tubes (Fuzhou) Limited. Le marché prévoyait la fourniture et l'installation de l'équipement d'IPS d'une valeur d'environ 1,7 million de dollars américains ainsi que du matériel de manutention d'un autre fabricant. IPS a également intégré l'ensemble du processus d'inspection au système de production de l'usine, pour

**LA CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE**



**DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS**

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca) internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

une valeur contractuelle totale de plus de 4,2 millions de dollars américains.

« Selon les modalités de paiement prévues au contrat, 90 % du total était versé au moment de l'expédition, explique M. Clark. Nous avons donc besoin de liquidités supplémentaires. Le Programme de paiements progressifs s'est révélé fort utile, car nous avons ainsi pu garder nos marges de crédit libres à d'autres fins. »

M. Clark souligne que la participation de la CCC avait également aidé l'entreprise à résoudre certains problèmes initiaux posés par une lettre de crédit.

Depuis la commande de Chungwah, IPS a déjà réalisé d'autres ventes en Chine. Au cours des trois premiers trimestres de son exercice courant, IPS a reçu des commandes d'usines chinoises totalisant plus de 9,8 millions de dollars.

Un vaste potentiel d'exportation de l'entreprise reste à exploiter, selon M. Clark : « Nous savons que nous utiliserons encore plus les services de la CCC dans l'avenir. »

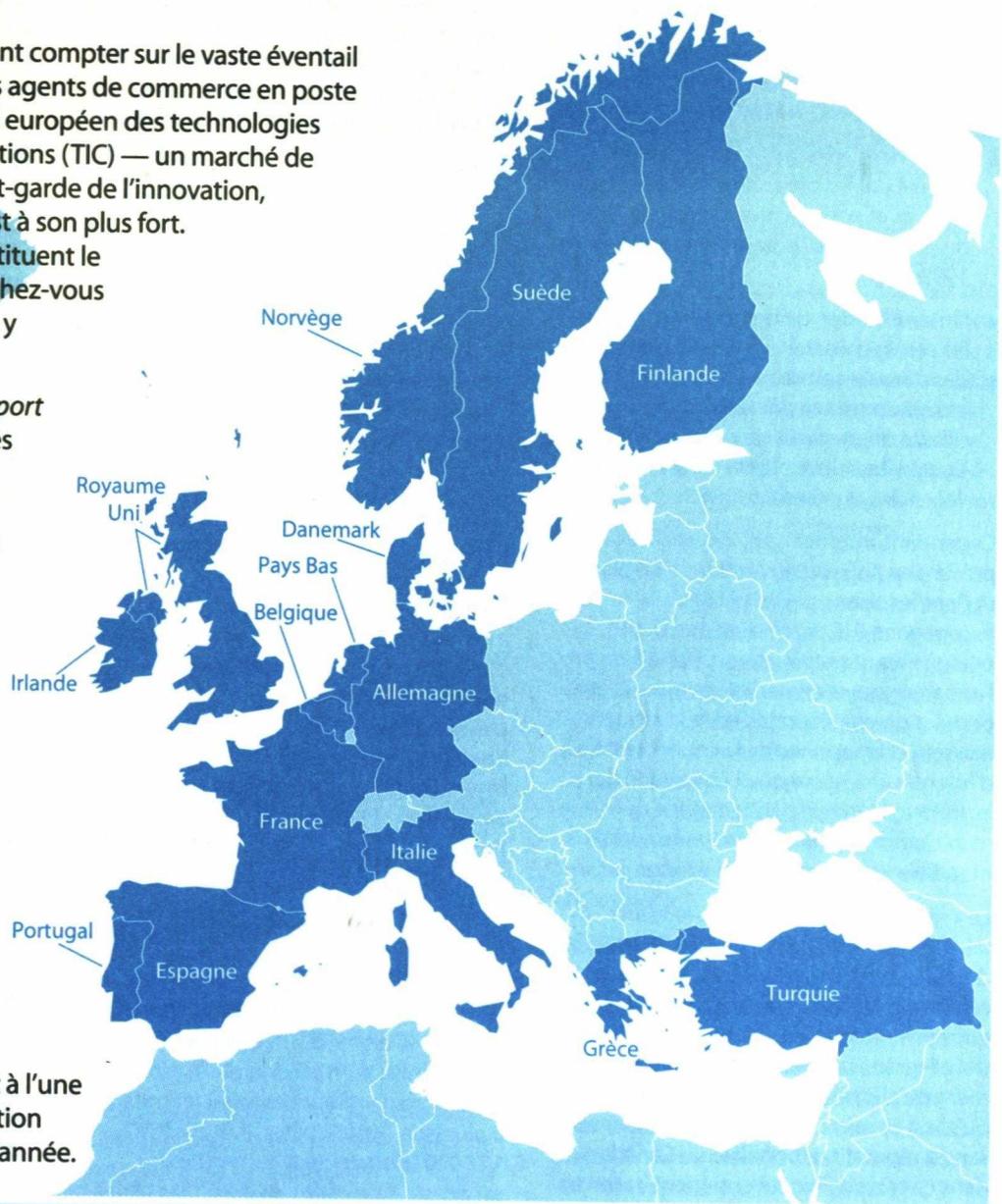
# L'Europe vous attend!

## Débouchés offerts sur le marché européen des technologies de l'information et des communications

### Le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada : bien branché en Europe!

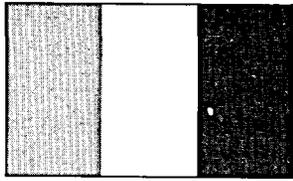
Les entreprises canadiennes peuvent compter sur le vaste éventail de services offerts par le réseau des agents de commerce en poste en Europe pour accéder au marché européen des technologies de l'information et des communications (TIC) — un marché de pointe lucratif. L'Europe est à l'avant-garde de l'innovation, et l'accueil des produits des TIC y est à son plus fort. Ensemble, les pays européens constituent le plus riche marché du monde. Branchez-vous sur les occasions d'affaires qui vous y attendent dès maintenant!

Ce supplément spécial de *CanadExport* met en lumière le rôle que jouent les agents de commerce en poste à Ottawa et en Europe afin de diriger les entreprises canadiennes vers les débouchés offerts sur le marché européen. Ce supplément porte tout particulièrement sur l'Italie, un marché qui sert d'exemple à ce que peut accomplir le SDC pour le compte des entreprises canadiennes aux quatre coins de l'Europe. Suit un aperçu des possibilités qui s'offrent dans le secteur des TIC dans les pays de la Méditerranée, au Royaume-Uni, en Irlande, dans les pays nordiques, en Allemagne, en France, en Belgique et aux Pays-Bas. Les lecteurs pourront en apprendre plus sur certains des débouchés présentés en participant à l'une des nombreuses activités de promotion du commerce prévues au cours de l'année.



Préparé par la Section pour l'expansion du commerce en Europe (RENB) et les bureaux commerciaux en Europe.





# Italie

## Le marché des télécommunications en plein essor : Internet gagne du terrain

En ce début du nouveau millénaire, le marché italien des **télécommunications** et des **services Internet** connaît un essor extraordinaire, déterminé par trois principaux secteurs de développement :

- ◆ le marché des services mobiles, dans lequel l'Italie consolide son leadership en Europe;
- ◆ les services en ligne — un secteur stimulé par les offres de services Internet gratuits et par une progression de 280 % du nombre d'utilisateurs d'Internet en 1999;
- ◆ l'intensification de la concurrence dans les services de transmission de la voix et des données, ainsi que l'apparition de nombreux nouveaux exploitants qui offrent des services de connectivité à haute vitesse pour la transmission de la voix et les services Internet.

Cependant, Internet n'est pas encore aussi présent en Italie qu'en Amérique du Nord et dans les autres pays de l'Union européenne (UE), et ce n'est que depuis peu que les choses évoluent. Depuis un an, l'appareil gouvernemental, les médias et la population en général s'éveillent et reconnaissent l'importance de la connectivité et d'Internet, de même que la nécessité de reprendre le temps perdu dans ce qui est maintenant reconnu comme une course mondiale vers une nouvelle économie.

Le « réveil Internet » de l'Italie et le fort développement de son marché libéralisé et déréglementé des télécommunications offrent des débouchés sans précédent aux entreprises canadiennes. Beaucoup de travail reste à faire, et l'Italie admet ouvertement qu'elle ne peut tout faire seule et qu'elle a besoin de partenaires. Reconnaisant la réputation mondiale du Canada dans ce secteur, le gouvernement italien a signé un protocole d'entente en janvier dernier avec le Canada en vue de la réalisation de projets Internet dans divers

domaines — formation, commerce électronique, constitution de réseaux communautaires, services touristiques et services d'administration publique. Les projets prévus sont également liés à d'autres secteurs d'activités prioritaires pour l'Italie dans lesquels le Canada excelle. On encourage vivement les entreprises canadiennes à profiter de ces possibilités nouvelles.

Parallèlement, l'apparition de nombreux nouveaux exploitants de services de télécommunications, d'entreprises de services et d'entreprises électroniques prenant modèle sur des sociétés nord-américaines annonce d'excellentes possibilités de partenariat et d'investissement pour les entreprises canadiennes qui souhaitent accéder au marché italien et européen ou y prendre de l'expansion.

### Internet prend son envol

L'an dernier a marqué un point tournant pour l'ensemble des marchés liés à Internet en Italie. La demande des consommateurs a monté en flèche à la suite du lancement d'offres d'abonnement gratuit qu'a fait la nouvelle et innovatrice entreprise de télécommunications Tiscali, qui a son siège en Sardaigne. Selon Databank, le nombre des foyers abonnés à Internet est passé de 540 000 en 1998, à plus de 3,7 millions à la fin de 1999 (dont 2,6 millions bénéficient d'un accès gratuit). Cette forte croissance du nombre d'utilisateurs représente un point de départ solide pour la commercialisation en masse des services en ligne.

Les abonnements d'entreprises sont passés de 246 300 en 1998, à 1,4 million en 1999 (dont 1 million en accès gratuit), tandis que le nombre d'entreprises ayant leur site Web a plus que doublé, passant de 52 000 à 127 000. Globalement, le marché des services d'accès pour les domiciles privés a généré des revenus de 150 milliards de lires en 1999 (environ 77 millions d'euros). Les services d'entreprises ont généré des

profits de plus de 1 400 milliards de lires (700 millions d'euros), en comprenant les services d'accès, le soutien pour les sites Web et le développement d'applications de commerce électronique, l'hébergement de contenu et les services intranet-extranet, mais en excluant les dépenses liées au matériel et à l'équipement.

### Beaucoup de nouveaux exploitants de réseaux fixes

Depuis le début de la concurrence ouverte sur le marché italien des **services de réseaux fixes de transmission de la voix** (soit le 1<sup>er</sup> janvier 1998), l'Administration des communications de l'Italie (*Autorità per la Garanzia nelle Comunicazioni*) a délivré environ 90 licences d'exploitation à quelque 70 fournisseurs de services de transmission de la voix ou d'infrastructure de télécommunications. L'Italie compte également un grand nombre de fournisseurs et de revendeurs de services Internet (environ 1 200 entreprises), dont la plupart s'occupent principalement de commercialisation et de distribution, plutôt que d'infrastructure, et offrent leurs services à l'échelle locale ou régionale.

### Le marché italien des services de téléphonie mobile : premier en Europe

Entre-temps, le marché italien des **services mobiles de transmission des données et de la voix** a continué de progresser régulièrement en 1999, pour atteindre les 35 millions d'utilisateurs du téléphone cellulaire — chiffre qui dépasse le nombre d'appareils fixes et fait du marché italien le premier marché du téléphone cellulaire en Europe. Une quatrième entreprise de téléphonie mobile, BLUTEL, qui a reçu sa licence en octobre dernier et est entrée en exploitation en mai, utilise un réseau conçu par

**Nortel Networks.** Cinq licences d'utilisation du système universel de télécommunications mobiles (SUTM) seront en outre attribuées avant la fin de cette année.

## Croissance probable du commerce électronique

La croissance du commerce électronique est elle aussi prometteuse, même si les revenus actuels sont encore faibles : 116 milliards de liras en 1998 (60 millions d'euros), 455 milliards de liras en 1999 (235 millions d'euros) et un revenu de près de 1 500 milliards de liras (775 millions d'euros) prévu pour 2000. Ces chiffres ne comprennent pas les transactions électroniques de groupes clos avec la chaîne de production-distribution à l'intérieur des entreprises. La publicité dans Internet devrait elle aussi plus que doubler, d'un revenu estimatif de 35 milliards de liras en 1999 (18 millions d'euros) à près de 80 milliards de liras (40 millions d'euros) cette année.

En Italie, la progression du commerce électronique est considérée comme étroitement liée au développement du marché de la téléphonie mobile. Avec l'apparition de sites d'accès et de services au protocole WAP (*wireless access protocol*) et du SUTM, les observateurs du secteur estiment que l'utilisation d'Internet et le commerce électronique en Italie vont connaître une très forte croissance. Les Italiens n'ont jamais été très attirés par les ordinateurs personnels et sont impatients de se brancher « en couleurs » sur leur *telefonini*.

## Tendances et débouchés

Les résultats d'IDC prévoient qu'au cours des deux prochaines années (2000-2002), le marché italien des TIC et de la connectivité connaîtra une forte croissance dans tous les domaines liés à Internet. Voici quelques exemples :

- ◆ L'utilisation d'Internet continuera de prendre de l'expansion en Italie et sera la principale source de la croissance du trafic phonie et de la demande de services de transmission de données à haute vitesse : services de relais de trame, services de données multimégabits commutés (SMDS), mode de transfert asynchrone (ATM) et boucle d'abonné numérique asymétrique (ADSL). Telecom Italia et le nouveau fournisseur Galactica ont récemment lancé

les services ADSL sur le marché de détail, tandis qu'Infostrada a signé un accord avec Telecom relativement à des services ADSL sur le marché de gros.

- ◆ La concurrence entre les entreprises de télécommunications continuera de déterminer à la fois la croissance du trafic et les réductions de prix pour tous les principaux services de transmission de la voix, y compris les réseaux locaux, pour lesquels la concurrence a commencé en janvier 2000. (Infostrada et Wind ont déjà commencé à offrir des services locaux.)
- ◆ Les services de communications d'appareils fixes à des appareils mobiles poursuivront leur croissance du point de vue du trafic, et ce, même si les revenus correspondants diminuent en raison de la nouvelle structure de prix qu'établit actuellement l'administration des télécommunications.
- ◆ Les entreprises italiennes feront augmenter la demande de connectivité et de services de transmission de données améliorés, de même que la demande de systèmes et d'applications multimédias Internet/intranet spécialisés.
- ◆ La mise en place des services en ligne des administrations publiques locales et régionales, destinés au grand public et qui fonctionnent à l'aide de cartes à puce, commencera bientôt. Les villes de Bologne, Milan et Rome seront d'abord visées; la mise en place se poursuivra ensuite dans les plus petites villes.
- ◆ L'enseignement à distance et la formation à distance pour les entreprises deviendront un secteur de développement important.
- ◆ Le nombre d'entreprises électroniques et de fournisseurs de services Internet continuera d'augmenter. On prévoit que ces entreprises porteront leur attention sur le commerce électronique de services d'exportation italiens, le patrimoine culturel, le tourisme, les sports, l'enseignement et les services d'accès communautaire de plus en plus orientés vers l'Europe.
- ◆ Les réseaux optiques et les services par satellite révolutionnent l'infrastructure des télécommunications en améliorant la qualité et la vitesse de la transmission de données vers les domiciles et les bureaux. Plus d'investissements seront faits dans les réseaux optiques, qui

s'étendront au-delà des principales villes vers des communautés plus petites.

- ◆ La télévision numérique interactive va engendrer et généraliser l'accès à un plus large public au moyen du commerce électronique. Cependant, l'euro est en train d'être adopté comme monnaie unique de l'UE, et rendra plus transparentes les comparaisons de prix entre les différents pays. Ces deux tendances devraient faire augmenter sensiblement l'utilisation du commerce électronique.

## Programme du Canada pour la promotion de la connectivité en Italie

Le Canada est le pays le plus connecté au monde. Les entreprises canadiennes spécialisées dans les technologies de l'information et des communications (TIC) sont à l'avant-garde des nouvelles technologies et, en particulier, du développement d'Internet. De son côté, l'Italie est très en retard dans ce domaine, mais souhaite ardemment rattraper le temps perdu. Elle a d'ailleurs démontré une ouverture face à la technologie de par son taux remarquable de pénétration de la téléphonie cellulaire. Le gouvernement s'est en outre engagé à inciter les Italiens à adopter rapidement les technologies associées à Internet.

Les débouchés florissants qu'offre le marché des TIC en Italie a conduit directement à l'élaboration d'un programme de promotion de la connectivité pour l'Italie. Au cours des deux dernières années, les agents de commerce ont fait la promotion du savoir-faire canadien auprès de représentants du gouvernement et des entreprises en Italie, les incitant à utiliser les produits et les services de qualité offerts par les sociétés canadiennes spécialisées dans les TIC.

Le 20 janvier 2000, à l'occasion des « Journées du Canada » tenues à Naples, les représentants des gouvernements du Canada et de l'Italie ont signé un protocole d'entente sur la coopération dans le domaine des technologies de l'information et des communications. Ce protocole d'entente identifiait sept volets clés de la coopération bilatérale, à savoir :

- ◆ les réseaux associatifs;
- ◆ les services d'administration publique en ligne;

- ◆ l'application des TIC à l'apprentissage et à la formation;
- ◆ les projets de commerce électronique;
- ◆ les services associés à la culture et au tourisme;
- ◆ la coentreprise et le financement traditionnel pour les PME;
- ◆ les services à l'industrie agroalimentaire.

Le Programme de promotion de la connectivité demeure le cadre des activités de développement du commerce du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en Italie. Voici quelques-unes des initiatives et des activités prévues pour 2000-2001.

## Stand du Canada à la SMAU 2000, Milan, du 19 au 23 octobre 2000 ([www.smau.it](http://www.smau.it))

Pendant de nombreuses années, la **SMAU** a été la plus importante foire commerciale des TIC de l'Europe du Sud et de la région de la Méditerranéenne. Elle arrive maintenant bon deuxième, derrière **CeBIT** qui se tient à Hanovre, en Allemagne. En 1999, quelque 500 000 visiteurs, 2 800 exposants et 2 200 journalistes ont visité la **SMAU**.

Les thèmes de cette année — soit l'univers numérique, la convergence de la technologie de l'information et du multimédia, le marché en pleine évolution des télécommunications et la croissance dynamique du commerce électronique — seront présentés dans les 18 sections spécialisées ainsi qu'à l'occasion d'ateliers et de conférences.

Pour la 14<sup>e</sup> année consécutive, le consulat général du Canada à Milan et l'ambassade du Canada à Rome participeront à la tenue d'un stand national. Le Canada disposera d'un stand de 70 m<sup>2</sup> situé dans un pavillon très visible et d'accès facile.

La **SMAU 2000** offre aux entreprises canadiennes la possibilité de commercialiser leurs produits dans cette région dynamique en plein essor, d'évaluer l'implantation possible de nouveaux produits et d'analyser les nouvelles tendances dans divers segments de marché.

La présence du Canada à la **SMAU** est une des initiatives les plus importantes

de l'ambassade et du consulat du Canada réalisées dans le cadre du Programme de promotion de la connectivité en Italie, lequel vise à faire connaître les capacités des PME canadiennes et les débouchés du secteur des TIC en Italie.

Les membres du personnel de l'ambassade et du consulat du Canada sont prêts à aider les entreprises canadiennes désireuses de se lancer sur le marché italien. Ces dernières peuvent envoyer des représentants visiter la foire commerciale ou encore y participer à titre d'exposant dans le stand du Canada.

## Symposium et activité de promotion du partenariat à la SMAU 2000, du 19 au 23 octobre 2000

À la suite de la signature à Naples, en mars dernier, du protocole d'entente entre le Canada et l'Italie sur la coopération en matière de technologies de l'information, un symposium et une activité de promotion du partenariat sur la coopération des PME à des initiatives et à des projets associés à Internet en Italie et au Canada se tiendront durant la **SMAU 2000**.

À l'occasion de la **SMAU**, des conférenciers canadiens et italiens de renom feront des exposés, tandis que des représentants des PME des deux pays travaillant ensemble à des projets liés à Internet ou désirant lancer de nouveaux projets feront des présentations. Le symposium traitera des sujets couverts par le protocole d'entente.

Ces activités sont le fruit de la collaboration des ministères italiens de l'Industrie et du Commerce extérieur; de Confindustria, de la Région de Lombardie; de la Chambre de commerce de Milan; de Promos; et de diverses entreprises canadiennes spécialisées dans les TIC.

## Journalistes italiens invités à une tournée sur la connectivité au Canada, automne 2000

L'organisation de la visite de trois journalistes italiens travaillant pour des revues commerciales ou des quotidiens nationaux va bon train. Prévue pour l'automne

prochain, cette visite d'une semaine permettra aux journalistes de se rendre dans les principales entreprises et les principaux centres de recherche de haute technologie. L'objectif est de mieux sensibiliser les collectivités d'Europe aux débouchés en matière de commerce et d'investissement au Canada.

## Séminaire canado-européen sur le commerce électronique, printemps 2001, dans tout le Canada

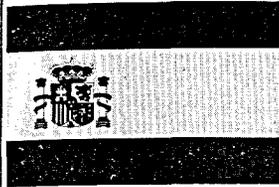
Un séminaire et un atelier sur le commerce électronique sont prévus pour le printemps 2001. Cette activité amènera une cinquantaine de représentants de PME européennes à Ottawa, à Montréal, à Toronto et dans d'autres villes canadiennes. Ces gens d'affaires auront l'occasion de visiter des PME canadiennes branchées sur le commerce électronique. Des activités de réseautage seront également organisées dans le cadre de ces séminaires.

## Base de données sur l'excellence canadienne en matière de TIC

Afin de promouvoir l'excellence canadienne dans le secteur des TIC, les missions canadiennes en Europe travaillent de concert avec Industrie Canada et l'administration centrale du MAECI à l'établissement d'une base de données qui inclura les entreprises canadiennes des TIC implantées en Europe; les nouvelles entreprises canadiennes présentes aux États-Unis qui utilisent Internet et le commerce électronique et qui sont intéressées à s'implanter en Europe; des histoires de réussite d'entreprises canadiennes dans le domaine des TIC; et les exposés de conférenciers canadiens spécialistes des divers domaines des TIC — dont le commerce électronique, les télécommunications et le multimédia.

# Aperçu — Marchés des TIC

Les pages qui suivent portent sur les secteurs des technologies de l'information et des communications (TIC) dans divers marchés européens.



## Espagne

Le gouvernement de l'Espagne annoncera bientôt le nom des titulaires des nouvelles licences d'exploitation de services de **téléphonie mobile**. Les quatre licences autoriseront les titulaires à établir et à explorer de nouvelles technologies de troisième génération pour la téléphonie mobile, comme le SUTM. Ces licences permettront en outre d'effectuer des transmissions multimédias par voie terrestre et par satellite, et d'employer des modes de transmission de données pour lesquels du matériel n'a pas encore été mis au point. Les entreprises ayant fait une demande de licence sont Telefónica, Amena, Airtel, Uni2, Jazztel, Deutsche Telekom, Mannesman, AT&T, SBC, Bell Atlantic et KPN. Telefónica, Amena et Airtel semblent bien placées pour obtenir trois de ces licences, tandis que le quatrième titulaire reste à découvrir.

On estime que l'Espagne comptera plus de 14 millions d'utilisateurs du téléphone d'ici la fin de 2000. À l'heure actuelle, Telefónica possède deux réseaux, à savoir un réseau analogique, appelé Moviline, et un réseau de téléphonie mobile numérique, Movistar, qui compte 8 millions d'utilisateurs. Airtel compte 4,3 millions d'abonnés, qui utilisent tous le réseau de téléphonie mobile, alors que Amena, qui a commencé ses activités en janvier 1999, totalise 800 000 abonnés. On prévoit que d'ici la fin de l'année, le nombre de téléphones mobiles surpassera pour la première fois le nombre de téléphones fixes en Espagne.

La fourniture de systèmes plus évolués, comme le SUTM, et particulièrement d'antennes pour des systèmes de transmission, offre les débouchés les plus prometteurs aux

entreprises canadiennes sur le marché espagnol.

Les sociétés canadiennes qui désirent se tailler une place sur le marché espagnol des TIC ont nettement intérêt à retenir les services d'un agent ou d'une entreprise agissant à titre de représentant local. Tous les documents de soumission doivent être traduits en espagnol, et les soumissions doivent souvent être présentées par un représentant local de l'entreprise.

### Personne-ressource

**Alonso Herrero, agent de commerce**

**Ambassade du Canada, Espagne**

**Núñez de Balboa 35**

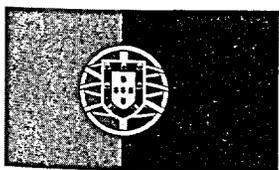
**28001 Madrid, Espagne**

Tél. : (34) 423-3226

Fax : (34) 423-3252

Courriel : [alonso.herrero@dfait-maeci.gc.ca](mailto:alonso.herrero@dfait-maeci.gc.ca)

Site Web : [www.canada-es.org](http://www.canada-es.org)



## Portugal

Le secteur des **télécommunications** du Portugal évolue rapidement et attire des investissements considérables. La dérégulation du marché est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2000 pour les appels régionaux et internationaux, et le 1<sup>er</sup> juin pour les appels locaux. À l'heure actuelle, ce secteur est évalué à environ 4 milliards \$, et on prévoit qu'il atteindra les 8,3 milliards \$ en 2005. Au cours des dernières années, des investissements annuels de 500 millions \$ ont été faits dans les domaines de la numérisation, des services de pointe et des fibres optiques. Le Portugal compte maintenant

un grand nombre de fournisseurs d'infrastructure. Un réseau principal constitué de fibres optiques et de câbles coaxiaux a récemment été mis sur pied par des entreprises comme Refer (chemins de fer), EDP (électricité) et GDP (gaz).

Le Portugal compte neuf entreprises publiques d'exploitation de réseaux de télécommunications, sept exploitants de services de téléphonie fixe, neuf exploitants de services de téléphonie fixe sans fil et trois exploitants de services de téléphonie cellulaire. Plus de la moitié de la population est abonnée à un service de téléphonie

cellulaire; le marché devrait atteindre sa pleine maturité (75 %) dans deux ans.

Environ 8 % de la population a accès à **Internet**, et cette proportion augmente rapidement. On s'attend aussi à ce que la commutation de canaux connaisse une vive croissance (83 % par année) avec la mise en place de la commutation numérique au moyen du système Tetra. Par ailleurs, la radiomessagerie est en perte de vitesse, le nombre de clients ayant diminué de 12 % et celui des appels, de 48 %.

Le marché portugais des **technologies de l'information** continue d'évoluer et de s'étendre. En 1998, les multinationales auraient vendu pour 1,5 milliard \$ de matériel, soit 28,5 % de plus qu'en 1997. On prévoyait une hausse de 10,5 % en 1999, la valeur estimée du marché s'établissant à 2,6 milliards \$. Le marché du logiciel prend aussi de l'expansion (de 22 % à 45 % par année entre 1995 et 1999); à l'heure actuelle, sa valeur est estimée à 2,2 milliards \$. Des débouchés s'offrent aux fournisseurs de la plupart des types de logiciels, mais surtout des logiciels personnalisés.

La **câblodistribution** est un autre secteur à croissance rapide (39 % par année) qui fait l'objet d'investissements canadiens substantiels. Plus de 2,1 millions des ménages, soit 51 % de l'ensemble de la population, sont raccordés, mais seulement 17 % sont de réels usagers. Le **multimédia** représente un autre secteur relativement jeune et dynamique. Portugal Telecom, qui possède aussi une entreprise de câblodis-

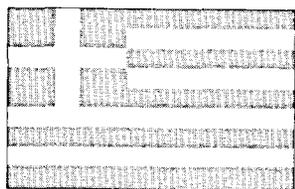
tribution, a récemment formé PT Multimedia pour mettre davantage l'accent sur Internet et le multimédia.

Les succès récents remportés par des entreprises canadiennes (**CGI** de Montréal avec Portugal Telecom, ainsi que **Cable Satisfaction International** de Longueuil, qui a investi dans la câblodistribution) ont contribué à mieux faire connaître le Canada dans ce domaine. L'Association portugaise du développement des communications a récemment invité le Canada à être le pays hôte de nombreuses activités se terminant par le **Congrès des communications** en novembre 2001. Il s'agit d'un grand honneur qui offre au Canada l'occasion de faire participer des entreprises et des conférenciers à ce congrès considéré comme la manifestation la plus importante de l'année.

Les entreprises portugaises ne réalisent pas d'économies d'échelle et n'ont pas la base industrielle et les technologies de pointe nécessaires

pour produire des produits perfectionnés adaptés aux besoins du marché des télécommunications. Par conséquent, elles sont largement tributaires des importations. Internet est un autre secteur de l'économie du Portugal qui devrait connaître une forte expansion. L'internationalisation des entreprises portugaises, qui établissent des filiales dans des pays comme le Maroc et le Brésil ou d'autres anciennes colonies, offre aussi de nouvelles possibilités de partenariat.

Bien qu'il puisse être difficile de soutenir la concurrence de fournisseurs membres de l'Union européenne, le fait d'avoir des installations de production ou un partenaire bien établi en Europe est un atout non négligeable pour réussir sur le marché



## Grèce

À l'heure actuelle, le marché des **télécommunications** de la Grèce est considéré comme étant partiellement ouvert — le secteur des services de **téléphonie fixe et vocale** sera libéralisé le 1<sup>er</sup> janvier 2001. La perspective de la déréglementation a fait ressortir la nécessité de moderniser l'infrastructure; les projets entrepris à cette fin offriront des débouchés intéressants tant pour les entreprises étrangères que nationales. À la fin de 1998, le taux de numérisation était de 72 %. La société d'État dans le domaine des télécommunications, OTE S.A., demeure, avec ses membres affiliés, le principal joueur sur le marché. Néanmoins, sa domination sera rudement mise à l'épreuve avec la prochaine libéralisation intégrale du marché et l'afflux de nouvelles technologies.

Selon les estimations, la valeur globale du marché grec des télécommunications variait entre 7,5 et 10 milliards \$ en 1998, et les analystes sont d'avis que le taux actuel de croissance varie de 25 % à 30 %. La téléphonie vocale

détient toujours la part du lion, mais les services de transmission de données et les systèmes de communication par réseau commencent à gagner du terrain.

L'expansion rapide de la **téléphonie cellulaire** — un secteur qui compte trois exploitants et dont le taux de pénétration était estimé à 33 % en 1999 — et les perspectives de croissance prometteuses d'**Internet** — un petit marché en plein essor — offrent des possibilités intéressantes. Le **commerce électronique** connaît une progression lente, mais

régulière, bien que ses applications ne soient pas encore parfaitement au point. La Grèce songe aussi à lancer un satellite de télécommunications. La possibilité que d'autres réseaux soient établis préoccupe les intervenants locaux éventuels, mais aucun progrès notable à ce titre n'a été accompli jusqu'à présent. Toutefois, la Public Power Corporation S.A. et OSE, la société de chemin de fer de la Grèce, semblent plus actives à ce chapitre.

L'intégration de la Grèce à la nouvelle société mondiale de l'information est

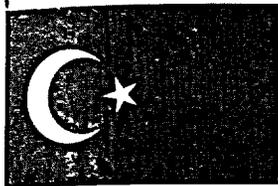
un des principaux objectifs du gouvernement grec. Pour des raisons à la fois stratégiques et tactiques, la Grèce devra faire porter ses efforts sur la recherche et le développement, le contenu et la diffusion des TIC dans toute la société grecque. Elle devra toutefois tenir compte de plusieurs paramètres d'ordre pratique, dont l'infrastructure de l'éducation, et les mesures incitatives telles que les prix et les tarifs.

### Personne-ressource

**José Araújo Correia**, agent de commerce  
**Ambassade du Canada, Portugal**  
**Avenue Da Liberdade 198-200**  
**1269-121 Lisbonne, Portugal**  
**Tél. : (351) 21 316 4600**  
**Fax : (351) 21 316 4695**  
**Courriel : jose.correia@dfait-maeci.gc.ca**

### Personne-ressource

**George E. Dimitriou**, agent de commerce  
**Ambassade du Canada, Grèce**  
**4, Ioannou Ghennadiou St.**  
**GR-115.21 Athènes, Grèce**  
**Tél. : (30-1) 727-3355**  
**Fax : (30-1) 727-3460**  
**Courriel : george.dimitriou@dfait-maeci.gc.ca**  
**Site Web : www.infoexport.gc.ca/gr**



# Turquie

En 1999, les recettes de vente du marché turc des TIC ont totalisé environ 16 milliards \$US — soit approximativement 3 milliards \$US pour le **matériel** et les **logiciels utilisés pour les technologies de l'information**, et 13 milliards \$US pour les **technologies des communications**. Quelque 700 000 ordinateurs personnels et serveurs principaux y ont été vendus en 1999.

L'infrastructure évoluée et à croissance rapide du secteur turc des **télécommunications** constitue une base solide pour l'exploitation de réseaux locaux d'entreprises (RLE) et de réseaux longue portée (WAN). Le réseau **Internet** de la Turquie a été amélioré au cours des deux dernières années; à l'heure actuelle, il dessert environ 300 000 utilisateurs. La Turquie compte présentement quelque 100 fournisseurs d'accès Internet. Dans les grandes villes, certaines entreprises de taxi et de distribution ont récemment commencé à utiliser des systèmes informatisés de répartition et de localisation des véhicules.

À l'exception des services destinés au réseau de téléphonie mobile et au réseau VSAT, la société d'État Türk Telekom (TT) est le seul exploitant de tous les autres systèmes en Turquie. Deux exploitants privés titulaires d'une licence attribuée par TT desservent pour leur part les réseaux de téléphonie mobile et VSAT. Le taux de croissance annuel de la capacité du réseau de télécommunications de la Turquie varie de 6 % à 7 %, soit le taux le plus élevé d'Europe.

Les communications par réseau longue portée et les transmissions de données se font de plus en plus par satellite, ce secteur offrant des services essentiels aux banques, aux journaux, aux services

gouvernementaux, aux entreprises de transport, aux universités et à tous les autres membres de la société mondiale de l'information. Sous l'égide du ministère des Communications de la Turquie, un plan directeur de l'infrastructure nationale du réseau d'information a été publié en décembre 1999 ([www.tuena.tubitak.gov.tr/](http://www.tuena.tubitak.gov.tr/)). Selon ce plan, 35 milliards \$US devront être investis dans le secteur des TIC de la Turquie au cours des 10 prochaines années.

On s'attend à ce que TT lance un appel d'offres pour la vente directe de licences permettant d'établir deux systèmes de communications personnelles. Il s'agirait des troisième et quatrième réseaux cellulaires en Turquie. TT installera et exploitera elle-même un autre système de communications personnelles. Selon les prévisions, environ 1,5 million de nouvelles lignes téléphoniques numériques seront installées cette année.

Le secteur turc des TIC présente d'énormes possibilités. Les principaux utilisateurs finals sont les banques, les courtiers en valeurs mobilières, les grandes sociétés, les entreprises de transport et les entreprises médiatiques. Le secteur financier promet d'être un marché particulièrement lucratif. On s'attend à un certain accroissement de la demande résultant des sommes investies par les sociétés financières pour

moderniser le secteur, de l'ouverture de vastes magasins de vente au détail et de la mise en oeuvre de projets financés par des intérêts étrangers.

Les **logiciels** et le **matériel informatique** constituent un des marchés qui croît le plus rapidement en Turquie. Pratiquement toutes les marques d'ordinateurs personnels, de matériel et de pièces pour les RLE et WAN sont importés et distribués par des entreprises locales. La concurrence est féroce dans le secteur des produits de **conception assistée par ordinateur** (CAO), qui intéresse surtout l'industrie turque des produits textiles. Le **multi-média** est un autre secteur en plein essor, surtout depuis que la demande des étudiants universitaires a donné lieu à l'ouverture de nombreux nouveaux magasins de détail dans les grandes villes.

La Turquie est considérée comme un chef de file au chapitre de l'établissement du nouveau marché du **matériel de transmission des données** dans cette région du monde, et sert de point de liaison régional. En raison de la demande croissante de services informatiques, l'influence de la Turquie s'est étendue aux entreprises locales et étrangères, aux journaux et à d'autres utilisateurs de matériel de transmission par satellite en Asie centrale. Les entreprises canadiennes pourraient tirer parti du rôle actif que joue la Turquie en Asie centrale en ayant recours à un représentant turc comme point de contact dans la région. Netas, une entreprise de fabrication de **Nortel Networks** en Turquie, est un bon exemple de réussite commerciale. Elle est devenue un des principaux fournisseurs de systèmes et de matériel de télécommunications sur ces marchés grâce à ses installations à Istanbul.

## Personne-ressource

**Can Ozguc, agent de commerce principal  
Ambassade du Canada, Turquie  
Nenehatun Cad., No. 75, G.O.P.  
Ankara, Turquie 06700  
Tél.: 90 (312) 436-1275  
Fax: 90 (312) 446-2811  
Courriel: ankra-td@dfait-maeci.gc.ca**



# Royaume-Uni

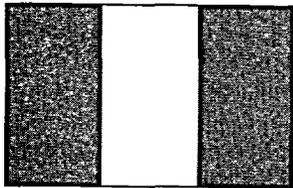
Le marché des technologies de l'information et des communications du Royaume-Uni est le troisième en importance en Europe, après ceux de l'Allemagne et de la France. Selon l'Observatoire européen des technologies de l'information, sa valeur s'élevait à environ 93 milliards \$ en 1997. Le taux annuel de croissance de ce marché est d'environ 7 % — un taux plus élevé que celui que connaît le marché allemand et sensiblement le même que celui enregistré sur le marché français. Le marché est divisé de façon presque égale entre les **technologies de l'information (TI)** et les services et l'équipement de **télécommunications**. Selon les données de l'Observatoire, les petits et les moyens serveurs informatiques (+ 11,4 % - 12,7 %), les ordinateurs personnels (+ 13,8 %), les logiciels d'exploitation (+ 10,4 %), les logiciels d'application (+ 9,9 %), les produits logiciels (+ 10,1 %), les services de logiciels professionnels (+ 9,4 %), d'autre équipement terminal (+ 21 %), les services de téléphones mobiles (+ 11,3 %), les services de transmission commutée et de location de lignes (+ 14,8 %) et les services de câblodistribution (+ 59,4 %)

sont quelques-uns des principaux secteurs de croissance de ce marché.

Au Royaume-Uni, l'industrie des **logiciels** et des **services informatiques** connaît actuellement une prospérité inégalée au cours des 10 dernières années. À l'heure actuelle, le Royaume-Uni enregistre la croissance la plus rapide de tous les pays européens, et la pénurie de main-d'œuvre qualifiée commence à causer de sérieux problèmes. Néanmoins, ce ne sont pas toutes les entreprises qui ont su tirer parti de ce phénomène. Nombre d'entreprises de produits logiciels — qui étaient auparavant les chefs de file de ce secteur — ont vu chuter le prix unitaire de leurs produits et leurs marges bénéficiaires, et ont maintenant un taux de croissance moins élevé que la moyenne de l'industrie. Pour leur part, les entreprises qui profitent du phénomène de la sous-traitance continuent de prospérer — qu'elles offrent des services d'infogérance, de gestion des applications et d'ordina-

teurs de bureau, ou qu'elles fournissent du personnel contractuel dans le domaine des TI.

Le marché européen des logiciels et des services informatiques est maintenant plus important que celui des États-Unis. De fait, de nombreuses entreprises américaines considèrent de plus en plus l'Europe comme le marché en expansion de l'avenir. IBM et EDS sont maintenant les principaux joueurs sur le marché des services des TI dans chaque pays d'Europe. De plus, de nombreuses autres entreprises souhaitent s'implanter sur le marché européen, particulièrement en achetant d'autres firmes.



# Irlande

En Irlande, le marché du **matériel informatique** est bien servi par de grands fabricants multinationaux qui se trouvent sur place afin de desservir les marchés européens plus vastes. Les sociétés Dell, IBM, Intel, Hewlett Packard, Compaq, Siemens, Sun et Apple ont toutes d'assez importantes filiales en Irlande. Les filiales d'IBM, de Siemens, de Sun et de Compaq s'occupent toutefois principalement de conception de logiciels. Compaq est le chef de file sur le marché des ordinateurs personnels, suivie de Dell et d'IBM.

Le marché des ordinateurs personnels continue de croître, stimulé par la hausse de l'utilisation d'**Internet**, elle-même alimentée par la gratuité de l'accès à Internet. Parti de très bas, le ratio des ventes

d'ordinateurs par foyer a connu une hausse vertigineuse. L'arrivée de plusieurs grands détaillants britanniques a rendu ce marché encore plus concurrentiel. IBM, Bull Cara, ICL, Siemens et Compaq offrent aussi leurs produits à un grand nombre d'entreprises. Il existe des possibilités à exploiter dans le marché des produits périphériques, y compris dans le domaine des composants et des connecteurs en réseautique ainsi que dans celui des accessoires d'informatique mobile. Les entreprises **Matrox Inc.**, de Dorval, **Celestica International**, de North York, **ATI Technologies**, de Toronto, et **Technologies Eicon**, de Montréal, ont toutes en Irlande des filiales qui assemblent leurs produits et exportent la majorité de leur production vers les marchés européens.

Au cours des cinq dernières années, l'industrie du **multimédia** a progressé rapidement en Irlande; on y trouve maintenant plus de 120 entreprises locales et 20 multinationales. L'Irlande est particulièrement reconnue dans les domaines de l'éducation et de la formation. La télévision interactive et la présence des entreprises dans Internet sont d'autres secteurs qui pourraient connaître une croissance, et un nombre relativement faible d'entreprises occupent le segment du divertissement et des jeux. L'augmentation subite de l'utilisation d'Internet et l'accroissement de la largeur de bande utilisable favorisent la croissance continue.

Bien que le marché irlandais soit relativement petit, les entreprises irlandaises et canadiennes de l'industrie du multimédia

## Personne-ressource

**George Edwards, agent commercial principal  
Haut-commissariat du Canada, Londres  
Macdonald House, 1 Grosvenor Square  
London, Angleterre W1X 0AB**

Tél.: (44 171) 258 6680

Fax: (44 171) 258 6384

Courriel: [george.edwards@ldn02.x400.gc.ca](mailto:george.edwards@ldn02.x400.gc.ca)

Site Web: <http://ds.dial.pipex.com/george.edwards/>

peuvent conclure des alliances. Il y a déjà eu collaboration productive entre des représentants d'entreprises irlandaises et du Nouveau-Brunswick dans le domaine du perfectionnement des compétences. Enterprise Ireland aide les entreprises locales du multimédia à conclure de telles alliances.

Selon les critères internationaux, le marché irlandais du logiciel est assez modeste, ses ventes étant évaluées à 250 millions \$. Par contre, l'Irlande est le deuxième pays exportateur de logiciels au monde après les États-Unis. Les fabricants irlandais de logiciels, multinationaux et locaux, emploient quelque 19 000 personnes.

**Corel, Saturn Solutions, Technologies Eicon, Jetform et SoftArc** sont quelques fabricants canadiens de logiciels qui se sont installés en Irlande. Les prises de contrôle d'entreprises sont chose courante dans le secteur des logiciels, mais les plus petits concepteurs de logiciels obtiennent tout de même du succès en se concentrant sur certains créneaux. Le nombre de partenariats et d'alliances internationales y est également à la hausse.

En Irlande, l'utilisation de l'ordinateur continue de croître, avec l'appui officiel du gouvernement. La conception de logiciels, les outils Internet et de commerce électronique, les applications de planification des ressources d'entreprises, les logiciels de traitement, la création de base de données, ainsi que les programmes éducatifs et de santé sont quelques-uns des segments de marché les plus prometteurs. Et les compétences du Canada dans le domaine des TI ont bonne réputation en Irlande.

En 15 mois, le marché irlandais des **télécommunications** a profondément changé. À la suite de la suppression du monopole de Telecom Eireann, les fournisseurs internationaux comme BT, NTL, GTS, Interoute et MCI Worldcom offrent maintenant un vaste éventail de services de télécommunication aux utilisateurs commerciaux et aux particuliers. L'expansion des fréquences de large bande utilisables ne fait qu'améliorer cette situation. En Irlande, la plus importante filiale détenue par des intérêts canadiens est **Nortel Networks**, important fournisseur de logiciels et d'équipement de télécommunications.

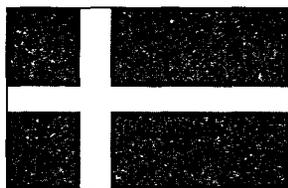
La déréglementation du marché irlandais des télécommunications, qui accroît la concurrence grâce à l'arrivée de nouveaux fournisseurs internationaux, de même que la baisse graduelle des frais d'utilisation

d'Internet et des frais de transmission de la voix et des données devraient entraîner une importante expansion du marché. Déjà, le segment de la **téléphonie mobile** a connu une très forte croissance. La largeur de bande s'améliore — le volume des ventes des nouveaux fournisseurs de services internationaux et des plus grands intégrateurs de systèmes devrait augmenter en conséquence. Les fournisseurs du domaine des télécommunications devront employer des spécialistes de ce créneau de marché qui pourront partager leur savoir-faire dans le domaine des nouvelles technologies telles que les lignes d'accès numériques

asymétriques (LANA), les réseaux numériques à intégration de services (RNIS), et les outils Internet et de commerce électronique. La présence établie de **Nortel Networks** et de **Technologies Eicon** en Irlande montre bien les compétences techniques du Canada dans ce domaine.

## Personne-ressource

**Monica J. Heron, Conseillère (Affaires commerciales)  
Ambassade du Canada, Irlande  
65 St. Stephen's Green  
Dublin 2, Irlande  
Tél.: (353-1) 478 1988  
Fax: (353-1) 478 1285  
Courriel: monica.heron@dfait-maeci.gc.ca  
Site Web: www.infoexport.gc.ca**



# Danemark

Le Danemark compte un marché des TIC fort évolué et dynamique, qui occupe le cinquième rang au monde pour la pénétration des **technologies de l'information (TI)**. Quelque 10 000 sociétés composent le secteur danois des TIC. L'Observatoire européen des technologies de l'information a estimé la valeur du marché danois des TIC à 9,5 milliards \$US en 1999. Ce secteur occupe aussi un rang élevé avec 2,92 % du PIB — chiffre qui dépasse de beaucoup la moyenne de 2,26 % pour l'Europe occidentale. Le taux de croissance annuel du marché danois des TI a été d'environ 8 %; il est de 7,15 % pour l'Europe occidentale.

Il existe une forte demande de solutions faisant appel aux TI au Danemark. En raison des coûts de main-d'oeuvre élevés et de la

dépendance du Danemark à l'endroit du commerce international, on observe une demande régulière de solutions et d'outils logiciels servant à améliorer l'efficacité, l'automatisation et les communications. Nombre de représentants de sociétés canadiennes de logiciels affirment qu'il est relativement facile de faire des affaires au Danemark, en partie parce que les Danois parlent, en général, l'anglais couramment.

La situation géographique du Danemark — blotti entre la Scandinavie et l'Europe continentale —, son important aéroport international et son infrastructure des transports et des télécommunications font de ce pays un des meilleurs endroits en Europe pour la distribution de produits.

Le marché d'**Internet** y est dynamique et en croissance rapide. À l'heure actuelle, 68 % de toutes les entreprises danoises ont accès à Internet; c'était aussi le cas pour 25 % des ménages danois en 1998. Dans ce pays qui ne compte que 5,1 millions d'habitants, les ventes d'accès à Internet ont atteint 142 millions \$US l'an dernier. Le taux de croissance annuel ce marché devrait être de 20 % à 30 % jusque'en 2002.

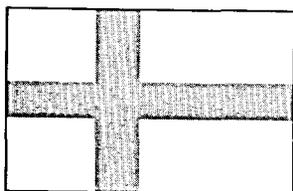
## Personne-ressource

**David Horup, agent de commerce  
Ambassade du Canada, Danemark  
Kr. Bernikows Gade 1  
1105 Copenhague, Danemark  
Tél.: (45) 33 48 32 58  
Fax: (45) 33 48 32 21  
Courriel: david.horup@dfait-maeci.gc.ca**

Il existe au Danemark un marché pour presque tous les types de logiciels, à l'exception des progiciels de nature administrative destinés aux entreprises. Deux sociétés danoises, Damgaard/Axapta et Navision, dominent le marché.

Le marché danois des **télécommunications** est fort stimulant : de nouveaux services sont continuellement offerts aux entreprises et aux consommateurs. Des solutions sans fil ont récemment été mises en marché dans des applications destinées aux entreprises et aux établissements.

L'ambassade du Canada à Copenhague offre aux entreprises canadiennes des évaluations de marché pour des produits particuliers par l'entremise de sa base de données à jour, qui contient de l'information sur les acheteurs et distributeurs danois du domaine des télécommunications.



# Finlande

Considéré comme un des pays les plus réseautés au monde, la Finlande est un chef de file mondial en **technologies de l'information (TI)**. Les produits de haute technologie sont rapidement adoptés sur ce marché. La Finlande est d'ailleurs le plus important utilisateur de **téléphones mobiles** au monde, avec un taux de pénétration de plus de 60 %. Premier pays européen à avoir plus d'abonnés au service sans fil qu'au réseau téléphonique régulier — la densité de lignes terrestres y est une des plus élevées au monde —, la Finlande possède aussi le plus grand nombre d'ordinateurs reliés à **Internet** par habitant. En outre, le nombre d'opérations bancaires effectuées électroniquement par habitant est plus élevé en Finlande que dans tout autre pays du monde.

Les services d'information et de divertissement qui utilisent le protocole WAP et qui sont offerts au moyen de téléphones mobiles sont largement répandus, et des modèles plus perfectionnés seront prochainement sur le marché. Les opérations protégées dans le domaine bancaire et le commerce d'actions sont notamment à l'essai et seront offerts aux utilisateurs d'ici la fin de l'année.

La Finlande est depuis longtemps l'un des pays où les **télécommunications** sont le moins réglementées. Le marché finlandais a toujours compté un grand nombre d'exploitants de services téléphoniques, et la concurrence a eu un effet bénéfique sur les connaissances technologiques et la gamme de services disponibles. La Finlande figure parmi les cinq pays du monde où les tarifs de services téléphoniques sont les moins chers; les tarifs pour les services de télé-

phonie mobile et de transmission des données y sont parmi les plus bas au monde.

Le réseau téléphonique de la Finlande est entièrement numérique, et l'on fait dans ce pays une utilisation considérable des réseaux intelligents. Les nouvelles technologies y sont adoptées rapidement, ce qui offre des possibilités aux fournisseurs de produits à la fine pointe de la technologie. À titre d'exemple, la Finlande a été le premier pays européen à faire une utilisation commerciale de la technologie des guichets automatiques bancaires et le premier à posséder un réseau de communications pour le traitement de l'information incorporant Internet. Par ailleurs, les premières licences de réseau mobile de troisième génération ont été accordées en Finlande, et le réseau devrait être opérationnel d'ici 2002.

L'infrastructure très évoluée et l'adoption active de nouvelles technologies et applications créent un bon nombre d'occasions pour les produits et services canadiens à la fine pointe de la technologie. Par exemple, des activités favorisant l'expansion de la société de l'information sont en cours dans des domaines comme les produits et services qui touchent la culture et l'information, les transactions électroniques et les

environnements qui favorisent l'acquisition du savoir par des moyens électroniques.

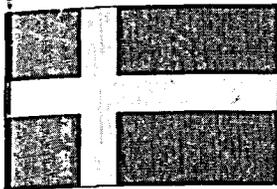
Le climat dans lequel se font les importations en Finlande est très réceptif. Les normes relatives à la haute technologie et la structure évoluée du marché et de l'industrie permettent aux sociétés étrangères d'utiliser la Finlande comme banc d'essai pour de nouveaux produits, systèmes et services. Le rôle que joue la Finlande dans le progrès des technologies de l'information en Russie et dans les pays baltes offre également aux entreprises canadiennes un bon moyen de prendre pied sur ces marchés naissants.

Les entreprises finlandaises sont continuellement à la recherche d'associés et d'alliances pour des marchés internationaux, particulièrement dans le secteur des communications Internet mobiles, où elles sont reconnues comme des chefs de file. La société-phare du secteur finlandais des télécommunications, Nokia, est un leader mondial pour la mise au point et la fabrication de systèmes mobiles, fixes et à réseau pour le traitement de l'information. La Finlande compte aussi plusieurs PME spécialisées dans des produits de télécommunications de pointe.

De plus en plus de fabricants novateurs de **logiciels** apparaissent en Finlande, et ce secteur est en croissance rapide. Les principaux domaines porteurs du secteur du logiciel comprennent la sécurité des données et la cryptographie, les produits logiciels destinés aux environnements de communication mobile, les logiciels intégrés pour de nouvelles plateformes, le multimédia, le didacticiel ludique et les produits pour l'infrastructure Internet.

## Personne-ressource

**Karita Huotari, agente de commerce**  
**Ambassade du Canada, Finlande**  
**B.P. 779, Helsinki, Finlande**  
 Tél.: (3589) 171 141  
 Fax : (3589) 601 060  
 Courriel : karita.huotari@dfait-maeci.gc.ca  
 Site Web : www.canada.fi



# Suède

Comme l'anglais est largement utilisé dans l'environnement commercial de la Suède, les sociétés canadiennes peuvent facilement y faire des affaires. La Suède est un bon marché test, et les produits de haute technologie les plus récents y sont bien accueillis. Ce pays, qui a toujours été l'un des premiers d'Europe à adopter les applications de haute technologie, consacre 3 % de son PIB à la recherche et au développement. Le marché des TIC représente 6 % du PIB de la Suède, ce qui n'est pas sans en faire un pays très informatisé. Outre leur attrait pour les nouvelles technologies, les Suédois attachent aussi une importance considérable à l'ergonomie, à l'environnement et à la sécurité des travailleurs. De plus, la Suède agit souvent comme centre de commercialisation et de services pour la Scandinavie et les pays baltes.

Le marché suédois des TIC est en croissance rapide, avec des augmentations annuelles récentes des recettes de plus de 25 % et des hausses des bénéfices de plus de 40 %. Plus de 60 % de la production suédoise dans le domaine des TIC est exportée, et les sociétés suédoises sont très favorables aux

partenariats avec des entreprises étrangères.

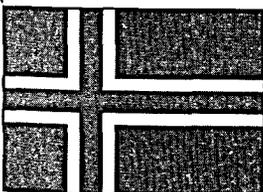
En Suède, le marché des **télécommunications** est ouvert et concurrentiel, et les tarifs y sont parmi les plus bas au monde. Plus d'un tiers de la population utilise **Internet**, et 30 % des Suédois se servent de téléphones mobiles. En 1998, les Suédois ont acheté pour 400 millions \$ de produits par l'entremise d'Internet — dont 40 % représentaient des ventes internationales; 10 % des clients des banques effectuent des opérations bancaires par Internet, et 25 % de toutes les transactions boursières se font en ligne. Le gouvernement s'est fixé l'ambitieux objectif de réaliser 95 % de tous les achats gouvernementaux par échange de données informatisé (EDI). La Suède est aussi en train de se doter d'une forte capacité technique dans des domaines de pointe à forte intensité de connaissances, comme la cryptographie, le multimédia et la réalité virtuelle.

Des débouchés prometteurs existent dans le secteur de la haute technologie, particulièrement dans les

solutions basées sur des systèmes existants, l'automatisation industrielle, l'EDI, le commerce électronique, Internet mobile, les applications faisant appel au protocole WAP, les réseaux locaux sans fil et les applications sans fil de la troisième génération. En outre, les possibilités de croissance sont énormes aux plans de l'exploitation — tant pour ce qui est des plates-formes que du contenu — des applications Internet, du multimédia et de la réalité virtuelle, de la télévision à large bande et numérique, de l'intégration de solutions géomatiques (télé-détection, positionnement géographique et systèmes d'information), des outils ainsi que des utilitaires pour compenser la pénurie de spécialistes et pour accroître la croissance des petites entreprises.

## Personne-ressource

**Euan Scott, agent de commerce**  
**Ambassade du Canada, Suède**  
**B.P. 16, 129 - 103 23, Stockholm, Suède**  
**Tél.: 46-8-453-3013**  
**Fax : 46-8-24-24-91**  
**Courriel : euan.scott@dfait-maeci.gc.ca**  
**Site Web : www.canadaemb.se**



# Norvège

Bien que la Norvège soit un petit pays qui ne compte que 4,4 millions d'habitants, son secteur des **technologies de l'information** (TI) est un des plus avancés au monde. Selon l'Observatoire européen des technologies de l'information, la valeur totale du marché norvégien des TIC s'étab-

lissait à environ 9,4 milliards \$US en 1997, et à 8,7 milliards \$US en 1998 — soit environ 5 % du PIB. Quelque 500 000 ordinateurs personnels ont été vendus en 1998 et en 1999, et 38 % des Norvégiens possèdent un ordinateur personnel. Environ 40 % de la population a accès à **Internet**, à la maison ou au travail. Le taux de pénétration des réseaux numériques à intégration de services (RNIS) dans les résidences privées de la Norvège est le plus élevé de l'Europe, et environ 60 % de la population possède un téléphone mobile, soit le deuxième taux le plus élevé au monde après la Finlande.

Les solutions et applications sans fil, qui font appel à un réseau mobile ou utilisent des réseaux locaux, sont

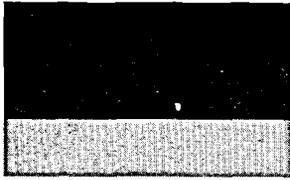
actuellement les produits qui se vendent le mieux sur le marché. Il existe aussi de bons débouchés pour les produits qui sont des solutions dans le domaine de l'entrepôt électronique massif, du commerce électronique et des applications Linux.

Étant donné la topographie et l'importante superficie de la Norvège, la distribution y est plus coûteuse que dans d'autres pays nordiques. Les plus importants distributeurs sont CHS Electronics, Ingram Micro, Computer 2000, Getronics, Actebis et la société locale Merkantildata.

Comme c'est le cas en Suède, l'anglais est largement utilisé en Norvège, où l'on trouve aussi l'un des gouvernements et des contextes commerciaux les moins bureaucratiques de l'Europe.

## Personne-ressource

**Bjorn J. Hanssen, agent de commerce**  
**Ambassade du Canada, Norvège**  
**Wergelandsveien 7, N-0244**  
**Oslo, Norvège**  
**Tél.: 47 22 99 53 00**  
**Fax : 47 22 99 53 01**  
**Courriel : bjorn.hanssen@dfait-maeci.gc.ca**



# Allemagne

Pour la première fois, le secteur allemand des TIC (technologies de l'information, matériel, logiciel et télécommunications) devrait dépasser celui de l'automobile comme premier secteur du pays. En 1999, la taille totale du marché a augmenté de 7,8 %, pour atteindre les 206 milliards DM (ou 189 milliards \$). On estime qu'il devrait y avoir 1,5 million d'emplois dans le secteur des TIC cette année.

C'est dans les secteurs du **logiciel** et des **services** que la croissance des TIC est la plus forte; elle y dépassait 10 % en 1999. Du côté du matériel, c'est pour les réseaux locaux, les serveurs NT et les ordinateurs mobiles que les ventes ont été les plus importantes. En 1999, plus de 1 million d'ordinateurs personnels portatifs ont été vendus — une augmentation de 25 % par rapport à 1998.

Les services de **télécommunications** ont connu une croissance de 7 %, et leur valeur s'est établie à 80 milliards DM en dépit d'une forte baisse des tarifs télé-

phoniques à la suite de la libéralisation du marché allemand des télécommunications le 1<sup>er</sup> janvier 1998. L'essor des communications mobiles a eu une influence considérable sur ces services. Le lancement du quatrième réseau allemand de téléphonie mobile et la baisse ultérieure des tarifs ont stimulé la demande, ce qui a entraîné une augmentation de 70 % du nombre d'abonnés aux services mobiles. À l'heure actuelle, des 80 millions d'habitants, 14 millions sont abonnés à ces services. La demande pour des réseaux de services de télécommunications fixes devrait augmenter dans les prochaines années, non seulement en raison de la baisse des tarifs, mais aussi à la suite du lancement de nouvelles technologies d'accès comme celle des lignes numériques à paire asymétrique (LNPA) pour les lignes en fil de cuivre existantes et la conversion de la câblodistribution en un réseau de données à très large bande pour **Internet** et l'utilisation **multimédia**.

Les associations corporatives du secteur allemand des TIC ont demandé à l'administration publique d'apporter des améliorations structurelles pour favoriser la croissance du secteur. On a encouragé les pouvoirs publics, y compris les écoles, à accélérer leurs efforts pour accéder à la « société branchée » et à lancer une « offensive de haute technologie ». On s'attend à ce que les obstacles à l'établissement d'une économie électronique, comme les droits à l'importation, les taxes sur la réception de la radiodiffusion et le règlement sur le recyclage du matériel, soient adaptés aux objectifs économiques de l'Allemagne.

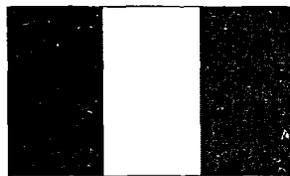
## Personne-ressource

**Cliff Singleton, agent de commerce  
Ambassade du Canada, Allemagne  
Tal 29, D-80331, Munich, Allemagne**

Tél.: (49-89) 21-99-57-0

Fax : (49-89) 21-99-57-57

Courriel : cliff.singleton@dfait-maeci.gc.ca



# France

Le secteur français des **télécommunications** est encore dans la vague de privatisation qui a commencé en 1998. Dans son ensemble, le marché a connu une croissance de 12,3 % en 1998, et sa valeur s'établissait alors à 150 milliards FF (1 \$CAN = 4,17 FF, en 1999).

France Télécom domine toujours le marché local. On assiste néanmoins à une convergence entre les raccordements téléphoniques, les raccordements à la télévision et les connexions Internet, comme c'est le cas au Canada. La **câblodistribution** est le moyen préconisé par l'ART (Autorité de Régulation des Télécommunications) et par le gouvernement français pour accroître la concurrence sur

le marché téléphonique local. Certaines sociétés font toutefois aussi des expériences avec une ligne locale sans fil pour faire concurrence à France Télécom, qui fournit déjà le service local.

Le marché de la **téléphonie mobile** est le moteur du secteur des télécommunications : l'utilisation de ce service a augmenté de 119 % en 1998. Cette croissance montre bien avec quelle rapidité les Français adoptent de nouveaux produits.

La France sera bientôt l'un des marchés des **ordinateurs personnels** où la croissance sera la plus rapide en Europe. En 1998, les ventes d'ordinateurs personnels ont augmenté de 22 %, taux qui n'était dépassé que par le Royaume-Uni. Et, pour

la première fois en France, plus d'un million d'ordinateurs avaient été vendus à des ménages. La croissance des ventes devrait augmenter encore plus rapidement après l'an 2000. À l'heure actuelle, plus de 33 % des Français possèdent un ordinateur et près de 11 % ont accès à **Internet**.

Les statistiques sur l'utilisation d'Internet en France doivent aussi tenir compte du fait qu'un bon nombre des applications les plus utiles étaient déjà accessibles par le Minitel. On estime qu'il y a en France environ 17 millions d'utilisateurs du Minitel, comparativement à un peu moins de 5 millions d'utilisateurs d'Internet. France Télécom travaille actuellement

avec IBM pour fournir l'accès Internet au moyen d'une console Minitel. Ce produit sera disponible d'ici la fin de l'année.

Le gouvernement français s'est très activement employé à amener la France à adopter et à utiliser les nouvelles technologies dans le cadre de son nouveau plan d'information, le PAGSI (Programme d'action gouvernemental pour la société de l'information), qui crée de nombreux débouchés pour le multimédia dans le domaine de l'éducation et de la culture.

Le plan a déjà eu un effet majeur sur les écoles françaises. Au cours des 12 derniers mois, le pourcentage d'écoles primaires branchées est passé de 1 % à 15 %; le branchement des écoles secondaires est

pour sa part passé de 20 % à 90 %. En outre, l'administration publique française a été reconnue par l'Université d'Amsterdam comme étant la plus avancée en ce qui a trait à l'expérience d'Internet et à l'utilisation de cette technologie.

Le ministère français de l'Éducation a recommandé 300 produits multimédias, et en février 1999, les ventes de produits multimédias, qui s'élevaient à 18 millions d'unités, avaient déjà égalé les ventes réalisées en 1998. Ce chiffre représente une croissance de 54 %, niveau plus élevé que le taux de 44 % observé sur le marché européen dans son ensemble l'année dernière.

De l'ensemble des ventes de produits multimédias réalisées en France, 49 % étaient sur des jeux; 18 %, des applications dans le domaine de l'éducation; 17 %, des applications pratiques; et 14 %, des applications dans le domaine de la culture.

### Personne-ressource

**François Gauthé, agent de commerce  
Ambassade du Canada, France**

**35, avenue Montaigne  
75008 Paris, France**

Tél. : +33 (0)1 44 43 23 58

Fax : +33 (0)1 44 43 29 98

Courriel : francois.gauthé@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : www.amb-canada.fr

# Belgique

Depuis le début des années 1990, le secteur belge des TIC connaît une croissance annuelle régulière de 9,5 %. Selon les statistiques de l'Observatoire européen des technologies de l'information, la valeur totale du marché des télécommunications de la Belgique dépassait les 18,9 milliards \$ en 1998. Ce chiffre représente une augmentation de 9 % par rapport à 1997 et plus de 5 % du PIB de la Belgique. L'Observatoire a aussi estimé que la valeur du marché des télécommunications de la Belgique a atteint 20,8 milliards \$ en 1999. On s'attend au même taux de croissance cette année, soit à un taux plus élevé que celui des autres pays européens. Le secteur belge des TIC emploie quelque 100 000 personnes dans 2 000 sociétés, ce qui correspond à une augmentation d'environ 15 % en 1999.

Le secteur des télécommunications de la Belgique est à forte intensité de recherche-développement, la R-D représentant entre 10 % et 25 % des dépenses de la majorité des sociétés. Ces investissements expliquent en partie la présence d'un grand nombre d'employés très qualifiés dans ce secteur.

L'infrastructure des télécommunications de la Belgique a toujours été très développée. Depuis la libéralisation du

marché, son développement a connu une forte croissance attribuable à l'arrivée d'environ 20 exploitants internationaux de services de télécommunications. Dans ce domaine, c'est en Belgique que l'on observe le plus fort taux de croissance de toute l'Union européenne. À l'heure actuelle, ces nouvelles sociétés de télécommunications représentent 10 % du marché et emploient environ 5 000 personnes. Trois exploitants de services téléphoniques mobiles ont des activités commerciales en Belgique, à savoir Belgacom Mobile, Mobistar et KPN-Orange.

La Belgique sera le premier pays au monde à offrir à ses consommateurs le choix de services de télécommunications

assurés au moyen de réseau RNIS/LNPA ou de câblodistribution. De plus, la Belgique est déjà un des pays où la pénétration des services bancaires protégés par Internet est la plus élevée et sera bientôt le premier à avoir un système bancaire multi-uniforme. En outre, les administrations régionales et fédérales effectuent des investissements considérables dans de grands projets en vue de brancher les secteurs privé et public — une tendance qui devrait d'ailleurs se poursuivre au cours des prochaines années.

Le lancement de la norme du système universel de télécommunications mobiles (SUTM) de la troisième génération pour la téléphonie mobile constitue un autre progrès important sur le marché. La mise en oeuvre de ces technologies aura une incidence technique considérable sur les réseaux, le matériel, les logiciels, l'équipement terminal et la R-D.

Les sociétés canadiennes des TIC ont l'avantage d'entrer sur un marché où la qualité exceptionnelle de leurs produits est déjà bien établie et où ces derniers présentent un intérêt considérable pour les utilisateurs résidentiels et professionnels belges. Cela est illustré non seulement par la présence de

### Personne-ressource

**Bart Roefmans, agent de commerce  
Ambassade du Canada, Belgique**

**2, avenue de Tervuren  
Bruxelles, Belgique**

Tél. : (322) 741 0625

Fax : (322) 741 0606

Courriel : bart.roefmans@dfait-maeci.gc.ca

sociétés canadiennes du secteur des TIC — dont **Nortel Networks, Newbridge, Corel, Geac, Cognos, Simware, ACL, CML, DMR et Interallia** —, mais aussi par les nombreux succès qu'ont connus de petites entreprises canadiennes des TIC, l'un des plus récents étant la licence de service de téléphonie fixe récemment octroyée à **Télélobe Canada**.

Surveillez l'arrivée du prochain numéro de *CanadExport* (15 juin 2000) : vous y trouverez un second supplément consacré aux occasions d'affaires offertes en Europe, en particulier dans les pays baltes et sur des marchés choisis d'Europe de l'Est.



# Pays-Bas

**Les technologies de l'information (TI)** constituent la force première du secteur des TIC aux Pays-Bas, et représentent 1,5 % du marché mondial de ce secteur, dominé par les États-Unis, l'Europe et le Japon. Dans l'ensemble du marché néerlandais des TI, les entreprises américaines représentent 40 % des ventes. Les sociétés françaises et allemandes ont de petites parts du marché, d'environ 8 % et 4 % respectivement.

Les recettes annuelles générées par le marché néerlandais du **matériel**, du **logiciel** et des **services informatiques** ont atteint près de 13,4 milliards \$ en 1998, dont 7,4 milliards \$ pour les logiciels et les services. Ce segment représente 54 % de l'ensemble du marché des TI aux Pays-Bas.

Les profits enregistrés sur le marché des TI résultent de l'amélioration de l'expansion d'un petit secteur de l'ordinateur domestique et de la bureautique, d'une forte croissance des ventes de matériel et de logiciels multimédias grand public, ainsi que de l'intensification de la concurrence dans les télécommunications.

Le Canada est bien positionné sur le marché néerlandais du matériel informatique et du logiciel, les fabricants canadiens étant associés avec des distributeurs locaux et utilisant aussi leurs propres filiales. Les PME canadiennes du secteur des TI sont de plus

en plus nombreuses à établir des bases de commercialisation de ce genre aux Pays-Bas.

Il y a pour les entreprises canadiennes des possibilités dans des domaines spécialisés du logiciel, tels que les logiciels graphiques, la CAO-FAO-IAO, l'édition et les systèmes experts. Les autres domaines en croissance sont les logiciels et le matériel complémentaire de communications pour les micro-ordinateurs (matériel de réseautage et systèmes de transmission de la voix) ainsi que les systèmes d'information documentaire, y compris le stockage de données optiques. L'industrie néerlandaise du logiciel, relativement forte, offre un bon potentiel pour les alliances stratégiques entre entreprises canadiennes et néerlandaises.

Une solide représentation et un soutien sur place sont des éléments essentiels que doivent considérer les fournisseurs

canadiens en vue de réussir sur le marché néerlandais. La première chose à faire est habituellement de trouver un distributeur compétent ou une autre entreprise « partenaire ». La deuxième étape pourrait être l'établissement d'un bureau de vente — une tendance qui se dessine de plus en plus à mesure que les entreprises canadiennes considèrent les Pays-Bas à la fois comme un marché en soi et comme un point d'accès commode, géographiquement central, pour coordonner leurs activités sur différents marchés européens, souvent par l'entremise d'un réseau de distributeurs.

Le facteur le plus important pour entrer sur le marché est l'établissement de sa réputation par ses antécédents, son expérience et ses références. Il n'est pas facile pour un nouveau venu de se faire inscrire sur la liste des sources préférées des acheteurs, la loyauté des clients étant forte et les relations s'établissant dans une perspective à long terme. Les clients établis représentent en général de 70 % à 80 % des ventes des principales entreprises de logiciels et de services. Il peut être plus facile d'entrer dans un créneau précis du marché, à condition que l'entreprise ait des connaissances suffisantes, ainsi que l'idée ou l'innovation qui convient.

## Personne-ressource

**Chris Rowley, agent de commerce**

**Ambassade du Canada, Pays-Bas**

**B.P. 30820**

**2500 GV, La Haye, Pays-Bas**

**Tel. : (31-70) 311-1600**

**Fax : (31-70) 311-1682**

**Courriel : [chris.rowley@dfait-maeci.gc.ca](mailto:chris.rowley@dfait-maeci.gc.ca)**

**Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/~thehague/](http://www.dfait-maeci.gc.ca/~thehague/)**

## Ne laissez pas passer la chance de votre vie. Inscrivez-vous tôt à CeBIT 2001!

L'édition 2001 de CeBIT, la plus importante foire mondiale du secteur des TIC, se tiendra du **22 au 28 mars** à Hanovre, en Allemagne. CeBIT 2000 a eu lieu à la fin de février afin de permettre la préparation d'EXPO 2000, qui se déroule de **juin à octobre**. (Pour plus de détails sur EXPO 2000, visitez le site Web [www.expo2000.de](http://www.expo2000.de))

CeBit 2000 a battu tous les records, y compris celui du nombre de visiteurs. Plus de 750 000 personnes, provenant de quelque 60 pays, s'y sont rendues — dont environ 137 000 provenaient de l'extérieur de l'Allemagne. La grande majorité des visiteurs étaient des spécialistes du secteur qui avaient des plans concrets d'investissements et un pouvoir de décision. Compte tenu de la prééminence de CeBIT, où plus de 7 800 exposants présentent leurs produits et services novateurs, il n'est pas surprenant que plus de 50 % des visiteurs ne participent à aucune autre foire commerciale sur les TIC.

Il ne fait aucun doute que CeBIT est une foire très importante. Mais son importance n'est pas seulement due à son ampleur considérable. CeBIT représente l'activité la plus centrée sur les affaires, la plus complète et la mieux organisée du secteur mondial des TIC. Elle est d'ailleurs organisée de façon à ce que les milliers d'acheteurs et distributeurs qui y assistent puissent facilement trouver les services et produits qu'ils cherchent. L'extérieur imposant de CeBIT cache une gamme très structurée de secteurs, ce qui permet aux exposants de rencontrer des visiteurs intéressés par leurs produits, ainsi que des milliers d'autres qui cherchent des applications pouvant être utilisées dans divers domaines. CeBIT 2001 comprendra les catégories propres aux secteurs des technologies de l'information; de la réseautique; du logiciel, du commerce électronique et d'Internet; des télécommunications; de la saisie automatique de données; de la mise au point, de la conception, de la production et de la planification assistées par ordinateur; de la bureautique; de la recherche et du transfert de technologies, de même qu'un centre pour les marchands.

Le Canada jouit d'une bonne réputation à CeBIT, car il est un des principaux chefs de file mondiaux du domaine des TIC. À CeBIT 2001, les sociétés canadiennes des TIC auront le choix de participer à titre d'exposant indépendant (vous pouvez louer votre propre espace ou venir avec un stand, ou encore en construire ou en louer un sur place) ou dans le cadre des pavillons canadiens (deux sont prévus : le Pavillon canadien des TI, du logiciel et d'Internet, dans le hall d'exposition 6, et le Pavillon canadien sur la réseautique, dans le hall d'exposition 11). Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international aura un stand d'information dans le pavillon du hall d'exposition 6, et des agents de commerce seront sur place pour aider les exposants canadiens pendant la foire.

La demande d'espace pour exposer à CeBIT 2001 est très forte, et il importe de se décider rapidement. Les sociétés canadiennes qui prévoient participer comme exposants indépendants doivent présenter une demande avant le **15 juillet 2000**. Bien que le fait de demander à exposer dans les pavillons canadiens offre plus de souplesse, nous encourageons aussi les entreprises à présenter leur demande rapidement, parce que l'espace est accordé selon le principe du premier arrivé, premier servi et que l'on s'attend à ce qu'il se vende rapidement.

Pour obtenir un formulaire d'inscription comme exposant à CeBIT 2001, soit à titre d'exposant indépendant ou d'exposant dans un Pavillon, communiquez avec M<sup>me</sup> Jennifer Cooke ou M. Oscar Johvicas, Co-Mar Management Services Inc., représentant canadien de Deutsche Messe AG, 90 Glenmount Park Road, Toronto (Ont.) M4E 2N2, tél. : **(416) 690-0331**  
numéro sans frais : **1 800 727-4183**  
fax : **(416) 690-1224**  
courriel : [comar@baldhead.com](mailto:comar@baldhead.com)  
site Web : [www.hfcanada.com](http://www.hfcanada.com)

# Le Service des délégués commerciaux travaille pour vous dans le secteur des TIC en Europe

## Activités au pays

Des délégués commerciaux et des agents de commerce en poste en Europe participeront aux activités mentionnées ci-dessous qui se tiendront au pays. Vous pourrez alors discuter avec eux de vos intérêts à propos de ce marché; ils pourront à leur tour vous aider à élaborer une stratégie en vue d'établir de nouveaux marchés d'exportation.

- ◆ **Softworld** — Halifax — du 15 au 18 octobre 2000
- ◆ **Atlantic Digital Media** — Baddeck — du 19 au 21 octobre 2000
- ◆ **MIM/AMNT** — Montréal — du 4 au 6 octobre 2000
- ◆ **Activités de promotion** dans d'autres villes canadiennes

## Activités en Europe

Les foires commerciales européennes suscitent une participation mondiale et sont les plus importantes au monde dans la majorité des secteurs. Le Service des délégués commerciaux (SDC) aura des représentants sur place lors des activités mentionnées ci-dessous, prêts à vous offrir la gamme complète de services à valeur ajoutée du SDC.

- ◆ **EXPO 2000** — Hanovre — du 1<sup>er</sup> juin au 31 octobre 2000
- ◆ **Interprise Munich** — Munich — les 4 et 5 juillet 2000
- ◆ **Bavaria Online Congress** — Munich — les 6 et 7 juillet 2000

- ◆ **European Computer Trade Show** — Londres — septembre 2000
- ◆ **SMAU** — Milan — du 19 au 23 octobre 2000
- ◆ **Educattec** — Paris — du 22 au 26 novembre 2000
- ◆ **Imagina 2001** — Monaco/Paris — du 31 janvier au 4 février 2001
- ◆ **Milia** — Cannes — février 2001
- ◆ **CeBIT 2001** — Hanovre — du 22 au 28 mars 2001

Si les sociétés canadiennes manifestent suffisamment d'intérêt, l'équipe des délégués commerciaux et des agents de commerce en poste en Europe organisera des missions à l'occasion des activités suivantes.

## Missions à l'étranger

- ◆ **Télématique dans le domaine des soins de santé** — Berlin ou Hanovre — août 2000
- ◆ **IST 2000** — Paris — novembre 2000
- ◆ **Table ronde sur le partenariat en commerce électronique** — Paris/Londres/La Haye/Madrid — mars 2001
- ◆ **NEXOS - Télécommunications** — Europe du Centre/de l'Est — mars 2001
- ◆ **Divertissement éducatif** — Londres (BETT)/pays nordiques — janvier 2001

## Le Service des délégués commerciaux attend de vos nouvelles

Pour obtenir de l'information sur des marchés particuliers, n'hésitez pas à communiquer avec l'agent chargé du territoire qui vous intéresse.

Pour des renseignements généraux, visiter le site Web InfoExport à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

Pour plus de détails sur les missions commerciales en Europe, communiquer avec M. Emmanuel Skoulas, délégué commercial, Section pour l'expansion du commerce en Europe (RENB), tél. : (613) 995-6565; courriel : [emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca](mailto:emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca)

**Ê**tes-vous à la recherche d'un service? Prenez un numéro et patientez. Nombreuses sont les grandes villes américaines qui nagent actuellement en plein paradoxe : elles profitent grandement de l'essor de l'internet, mais les ressources se font de plus en plus rares et limitées. « Les sociétés américaines sont souvent débordées et promettent plus qu'elles ne peuvent livrer, » explique M. Trevor Sawler, président de Crescent Studio.com. L'un de nos plus grands avantages, face à la concurrence, c'est que nous disposons de ressources. » C'est tout ce qu'il faut aux États-Unis.

« Le gouvernement canadien a déployé bien des efforts pour le perfectionnement de la main-d'œuvre dans l'Est du Canada, poursuit M. Sawler, qui emploie 45 personnes à Fredericton. Nous disposons d'un grand nombre de concepteurs, d'analystes et de programmeurs, tous très compétents, ce qui nous permet de fournir un travail de qualité à des prix compétitifs. »

Crescent Studio.com, cybersociété fondée il y a deux ans, exporte aujourd'hui ses services professionnels internet au géant Hewlett-Packard (HP). Le contrat d'une valeur de 1,5 million de dollars conclu avec cette société américaine, prévoit notamment la prestation de services de planification stratégique, la création de sites Web et la conception de procédés commerciaux relatifs au commerce électronique chez HP.

Comme l'explique M. Sawler, la concurrence est vive : « Hewlett-Packard a une enveloppe de 2 milliards de dollars pour les cybersociétés. Lorsqu'elle procède à un appel d'offres, HP reçoit 1 500 plans d'affaires, et une seule entreprise remporte le contrat. Toutes doivent en arriver à un plan stratégique d'une page, axé sur cinq compétences fondamentales. »

Crescent Studio.com a réussi à se démarquer de la concurrence grâce à son réseau et à des relations au sein du Département des services électroniques de Hewlett-Packard. Un client de Crescent Studio.com connaissait quelqu'un chez HP et lui a recommandé Crescent. « Ce client nous a donné quelques tuyaux sur les besoins de HP et sur la façon de lui faire voir clairement que nous étions en mesure d'accomplir le travail demandé. Aujourd'hui, nous entretenons d'excellents

rapports avec Hewlett-Packard, qui est maintenant notre deuxième client. »

### Vaincre la concurrence

« Depuis cinq ou six ans, la situation est très difficile dans l'Est du Canada, indique M. Sawler. Je me suis tourné vers les États-Unis, convaincu que les entreprises offrent

conclu des marchés dans de grandes villes américaines, tant sur la côte Est qu'Ouest. On ne traite pas avec les gens de la côte Est de la même façon qu'avec ceux de Silicon Valley. Les tête-à-tête valent mieux que les échanges par courrier électronique ou par téléphone. Nous avons donc adopté cette approche avec nos clients,

## C'est la faute du Canada!

# Une cybersociété du Nouveau-Brunswick se lance aux É.-U.

des services haut de gamme à des prix peu élevés pouvaient y trouver davantage de débouchés. Les occasions d'affaires sont plus nombreuses aux États-Unis. »

On trouve d'avantage de débouchés et plus de travail aux États-Unis, mais la concurrence y est aussi plus vive, car elle dispose « de moyens financiers plus élevés et de plus de personnel, fait remarquer M. Sawler. Toutefois, les entreprises sont souvent débordées et promettent plus qu'elles ne peuvent livrer. C'est alors que nous entrons en jeu en disant à nos clients : " Nous pouvons vous offrir la même chose dès maintenant, et ce, pour deux fois moins cher. " Puis les négociations débutent... »

« La faiblesse du dollar canadien par rapport au dollar américain joue en notre faveur, ajoute-t-il. Toutefois, ce n'est pas le plus important. D'après mon expérience, de nombreuses sociétés ne se soucient pas vraiment du prix. Elles veulent avant tout savoir si vous pouvez respecter vos engagements. » Au-delà de la politique de prix, il y a la crédibilité et le respect. « Il est important que nos produits et nos services inspirent le respect. Il m'a même fallu hausser nos prix pour obtenir un plus grand respect. Nous vendons des produits et des services de qualité, et nous nous positionnons pour continuer dans cette voie. »

### Comment réussir?

Pour ce qui est de la commercialisation, M. Sawler insiste sur l'importance des rencontres en personne, avec le client. « Au cours du dernier trimestre, nous avons

même si cela nous oblige à prendre l'avion régulièrement. »

M. Sawler, qui est maintenant un exportateur aguerri, estime que la plus grave erreur que peut commettre un

exportateur novice qui tente de

percer un vaste marché étranger est de s'y attaquer sans disposer du matériel de marketing voulu.

« N'hésitez pas à lire les exemples de réussite! », s'exclame-t-il.

Et les consulats et l'ambassade? « Nous avons connu un franc succès grâce aux délégués commerciaux du Canada en poste dans différentes villes. À New York, ils nous ont aidés à préparer notre plan d'affaires, alors qu'à San Francisco et à Los Angeles, ils nous ont conseillé pour établir des contacts et rencontrer les bonnes personnes. Les délégués commerciaux nous ont apporté une aide inestimable. Cela nous a vraiment permis de partir du bon pied.

« [Le délégué commercial] M. Handol Kim a fait beaucoup de travail préparatoire pour nous avant notre arrivée dans la région de San Francisco. M. Victor Landry [Centre du commerce international d'industrie Canada, à Moncton] nous a aussi été d'une très grande utilité », conclut M. Sawler. Crescent Studio.com, la deuxième entreprise du Canada atlantique quant à la croissance, négocie actuellement de nouveaux contrats en Colombie et en Israël.

Pour plus d'information, joindre M. Trevor Sawler, Président, Crescent Studio.com, tél.: (506) 460-8321, téléc.: (506) 460-8301, internet : [www.crescentstudio.com](http://www.crescentstudio.com) ✪



**L**e ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a rendu public le mois dernier *Le point sur le commerce en l'an 2000*, rapport inaugural sur la performance du Canada en matière de commerce international.

« La prospérité du Canada est directement liée à sa performance commerciale, a

En 1999, quelque 36 milliards de dollars d'investissements directs sont entrés au Canada, ce qui a porté à 240 milliards de dollars la valeur de l'investissement étranger direct dans les entreprises canadiennes.

Au total, les exportations de biens et de services se sont accrues d'environ 11 % en 1999 pour atteindre 410 milliards de

vances et des droits de licences ont connu une hausse de 31 %.

Les Canadiens d'un bout à l'autre du pays ont profité de la réussite du Canada en cette nouvelle ère économique du commerce international. Les 427 000 nouveaux emplois nets créés en 1999 constituent le nombre le plus élevé depuis 1979; une part importante de cette expansion est directement tributaire du succès du Canada sur les marchés du monde. « Les Canadiens peuvent être fiers de leurs réalisations commerciales; nous établissons de nouveaux records en termes d'exportations pour une huitième année consécutive, a indiqué le Ministre. Ce n'est toutefois pas le moment de nous reposer sur nos lauriers.

« Nous devons favoriser l'énergie d'entreprise du Canada en aidant les PME à prospérer sur la scène internationale, a-t-il ajouté. »

Le Ministre a aussi encouragé les entreprises canadiennes à prendre part aux prochaines missions commerciales qu'il dirigera, notamment en Australie (du 30 mai au 2 juin); en Russie (du 28 au 30 juin); en République tchèque, en Slovaquie, en Hongrie et en Slovaquie (du 11 au 15 septembre); en Algérie, au Maroc et en Espagne (du 10 au 20 octobre); ainsi qu'au Moyen-Orient (au début de l'an prochain).

Le rapport annuel figure au site internet du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, à l'adresse [www.dfait-maeci.gc.ca/eet/state-of-trade-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/eet/state-of-trade-f.asp) \*

# De nouveaux records

## Le ministre Pettigrew lance le premier rapport annuel sur le commerce

déclaré M. Pettigrew. Le Canada a connu une année record qui a créé des emplois et stimulé l'économie. Notre bilan à ce chapitre est très positif; il est donc important que les Canadiens puissent en prendre connaissance.»

Le rapport énumère les nouveaux points saillants des réalisations canadiennes en matière d'exportation et d'investissement. Il souligne aussi deux éléments particulièrement impressionnants de la performance du Canada sur la scène internationale.

Premièrement, le Canada continue d'établir des records en matière de commerce et d'investissement. Chaque jour, le Canada conclut en moyenne des affaires d'une valeur de 2,2 milliards de dollars en exportations et en importations de biens et de services avec le reste du monde.

dollars, soit 43 % du produit intérieur brut du Canada.

Deuxièmement, le rapport fait état de l'importante évolution vers la « nouvelle économie » qui se poursuit au Canada depuis quelques années. Par exemple, les exportations d'équipements, notamment le matériel de bureau et les appareils de télécommunication faisant appel à une technologie très spécialisée, ont augmenté de 11 % en 1999. Par ailleurs, les exportations du secteur des produits automobiles ont augmenté de 24 %, reflétant ainsi la compétitivité et les investissements qui se poursuivent dans ce secteur.

De 1993 à 1999, les exportations de services de recherche et de développement ont augmenté en moyenne de 15 % par an. L'an dernier seulement, les exportations de services générant des rede-

## Participez à la consultation sur le commerce des services!

Exportez-vous des services, soit par la vente dans d'autres pays ou par la vente à des étrangers en territoire canadien? Si c'est le cas, vous pouvez participer à une fascinante consultation « virtuelle », qui vous permettra d'envoyer vos commentaires directement à nos négociateurs sur le commerce des services. Cette consultation réalisée par courrier électronique vous donne la possibilité de communiquer vos commentaires, même lorsque vous vous trouvez à l'étranger.

Le gouvernement du Canada négocie avec ses partenaires commerciaux afin d'améliorer l'accès des exportateurs canadiens de services aux marchés étrangers, notamment grâce à l'Accord général sur le commerce de services (GATS), qui s'inscrit dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Dans le but d'être en contact avec un plus grand nombre d'entreprises, le gouvernement établit en ce moment un dialogue par

courrier électronique avec les exportateurs de services; il cherche ainsi à en apprendre davantage sur leurs activités internationales et les obstacles qui se dressent sur leur chemin.

Le processus de consultation virtuelle sur le GATS consiste en une série de brèves questions, envoyées par courrier électronique, sur un éventail d'enjeux touchant le commerce des services; une série de questions est acheminée toutes les deux semaines pendant six mois et devrait prendre moins de 60 secondes — il suffit de cliquer ensuite sur le bouton « submit » (« envoyer »).

Voir page 13 – Consultation

La Russie est aux prises avec d'énormes problèmes environnementaux causés par une industrialisation échevelée et l'absence de techniques adéquates permettant de contrôler les effets de cette industrialisation sur le milieu. On observe dans de nombreuses régions du pays un degré élevé de pollution de l'air, de l'eau et du sol attribuable à des déversements et des rejets réguliers. On pense que cette situation est partiellement responsable de la diminution récente de l'espérance de vie en Russie.

Depuis la fin du régime soviétique, la population russe est assez bien renseignée sur les problèmes environnementaux avec lesquels son pays est aux prises. Malgré cela, et en dépit de certaines mesures prises par le pouvoir fédéral et les pouvoirs locaux, les progrès en matière de protection de l'environnement sont très lents. Quoique l'Union soviétique ait été un chef de file mondial dans certains domaines de la science et du génie, la Russie n'a ni l'équipement ni l'expertise nécessaires pour combattre la pollution et nettoyer les sites pollués. Près de 60 % des entreprises russes sont réputées dangereuses du point de vue de l'environnement parce qu'elles utilisent de l'équipement et des techniques périmés.

### État de l'environnement

La presqu'île de Kola, dans le nord-ouest de la Russie, est l'une des régions les plus polluées d'Europe à cause de la présence de fonderies qui traitent les minerais extraits du sous-sol de la région. Les autres régions où le degré de pollution atteint un niveau inquiétant sont celles de Belorodskaya, Chelyabinsk (Magnitogorsk), Kemerovo, Irkutsk (Angarsk), Primorsky Kraï et Povolzhie. Le problème le plus grave y est la pollution des eaux souterraines.

Pour la population russe, le problème le plus inquiétant au quotidien est la mauvaise qualité de l'approvisionnement en eau. De fait, le gouvernement russe affirme que 60 % de la population du pays boit de l'eau dont la qualité est jugée « insatisfaisante ».

Par ailleurs, la pollution automobile est à l'origine d'environ 85 % de la pollution atmosphérique dans les villes. Aux heures de pointe, les concentrations de gaz carbonique et d'oxyde d'azote sont 12 fois supérieures aux niveaux maximaux ad-

missibles. Alors que le degré de pollution atmosphérique aurait diminué de 30 % depuis 1990 — en raison du déclin économique et du ralentissement de la production industrielle — quelque 16 000 décès

eaux souterraines dans tout le pays.

Domaines où les débouchés commerciaux sont le plus nombreux :

- traitement/élimination des déchets dangereux;

## Profil du secteur de l'environnement de la Russie

### Aperçu du marché et débouchés commerciaux

sont attribués chaque année aux particules en suspension dans l'air.

#### Traitement de l'eau, des eaux usées

Les systèmes d'épuration en Russie ont tendance à tomber souvent en panne à cause de vices de construction, d'un mauvais entretien et d'erreurs humaines. On observe régulièrement la présence de bactéries dans l'eau potable.

Domaines où les débouchés commerciaux sont le plus nombreux :

- épuration et traitement de l'eau;
- systèmes de traitement des eaux usées municipales et réseaux d'égout;
- systèmes de traitement des eaux usées industrielles;
- traitement de l'eau potable;
- systèmes de contrôle de la pollution des mers.

#### Gestion des déchets solides

La Russie produit environ 6,5 milliards de tonnes de déchets annuellement, dont 1,7 million de tonnes de déchets toxiques. Tandis que le volume des déchets industriels a diminué à cause du ralentissement de la production économique, le volume des déchets ménagers, lui, augmente en raison de l'accroissement de la consommation des ménages. Il existerait une centaine de dépotoirs illégaux dans le seul secteur de Moscou. Les décharges illicites, les décharges licites mal aménagées et les entrepôts industriels sont devenus les principales sources de contamination des

- systèmes de recyclage;
- incinérateurs pour déchets solides;
- barrières d'isolement horizontales et verticales;
- traitement, déshydratation des solides.

#### Contrôle de la pollution atmosphérique

Quarante pour cent de la population russe est répartie dans quelque 200 villes où le niveau de pollution atmosphérique dépasse le niveau admissible. De ce nombre, 120 ont enregistré des niveaux de pollution cinq fois supérieurs aux normes officielles. Selon une étude réalisée en 1998, il arrive souvent que les concentrations de benzène, de chlorure de vinyle, de dérivés d'hydrocarbures, d'arsenic, de nickel et de métaux lourds soient de 10 à 15 fois supérieures aux niveaux maximaux admissibles. La pollution atmosphérique a fait l'objet de beaucoup d'attention au cours de la dernière année. On prévoit un accroissement de la demande de matériel de traitement.

Les débouchés les plus intéressants concernent l'équipement qui sert à contrôler la pollution causée par les gaz acides ou sulfureux, les composés organiques volatils, les oxydes d'azote et les particules.

Pour renseignements, joindre M<sup>me</sup> LiLya Panova, agente commerciale, ambassade du Canada à Moscou, tél. : (011-7-095) 956-6666, téléc. : (011-7-095) 232-9949, courriel : [lilya.panova@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lilya.panova@dfait-maeci.gc.ca) \*

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**KENYA — Installations de stockage de produits pétroliers** — Avis provenant du haut-commissariat du Canada au Kenya. La Kenya Pipeline Company Limited (KPC) lance un appel d'offres pour la fourniture du matériel suivant : 1) un réservoir de 40 m de diamètre pour le stockage de kérosène à double usage (toit fixe); 2) un réservoir de 48 m de diamètre pour le stockage de supercarburant auto (toit flottant intérieur); 3) un réservoir de 40 m de diamètre pour le stockage de carburant diesel auto (toit

# Le Centre des occasions d'affaires

télec.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier 000412-01465. Pour plus de renseignements: [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=253fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=253fr)

**JORDANIE — Projet d'exploitation d'un champ de gaz** — Avis provenant de l'ambassade du Canada à Amman (Jordanie). La National Petroleum Company (NPC) de la Jordanie lance un appel d'offres en vue de conclure un partenariat ou un accord de coopération avec une société pétrolière/gazière ayant une capacité financière et des compétences techniques prouvées dans les domaines de l'exploration et de la mise en valeur des champs gaziers et de la production, du transport et de la distribution du gaz, pour l'exploitation à grande échelle de son champ gazier de Risha. S'adresser à la National Petroleum Company pour recevoir les documents de soumission. Date de clôture: **31 juillet 2000**. Une rencontre d'information préalable à la présentation des soumissions aura lieu à Amman en juin. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier 000418-01547. Pour plus de renseignements: [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=264fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=264fr)

**SINGAPOUR — Roues et essieux de locomotive** — Avis provenant du haut-commissariat du Canada à Singapour. La Singapore MRT Ltd. est à la recherche de fournisseurs ou de fabricants souhaitant fournir et livrer des roues et des essieux destinés à des locomotives. S'adresser à la Singapore MRT Ltd. pour recevoir les documents de soumission (25,75 \$S ou environ 23,00 \$CAN par jeu). Date de clôture: **18 juillet 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier 000426-01657. Pour plus de renseignements: [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=270fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=270fr)

*Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)*

fixe); 4) un réservoir de 40 m de diamètre pour le stockage de carburant diesel auto, lequel peut servir de réservoir « de transfert » pour le stockage de kérosène à double usage (toit fixe). Tous les réservoirs doivent être installés à l'intérieur de digues de sécurité existantes, avoir une hauteur de 17,07 mètres et être pourvus d'orifices centraux de soutirage de l'eau, d'escaliers d'accès et de toute l'instrumentation nécessaire. Les entrepreneurs devront fournir et installer des pompes spécialisées et des étalons de contrôle de compteur volumétrique à Kipevu, et construire des pipelines pour le transport de produits au pipeline principal de Mombasa-Nairobi, au poste de pompage n° 1. Ces pipelines auront un diamètre de 12 pouces, seront installés selon le tracé existant et s'étendront sur environ 4,5 km. Ils seront raccordés aux tubulures d'admission existantes du poste de pompage n° 1. Coût non remboursable des documents de soumission: 500 \$ US par jeu. Date de clôture: **27 juillet 2000**. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier 000418-01548. Pour plus de renseignements: [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=265fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=265fr)

**IRLANDE — Examen théorique informatisé pour apprentis conducteurs** — Avis provenant de l'ambassade du Canada à Dublin (Irlande). Un ministère lance un appel d'offres pour la conception et la mise en place d'un examen théorique informatisé pour apprentis conducteurs. Date de clôture: **13 juillet 2000**. Les documents de soumission sont gratuits. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI,



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le COAI a rejoint plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce au COAI, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada inc.

L'Algérie est le deuxième pays d'Afrique par sa superficie. Doté d'un territoire minier quasiment vierge, cet État s'est jusqu'à présent concentré sur l'exploitation des hydrocarbures. Le nouveau gouvernement algérien du président Bouteflika

calcaire marmorisé), argiles, gypses, sel, sables utilisés dans la verrerie, baryte, or, wolfram, plomb-zinc, cuivre, pierres semi-précieuses.

Des débats et des conférences sont organisés en marge d'une exposition qui

## Ouverture et privatisation du secteur des mines en Algérie

prépare un ambitieux programme de privatisation, qui touche en premier lieu le secteur des mines.

Le nouveau code minier, dont l'adoption est prévue au cours de l'année, permettra aux investisseurs privés, nationaux ou étrangers, de posséder jusqu'à 100 % des exploitations, contrairement au code minier actuel qui limite les investissements miniers privés à 49 % du capital des entreprises. Les investisseurs privés, qui auront facilement accès aux informations et données géologiques, pourront aussi lancer des programmes de prospection. À la suggestion de la Banque mondiale, ces activités seront contrôlées par un organisme spécialisé chargé de délivrer les autorisations et les titres.

### Campagne de promotion

En vue de donner aux entreprises internationales la possibilité de bénéficier les premières de l'ouverture du marché minier, le ministère de l'Énergie vient de lancer, dans un premier temps, une campagne de promotion qui permet à de petits exploitants locaux de s'informer sur 48 gisements et 97 indices mis en valeur par l'Office de recherche géologique et minière (ORGM) et d'acheter ces sites pour les exploiter.

Les 48 gisements offerts comprennent les minerais suivants : marbres et onyx, pierres décoratives (granite, serpentine,

se tiendra à Alger jusqu'au 15 juillet pour orienter les exploitants éventuels.

Ce premier lot de petites mines devrait créer quelque 4 000 emplois et encourager l'esprit d'entrepreneuriat dans le secteur minier.

### Partenariats étrangers

Dans le cadre de cette promotion de petites mines privées, et en attendant la promulgation de la nouvelle loi sur les mines, les investisseurs nationaux ont la possibilité de faire appel au partenariat étranger pour l'acquisition du savoir-faire et des équipements nécessaires à la mise en valeur de ces mines. Les soumissions doivent être déposées d'ici le 15 juillet 2000. Les firmes étrangères qui en feront la demande pourront recevoir la liste des exploitants algériens qui auront manifesté un intérêt pour investir dans ce secteur.

Les investisseurs peuvent retirer sur place les cahiers des charges et la documentation technique relatifs aux gisements spécifiques (moyennant 5 000 dinars, soit environ 100 \$, ou 20 000 dinars, soit environ 400 \$ pour les rapports géologiques détaillés).

Une société canadienne **Breakwater Resources Ltd.**, de Toronto, vient de signer une lettre d'intention concernant un investissement de 100 millions de dollars en vue de l'exploitation d'une mine de zinc, confirmant ainsi l'importance de l'ouverture du potentiel minier algérien.

Pour tout renseignement sur le nouveau marché minier très prometteur de l'Algérie, ou sur la façon de le pénétrer, communiquer avec M. Gilles Poirier, conseiller commercial, ambassade du Canada en Algérie, ou avec M. Rachid Benhacine, agent de commerce, tél. : (011-213) 2-91-49-51, téléc. : (011-213) 2-91-47-20, courriel : gilles.f.poirier@dfait-maeci.gc.ca ✪

### CONSULTATION (Suite de la page 10)

Les participants recevront un sommaire des réponses reçues dans tout le pays qui leur fera connaître la position d'autres fournisseurs de services canadiens sur ces enjeux, de même que des suggestions pour résoudre leurs difficultés dans leurs activités d'exportation. Chaque réponse est confidentielle, et seules les données globales seront analysées et diffusées.

Si vous vous êtes déjà inscrit comme exportateur de services dans la base de données WIN Exports du MAECI ou dans le Réseau des entreprises canadiennes d'Industrie Canada, vous recevrez un message électronique vous invitant à participer à la consultation. Si vous exportez des services mais que vous n'êtes pas encore inscrit à l'une ou l'autre base, vous pouvez également répondre aux questions : il suffit d'en faire la demande à l'adresse [gats@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gats@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant « add us » (« nouveau répondant ») en objet.

Si vous désirez des renseignements spécifiques sur les négociations relatives au commerce des services, visitez le site internet Services 2000 du gouvernement du Canada à l'adresse <http://services2000.ic.gc.ca>

N'hésitez pas à participer et à nous aider à faire en sorte que nos négociateurs soient bien équipés pour négocier au nom du Canada! ✪

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



JOHANNESBURG, AFRIQUE DU SUD — 20-23 juin 2000 — **AfricaRail 2000**, conférence et exposition de premier plan du secteur ferroviaire africain, est une manifestation annuelle appuyée notamment par la Southern African Railway Association et l'Union of African Railways.

Cette année, la conférence portera sur les stratégies visant à optimiser l'usage des trains en Afrique, sur le financement des projets ferroviaires, sur la privatisation et les partenariats secteur public-secteur privé, ainsi que sur les technologies et les questions de sécurité.

L'exposition, qui se déroulera parallèlement à la conférence, offrira aux Canadiens l'occasion de rencontrer des acheteurs régionaux et internationaux et de prendre connaissance des nouveaux débouchés

## AfricaRail 2000 — Sur la voie des affaires

dans les marchés publics. Les produits et les services présentés comprennent les rails, les systèmes d'aiguillage, les dispositifs de fixation et les composants connexes, les moteurs diesel et électriques, les lignes ferroviaires électrifiées, le matériel de signalisation et de télécommunications. Seront également présentes les entreprises de génie conseil et les entreprises contractantes dans le secteur ferroviaire.

Pour plus d'information ou pour s'inscrire, communiquer avec les organisateurs, AIC Worldwide, tél.: (011-27-11) 463 2802, téléc.: (011-27-11) 463 6903, courriel : [info@aic-africa.com](mailto:info@aic-africa.com) ou visiter le site internet [www.railexpo.com](http://www.railexpo.com)

Récemment, le bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg a fait mener une enquête sur le secteur ferroviaire de l'Afrique du Sud, laquelle a permis de repérer plusieurs intervenants clés.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Bruce Fraser, agent de commerce, bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg, tél.: (011-27-11) 442 3130, téléc.: (011-27-11) 442 3325, courriel : [bruce.fraser@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bruce.fraser@dfait-maeci.gc.ca)

## UN PAYS DES ANTILLES MET EN VEDETTE LA TECHNOLOGIE, LES PRODUITS ET LES SERVICES CANADIENS

PORT OF SPAIN, TRINITÉ-ET-TOBAGO — 5-6 octobre 2000 — Le salon multisectoriel sur la technologie, les produits et les services canadiens (Canadian Technology, Products and Services Showcase) est organisé le haut-commissariat du Canada à Port of Spain. Les entreprises canadiennes pourront présenter leurs technologies, leurs produits et leurs services à ce salon consacré au Canada et elles auront l'occasion de se faire connaître sur un marché important, de conclure des ventes et de nouer des relations d'affaires avec des partenaires des Antilles. Le haut-commissariat invitera également des décideurs ainsi que des acheteurs du gouvernement et du secteur privé à visiter le salon.

Votre entreprise pourrait obtenir une aide financière au titre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en vue de se faire rembourser certaines dépenses : les demandeurs admissibles peuvent recouvrer jusqu'à 50 % de leurs frais de déplacement et des coûts de location d'espace ou d'un stand. Informez-

vous auprès du Centre du commerce international de votre région.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Robert Grison, Canadian Export Development, tél.: (613) 825-9916, téléc.: (613) 825-7108, courriel : [ccd@sympatico.ca](mailto:ccd@sympatico.ca) (La société Canadian Export Development se spécialise dans l'organisation de foires commerciales internationales.)

Les deux îles qui forment la Trinité-et-Tobago représentent un marché de 1,3 million de consommateurs. Ce pays dynamique possède des réserves de pétrole et de gaz naturel. Son économie est la plus industrialisée et la plus diversifiée de la région, car elle compte tant des industries lourdes comme le pétrole et le gaz que d'autres secteurs comme les industries légères, l'agriculture, le tourisme et les services.

Grâce à la libéralisation des échanges et à l'adhésion possible de la Trinité-et-Tobago à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), à la Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA) et au MERCOSUR, ce pays pourrait devenir un carrefour commercial dans les Antilles et une porte d'entrée vers les Amériques.

L'investissement canadien en Trinité-et-Tobago, estimé à plus de 1,5 milliard de dollars américains, se concentre dans les secteurs suivants : pétrochimie, banques, technologie de l'environnement et industries légères.

Le gouvernement de la Trinité-et-Tobago achète aussi des services canadiens (par exemple, des services d'expert-conseil) dans les secteurs de l'éducation et de la santé. Il existe en outre des possibilités de coentreprise dans la fabrication et des débouchés pour les produits canadiens dans tous les secteurs de l'économie trinitadienne.

Pour plus de renseignements sur les débouchés à la Trinité-et-Tobago, joindre M. Ramesh Tiwari, agent de commerce, haut-commissariat du Canada à Port of Spain, tél.: (868) 622-6232, téléc.: (868) 628-2576, courriel : [ramesh.tiwari@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ramesh.tiwari@dfait-maeci.gc.ca)

Une petite mission regroupant plusieurs entreprises canadiennes devrait se rendre en Guyana après le salon. Pour tout renseignement sur cette mission et pour confirmer votre participation, communiquer avec M<sup>me</sup> Lyris Promo, agente commerciale, haut-commissariat du Canada à Georgetown, tél.: (011-592-2) 72081, téléc.: (011-592-2) 58380, courriel : [lyris.primo@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lyris.primo@dfait-maeci.gc.ca)

## Mission NEXOS AU R.-U. Pleins feux sur le marché du pétrole et du gaz de la Russie

LONDRES - ROYAUME-UNI — 11 et 12 septembre — Le haut-commissariat du Canada à Londres organise une mission NEXOS (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) sur le recyclage au Royaume-Uni. Le secteur du recyclage et de la gestion des déchets du Royaume-Uni devrait croître de 27 % au cours des quatre prochaines années, pour atteindre près de 10 milliards de dollars. Le rapport intitulé *Marché des produits et services environnementaux — Royaume-Uni*, disponible à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) contient de l'information sur les débouchés de ce secteur.

Une visite de l'exposition « Recycling and Waste Management Exhibition », la plus grande foire de ce type au Royaume-Uni, est aussi prévue, ainsi qu'une journée d'orientation au haut-commissariat.

Pour tout renseignement ou pour s'inscrire, joindre M<sup>me</sup> Deanne Rouke au haut-commissariat, tél. : (011-44-20) 7258 6619, téléc. : (011-44-20) 7258 6384, courriel : [deanne.rouke@dfait-maeci.gc.ca](mailto:deanne.rouke@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.rwmexhibition.co.uk](http://www.rwmexhibition.co.uk)

CALGARY — 15 juin — « Le secteur du pétrole et du gaz de la Russie à l'aube du nouveau millénaire », une journée au World Petroleum Congress et à la National Petroleum Show 2000, à Calgary le 15 juin prochain, est un événement à inscrire dès maintenant dans votre agenda...

Plusieurs hauts dirigeants canadiens chevronnés vous parleront de leur expérience personnelle sur le marché russe, tandis que des cadres supérieurs de sociétés russes vous présenteront le marché du pétrole et du gaz de leur pays ainsi que son réseau de pipeline. Le sous-ministre russe des Combustibles et de l'Énergie viendra vous rencontrer, et il y aura également des experts pour vous aider à démarrer, dans tous les domaines : le financement (notamment la SEE), les aspects juridiques, l'homologation des équipements, les licences, le transport... Comme vous le voyez, c'est une occasion à ne pas manquer!

Pour de plus amples renseignements sur cette manifestation commanditée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, joindre la Canadian Eurasia Energy & Industry Alliance (CEEIA), tél. : (403) 218-4822, téléc. : (403) 218-8727, courriel : [iva@ceeia.org](mailto:iva@ceeia.org) internet : [www.ceeia.org](http://www.ceeia.org)

## MIAMI 2000

MIAMI — 29 et 30 août 2000 — Le consulat général du Canada à Miami est l'hôte du salon 2000 Canadian Food, Fisheries and Beverage (Alimentation, produits de la pêche et boissons canadiens 2000), qui est le seul salon entièrement consacré aux entreprises canadiennes à avoir lieu dans le sud de la Floride — une porte d'entrée de choix vers les Caraïbes. Cet événement offrira aux exposants une occasion exceptionnelle d'établir des contacts avec de nombreux acheteurs représentant des courtiers ou des distributeurs, des importateurs et des exportateurs, des exploitants de bateaux de croisière, des hôtels et des centres de villégiature, des restaurants et des traiteurs, des grossistes, des chaînes d'épicerie et des hôpitaux du sud de la Floride, des Caraïbes ainsi que de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, joindre M. Normand Villeneuve, consul et délégué commercial, consulat du Canada à Miami; tél. : (305) 579-1600, téléc. : (305) 374-6774, courriel : [miami-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:miami-td@dfait-maeci.gc.ca)

## Grand salon de l'alimentation en Chine

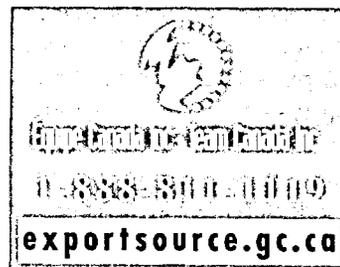
GUANGZHOU, CHINE — 26-28 septembre 2000 — Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et le consulat général du Canada à Guangzhou, dans la province de Guangdong, vous invitent à vous joindre au pavillon national du Canada à l'occasion de la Foire de l'alimentation et de l'hôtellerie du sud de la Chine 2000 (Food & Hotel South China 2000). Il s'agit du premier salon professionnel international du secteur alimentaire et hôtelier dans la région (un marché estimé à 62 milliards de dollars américains).

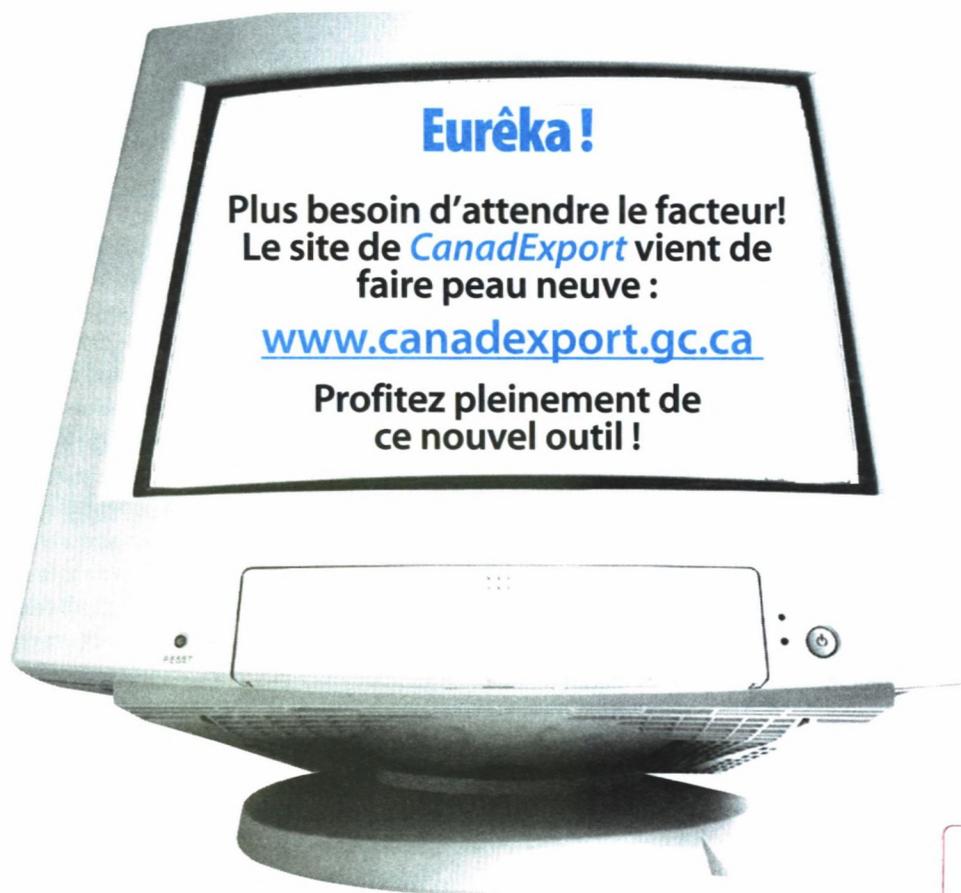
Le marché auquel sont destinés les produits alimentaires occidentaux en Chine représente le sixième de la population du pays, soit 200 millions de personnes. La ville de Guangzhou se trouve au cœur d'une région dont l'économie est la plus dynamique de Chine, le delta de la rivière des Perles. Située tout près de Hong Kong, cette région affiche le produit national brut

(PNB) par habitant le plus élevé de Chine, à l'instar de ses deux grands centres urbains, Shenzhen et Guangzhou.

C'est dans la province de Guangdong que l'on trouve le secteur du commerce de détail le plus développé du pays. Les supermarchés étrangers tels que Jusco, Sam's Club, Makro et Walmart y sont implantés depuis 1996. De nouveaux supermarchés sont inaugurés presque toutes les semaines dans le sud de la Chine.

Pour plus d'information sur la foire ou pour s'y inscrire, communiquer avec M<sup>me</sup> Maria Lo, agente du développement des marchés internationaux, AAC, tél. : (613) 759-7729, téléc. : (613) 759-7506, courriel : [lom@em.agr.ca](mailto:lom@em.agr.ca) ou avec M. Minster Li, agent commercial, consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : (011-86-20) 8666-0569, téléc. : (011-86-20) 8667-2401, courriel : [minster.li@dfait-maeci.gc.ca](mailto:minster.li@dfait-maeci.gc.ca)





## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
 CanadExport  
 2750, chemin Sheffield,  
 porte 1  
 Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
 Numéro de convention 145303





**DANS CE NUMÉRO**

- 2 Équipe Canada : exemple de réussite
- 3 Visite ministérielle : tour du Canada
- 4 Le marché de l'électricité en Inde
- 6 Carrefour États-Unis
- 8 Les technologies de l'éducation en Chine et à Hong Kong
- 9 L'agro-alimentaire en Europe
- 10 Investissement transfrontière
- 11 Forum international des femmes
- 12 L'électronique au Mexique
- 13 Occasions d'affaires
- 14 Foires et missions commerciales
- 16 [www.infoexport.gc.ca/canadexport/](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport/)



Vol. 18, N° 11 –  
15 juin 2000

**PLEINS FEUX SUR L'EUROPE ET  
L'UNION EUROPÉENNE**  
(Voir l'encart)

# Attachez vos ceintures! Mission commerciale en Russie

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
**OTTAWA**

JUIN 14 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

**L**e ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, invite les entreprises canadiennes à se joindre à lui et à la mission commerciale qui se rendra, du 28 au 30 juin 2000, à Moscou et à Saint-Petersbourg, en Russie.

« Le moment est bien choisi de jeter un regard neuf sur la Russie, a déclaré le Ministre. Le pays vit à l'heure de la reprise économique et montre un potentiel de croissance sans pareil. Ce voyage représente une occasion unique de faire connaître au nouveau gouvernement de ce pays les entreprises canadiennes et de faire la promotion de leurs produits, services et techniques dans des secteurs cruciaux comme le logement, l'agriculture,

l'énergie et le carburant, les mines, l'aviation et les télécommunications. » (Pour tout renseignement sur les marchés, voir le Supplément ci-joint.)

Au moment où la mission commerciale amorcera son voyage en Russie, se tiendra à Moscou la quatrième réunion de la Commission économique intergouvernementale Canada-Russie (CEI), prévue pour le 29 juin. Cette réunion annuelle constitue une tribune bilatérale privilégiée que dirige le secteur privé et qui vise d'une part à stimuler les relations commerciales et économiques, l'investissement et le transfert de technologies entre les deux pays, et d'autre part l'élimination des obstacles qui gênent l'expansion du commerce et de l'investissement.

Voir page 9 – Mission

## Le Maroc attire les Canadiens



Les membres de la mission canadienne au Maroc avaient été accueillis, entre autres, par M. Léopold Battel, conseiller commercial de l'ambassade du Canada à Rabat (1<sup>er</sup> rang, 1<sup>er</sup> à partir de la gauche). Pour une liste complète des membres de la mission, communiquer avec M<sup>me</sup> Denise Cadieux, Forum Francophone des Affaires, tél. : (514) 849-4572.

« **L'**Asie-Pacifique... exige beaucoup de temps, d'argent et une perspective à long terme. Il faut aussi comprendre qu'il faut investir temps et argent. »

Ces sages paroles viennent d'un homme d'expérience, M. Kevin Diebold, président de la société Whiponic Wellputer Ltd., des Territoires du Nord-Ouest. M. Diebold, qui

provinces nous aident beaucoup à long terme en ouvrant des portes sur le plan politique plus général », affirme M. Diebold, dont la société, créée il y a 19 ans, génère des revenus de plus de 3 millions de dollars.

Mais les avantages qu'offre une mission sont doubles, indique M. Diebold : « Il ne fait aucun doute que la mission est une bonne occasion d'explorer des marchés, mais aussi d'établir des contacts avec

Chine à plusieurs reprises pour y étudier le volet résidentiel du marché de la construction, et pour chercher des débouchés pour des produits manufacturés. J'aime apporter les techniques nordiques et les techniques de construction spécialisées à la Chine. Peu d'entreprises canadiennes sont présentes en Chine, ce qui signifie que la concurrence est moins forte. À mes yeux, la Chine est intéressante pour l'expansion de Whiponic Wellputer et pour assurer sa croissance. J'aime également les défis que présente le marché. »

Puisque la Chine doit bientôt rejoindre les rangs de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), la patience dont a fait preuve M. Diebold en Asie-Pacifique lui sera certainement très profitable. Retournera-t-il en Chine avec la prochaine mission d'Équipe Canada à Shanghai, Beijing et Hong Kong? « J'aimerais vraiment y aller, pour assurer le suivi de mes relations d'affaires en Chine », répond-il sans hésitation.

Voir page 7 - Whiponic

## Participation aux missions d'Équipe Canada



# Les Territoires, oui!

a participé successivement à la mission 1997 d'Équipe Canada en Asie-Pacifique (Corée, Malaisie et Thaïlande), au Forum et à l'Exposition de l'APEC de 1997 à l'intention des petites et moyennes entreprises, et à la mission 1998 des Territoires du Nord-Ouest en Chine, s'intéresse à la prochaine mission d'Équipe Canada.

Des gestionnaires internationaux de longue date vous diront, comme M. Diebold, que les gens d'affaires asiatiques, contrairement à leurs homologues occidentaux, mettent l'accent sur les relations à long terme. La confiance et la fiabilité à long terme sont donc les clés de la réussite. Et cela est particulièrement vrai dans un secteur axé sur le long terme et la durabilité comme celui de la construction résidentielle et commerciale.

### Équipe Canada : une expérience très utile

« Une mission d'Équipe Canada aide les entreprises de nombreuses façons. Tout d'abord, elle nous aide tout simplement grâce à l'abondance d'informations qu'elle nous communique au sujet de fournisseurs, de distributeurs, de concurrents éventuels, des clients, du marché, de l'économie, des obstacles à surmonter, etc. Ensuite, elle nous aide à établir un contact et à rencontrer effectivement des personnes qui revêtent un intérêt pour nous. Elle nous aide à localiser les entreprises qui nous conviennent. Enfin et surtout, les premiers ministres des

d'autres entrepreneurs canadiens. On obtient ainsi le point de vue d'un initié sur la façon dont se font les affaires et cela peut nous aider beaucoup ici et à l'étranger. On peut ainsi identifier les partenaires dans les secteurs du pétrole et du gaz et de la construction résidentielle. On peut aussi en apprendre beaucoup sur les aspects économiques et sur les possibilités commerciales d'une région. »

Au cours de la mission de 1997 en Asie-Pacifique, par exemple, la société Whiponic a signé trois contrats canadiens lors d'escales dans des villes de Corée, de Malaisie et de Thaïlande. Un contrat concernait l'installation d'une unité de purification de l'eau pour une entreprise albertaine, un autre avait trait à la fourniture de matériel de construction électrique et mécanique à un constructeur de maisons de la Colombie-Britannique, et le troisième visait l'entretien d'un immeuble commercial en Alberta.

En même temps, les marchés étrangers sont là; il faut les explorer et les analyser. « L'étude et la reconnaissance d'un marché constituent la principale préoccupation dans le cadre d'une mission, explique M. Diebold. J'essaie de nouer des relations pour l'avenir et d'établir le contact avec des entreprises canadiennes en Chine. »

### La Chine : comme une semence plantée tôt

M. Diebold estime que la Chine est un marché très attrayant. « Je me suis rendu en

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction : Patrick Marleau

Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000

Tél. : (613) 996-2225

Téléfax : (613) 992-5791

Courriel : [canadexport@dfait-maec.gc.ca](mailto:canadexport@dfait-maec.gc.ca)

Internet :

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

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consultez internet de *CanadExport*. Pour un changement, l'étiquette avec le code six semaines de délai.

Expédier à :  
*CanadExport* (BCS),  
Ministère des Affaires  
du Commerce international  
125, promenade Suss  
K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

**L**e ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a terminé la deuxième étape de sa tournée canadienne de sensibilisation en visitant Québec et St. John's (Terre-Neuve) les 23 et 24 mai derniers.

Le Ministre était accompagné du sous-ministre adjoint, Développement du

## Visite ministérielle : deuxième étape Tour du Canada

commerce international, et délégué commercial en chef, M. John Gero, et du directeur général, Programmes et Services à l'étranger, M. Roger Ferland, et des délégués commerciaux des consulats généraux du Canada à Atlanta, à Boston, à Dallas, à Détroit et à New York, qui ont pris part à des colloques pour exportateurs ayant pour objet les États-Unis.

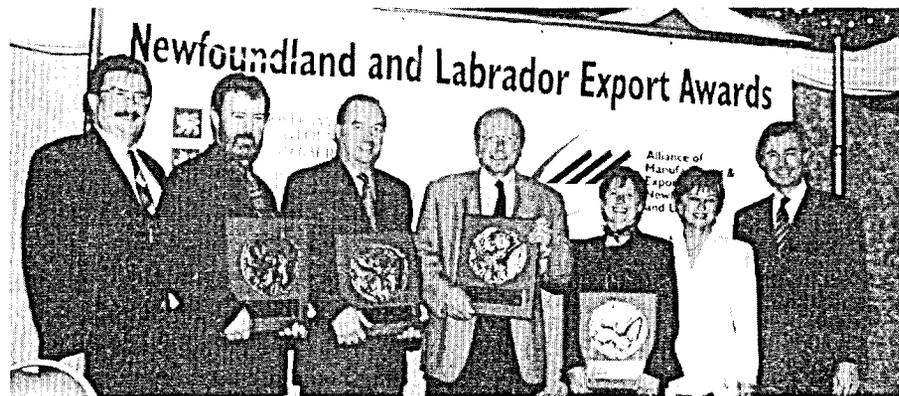
Dans chaque ville, le Ministre a sensibilisé la population en général aux avantages du commerce extérieur pour la région et a indiqué au monde des affaires de quelle manière le gouvernement fédéral et le Service des délégués commerciaux en particulier pouvaient aider les exportateurs. Il a aussi invité les entreprises à participer aux missions commerciales du Canada au cours de l'année (voir l'article dans le numéro de *CanadExport* du 15 mai).



Le ministre Pettigrew fait l'essai d'un appareil d'exercice interactif lors de sa visite des installations de Xystos Média Network/Aerobic Technologies Inc., à Québec, sous les regards du président de Xystos, M. Nat Findlay.

À l'occasion d'une visite des installations de la société Xystos Média Network/Aerobic Technologies Inc., le Ministre a annoncé la signature d'un contrat d'une valeur de plus de 69 millions de dollars avec Fitness Holdings Worldwide (FHW) pour l'installation de 15 000 terminaux interactifs à écran tactile sur les appareils d'exercice répartis

dans plus de 400 clubs de santé FHW dans le monde. Grâce à ces terminaux, les utilisateurs des appareils d'exercice auront accès à l'internet, au courrier électronique, à la télévision et à d'autres sources de divertissement tout en faisant leurs exercices.



Présentation du 16<sup>e</sup> Prix d'excellence à l'exportation de Terre-Neuve et du Labrador (de gauche à droite) : M. Lorne Janes, président de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs; M. Terry Crane, président de C & W Industrial Fabrication and Marine Equipment Ltd. de Bay Bulls; M. Clarence Dwyer, président de SEA Systems Ltd. de St. John's; M. Richard Fuchs, président de FUTUREWORKS Inc. de Torbay; M<sup>me</sup> Iris G. Petten, vice-présidente de Grand Atlantic Seafoods de St. John's; M<sup>me</sup> Sandra C. Kelly, ministre de Terre-Neuve et du Labrador; et le ministre Pierre Pettigrew.

« Je suis convaincu que l'avenir du Canada dépend dans une large mesure de sociétés comme Xystos Media Research/Aerobic Technologies Inc., qui misent sur les compétences reconnues de notre main-d'œuvre pour rivaliser avec les meilleures entreprises au monde, » a déclaré le Ministre.

Le colloque et le déjeuner à Québec étaient organisés conjointement par Développement économique Canada et le Centre de commerce international de l'Est du Québec (CCIEQ), tandis que les activités à St. John's étaient organisées conjointement par l'Alliance des manu-

facturiers et des exportateurs (Terre-Neuve et Labrador) et le gouvernement de Terre-Neuve et du Labrador.

Lors d'une visite des locaux de



M. Pettigrew s'entretient avec le président de ZeddComm Inc., M. Emad Rizkalla, dans les locaux de la société de St. John's.

ZeddComm Inc. à St. John's, l'une des sociétés de TI les plus prospères au pays, le Ministre a annoncé la signature d'un

contrat avec Cisco Systems, de San Jose (Californie), pour la refonte du programme de formation de la société destiné aux ingénieurs en logiciel et aux programmeurs. M. Pettigrew a félicité par ailleurs ZeddComm pour avoir contribué à ramener à St. John's de nombreux jeunes Terre-Neuviens qui avaient émigré dans d'autres pays, dont les États-Unis.

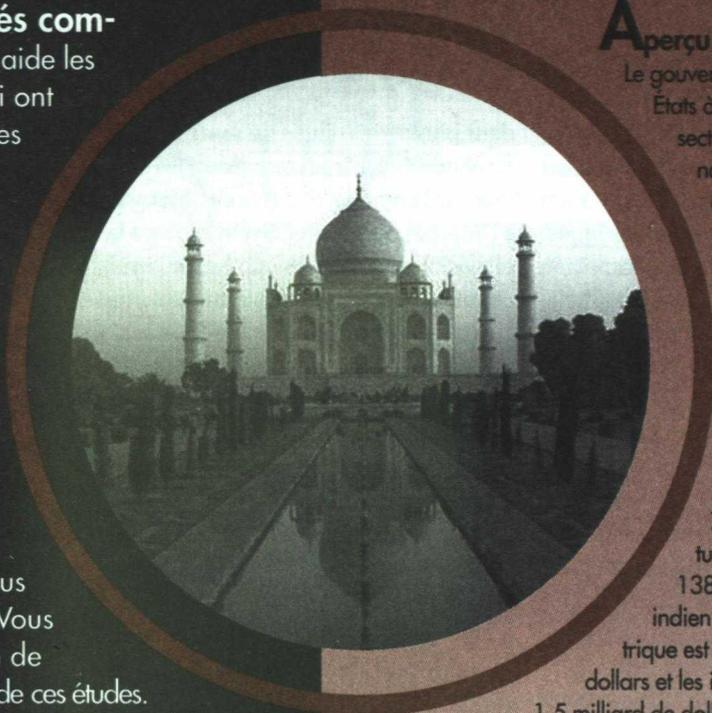
Plus tard ce même jour, le Ministre était l'invité de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs pour dévoiler, en compagnie de la ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de la

Voir page 11 - Visite

# INDE — Le marché

**Le Service des délégués commerciaux du Canada** aide les entreprises canadiennes qui ont choisi et ciblé un marché. Les entreprises qui réussissent sont celles qui se concentrent sur un marché à la fois, ne s'attaquant au deuxième qu'après avoir réussi sur le premier. Pour vous aider à choisir le marché le plus prometteur, le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux a préparé à votre intention plus de 600 études de marché. Vous trouverez dans cette section de *CanadExport* un aperçu d'une de ces études.

**Pour plus de renseignements** sur l'étude ci-contre ou sur d'autres études, ou pour savoir comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider à réussir sur les marchés internationaux, rendez-vous au site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



## Aperçu

Le gouvernement de l'Inde encourage les États à apporter de vastes réformes dans le secteur de l'électricité. Un programme national de restructuration est aussi en cours. Ces mesures ont pour but d'accroître la capacité totale de production d'électricité de l'Inde qui est actuellement inférieure d'environ 30 % à la demande. L'ajout de plus de 56 700 MW en nouvelles capacités est prévu pour le neuvième plan quinquennal (1997-2002) et le secteur privé devrait construire jusqu'à 70 % de ces nouvelles infrastructures, soit un investissement évalué à 138 milliards de dollars. Le marché indien d'équipement de production électrique est évalué à environ 7,5 milliards de dollars et les importations représentent près de 1,5 milliard de dollars. En outre, il y a un marché important de services connexes. Les entreprises canadiennes trouveront de nombreux débouchés.

## Débouchés

Il y a de nombreuses possibilités de conclure des accords de coentreprise et de transfert de technologie en vue de fournir des biens et des services pour les nouveaux projets de production d'électricité et pour

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

*Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie du matériel et des services d'énergie électrique en Asie-Pacifique*





Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Le marché de l'électricité

remise en état et la modernisation des centrales. La contribution à la construction de centrales de production intégrée et de petites centrales hydroélectriques est un autre marché prometteur.

tinu à haute tension/très haute tension (CCHT/THT), conception et construction de lignes de 400 et 800 kV, transformateurs et condensateurs à usage modéré ou intensif, fils et câbles spécialisés;

La création d'une coentreprise est préférable lorsqu'une entreprise canadienne transfère des technologies ou établit une usine de production locale dans le cadre d'un projet à long terme.

Par suite des transformations récentes du régime indien des droits de douane, tout équipement importé dans le cadre d'un projet de production d'électricité est soumis à des droits maximums de 5 %, tandis que les projets de mégacentrales sont exonérés de droits de douane.

## Production d'électricité en Inde

Source	Capacité totale installée actuellement (MW)
Hydroélectrique	22 438,48
Thermique	67 617,46
Nucléaire	2 225
Éolienne	968,12
Total	93 249,06

Les ministères, organismes gouvernementaux et promoteurs privés ont besoin de services d'experts-conseils pour divers aspects de l'établissement d'un nouveau réseau électrique national et l'amélioration de l'efficacité des réseaux existants de transport et de distribution d'électricité. Les nouveaux venus dans le secteur de l'électricité auront aussi besoin de services d'experts-conseils pour les études de faisabilité, la conception et la construction, la sélection et l'approvisionnement des équipements, l'établissement de réseaux de distribution, l'analyse des coûts, la gestion et la normalisation des produits et des équipements.

Les entreprises canadiennes ont un avantage concurrentiel dans les domaines suivants :

- remise en état et modernisation de centrales alimentées au charbon;
- sources d'énergie non classiques, comme l'énergie éolienne, solaire ou marémotrice;
- équipements et services de transmission pour les lignes courant con-

- systèmes d'acquisition et de contrôle des données (SCADA);
- programmes de gestion axés sur la demande et systèmes de mesure, technologies de conservation et d'efficacité énergétiques;
- technologies et équipements environnementaux liés à l'électricité.

## Accès au marché

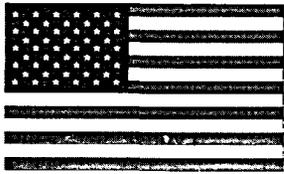
Dans le cadre du processus de réforme, le gouvernement indien a annoncé l'organisation d'appels d'offres pour des contrats dans le secteur de l'électricité par le biais d'un processus ouvert de soumissions concurrentielles.

Les entreprises canadiennes seraient bien avisées de faire appel à un agent ou à un représentant en Inde pour les aider avec la réglementation qui régit les phases qui précèdent et qui suivent l'appel d'offres.



## Cela vous intéresse ?

Pour en savoir davantage sur les débouchés particuliers et le milieu concurrentiel, lisez la version intégrale du rapport intitulé *Le marché de l'électricité en Inde* préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du Canada. Ce rapport expose des stratégies de pénétration du marché et contient une liste d'activités promotionnelles, des principaux contacts, de services de soutien et de sites Web utiles. Ce rapport se trouve à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

*Visite ministérielle à Buffalo*

## Niagara International Trade Council

**L**e 10 mai dernier, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew a prononcé à Buffalo un discours-programme à l'occasion du dîner du *Niagara International Trade Council*, qui avait lieu dans le cadre de la **Semaine du commerce international 2000**, principale manifestation du domaine du commerce international dans l'ouest de l'État de New York.

Le ministre a suscité des applaudissements nourris quand il a parlé de l'importance des relations canado-américaines dans la région binationale de Niagara, de l'article 110 de l'*Illegal Immigration Reform and Immigrant Responsibility Act* de 1996 (loi américaine), et du Peace Bridge, donnant à penser que sa visite est venue à point nommé pour renforcer les liens qui unissent cette communauté binationale.

En fait, le programme de cette année a attiré à Buffalo la plus forte participation régionale canadienne jamais vue, y compris un certain nombre de représentants de 15 entreprises ontariennes participant à un programme NEEF (Nouveaux exportateurs aux États frontaliers) de deux jours. Depuis l'adoption du NEEF par le consulat

général à Buffalo en 1984, plus de 12 000 entreprises ont bénéficié de ce programme national, dont plus de 4 300 ont été initiées à l'exportation par le service commercial du consulat à Buffalo.

Chaque année depuis 1994, le consulat souligne les efforts exceptionnels d'un résident de l'ouest de l'État de New York relativement au renforcement des relations canado-américaines en lui décernant le Prix de l'ambassadeur du Canada aux États-Unis. Cette année, le prix a été remis, dans le cadre du dîner de la **Semaine du commerce international 2000**, à M. James Sachs, CPA, qui fait partie du conseil de direction de la firme Freed Maxick Sachs & Murphy. Parmi ses nombreux titres de distinction, M. Sachs a été un présentateur à l'occasion de toutes les séances du NEEF à Buffalo depuis la création du programme.

Un autre prix décerné par le Canada à l'occasion du dîner de la **Semaine du commerce international 2000** est la bourse d'études John R. Oishei Fulbright, accordée à un étudiant de la région de Buffalo pour des études au Canada. Il s'agit de la seule bourse entièrement accordée par la bourse d'études Fulbright.

Cette année, la bourse, présentée par M. Victor Konrad, directeur général de l'Association canado-américaine Fulbright, a été accordée à M. Shane Walton, étudiant en sciences politiques de l'Université Alfred, qui étudiera l'année prochaine à l'Université McMaster.

Pendant toute la soirée, on pouvait visiter un site internet sur les questions frontalières, créé conjointement par l'Université de Toronto et SUNY à Buffalo.

Conçu dans le processus de planification des rencontres d'avril 2000 du Programme de partenariat Canada-États-Unis (Canada-U.S. Partnership — CUSP) qui ont eu lieu à Niagara et à Buffalo, ce site transfrontalier ([www.fis.utoronto.ca/webtest/cusp](http://www.fis.utoronto.ca/webtest/cusp)) est considéré comme le principal organe d'archivage de documents



De gauche à droite : M. Victor Konrad, directeur général de l'Association canado-américaine Fulbright; M. Shane Walton, boursier Fulbright; le ministre Pettigrew; et le consul général du Canada à Buffalo, M. Mark Romoff.

et de renseignements sur les affaires frontalières, et comme un important outil de communication pour le dialogue frontalier.

Le consulat général a saisi l'occasion de la visite du ministre Pettigrew à Buffalo pour lancer officiellement les célébrations de son trentième anniversaire. Il s'agit

*Voir page 11 – Niagara*

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

## L'exposition AHR Expo 2001

ATLANTA, GÉORGIE — 29-31 janvier 2001 — Dans le domaine des systèmes de chauffage, ventilation, climatisation et réfrigération, la région d'Atlanta fait partie de celles où se traitent le plus grand nombre d'affaires. Selon la société Cahners Business Information, l'exposition AHR Expo 2001 s'est imposée, ces sept dernières années, sur l'ensemble du marché

américain de la construction résidentielle. Ce sera l'occasion où jamais pour les exposants de rencontrer les acheteurs éventuels de cette région, soit plus de 25 000 visiteurs, dont 88 % ne se rendent à aucune autre exposition.

La participation à AHR Expo 2001 dans le cadre du kiosque canadien permettra à des milliers d'acheteurs de systèmes de

chauffage, de ventilation, de climatisation et de réfrigération à qui vos produits sont inconnus, de voir comment vous pouvez leur permettre de réaliser des économies, d'augmenter leur efficacité et d'accroître leur rentabilité.

AHR Expo 2001 attire un important public international. Plus de 5 000 visiteurs venus du monde entier et représentant plus de 115 pays ont assisté à l'exposition d'Atlanta en 1996.

Pour plus de renseignements concernant la réservation d'espace sur le kiosque canadien, communiquer avec M<sup>me</sup> Monique Deschamps, Kadoke Exhibition Services, tél.:(613) 241-4088, téléc.:(613) 241-2663, courriel : Monique.D@kadoke.com

Pour tout renseignement sur le marché local, communiquer avec M. John Alexander, délégué commercial, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2000, téléc. : (404) 532-2050, courriel : john.alexander@dfait-maeci.gc.ca ✪

## Mission EXTUS lancée en quincaillerie

Votre entreprise canadienne de quincaillerie cherche-t-elle à s'implanter sur le marché américain?

Avez-vous besoin de renseignements supplémentaires pour prendre une décision au sujet de votre stratégie d'entrée sur le marché?

Aimeriez-vous avoir l'avis de spécialistes dans le cadre d'une tribune éducationnelle et vous rendre à la plus importante exposition de quincaillerie et de produits de construction aux États-Unis?

Si tel est le cas, le consulat général du Canada à Chicago vous invite à participer à une mission EXTUS (autrefois NEEF Plus)

destinée aux exportateurs vers les États frontaliers, qui se tiendra à Chicago, dans l'Illinois, le 12 août 2000. Cette mission comportera un volet éducationnel offert par des spécialistes, ainsi qu'une visite de l'exposition nationale de quincaillerie et de produits de construction (du 13 au 16 août). L'événement comptera plus de 1 500 exposants, et plus de 100 000 acheteurs américains et internationaux y sont attendus.

Pour plus de renseignements ou pour vous inscrire, communiquer avec M<sup>me</sup> Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 616-1870 poste 3357, téléc. : (312) 616-1878, courriel : ann.rosen@dfait.maeci.gc.ca ✪

## Rectificatif!!

Dans la livraison du 11 mai 2000, à la page 6, l'adresse du site internet du consulat général du Canada à Seattle devrait se lire : [www.canada-seattle.org/BUSDEV/CONTENTS.HTM](http://www.canada-seattle.org/BUSDEV/CONTENTS.HTM) ✪

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA au site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadecanada.org](http://www.ambassadecanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

## Whiponic Wellputer Ltd.

(Suite de la page 2)

Des conseils?

« Selon mon expérience, il est beaucoup plus facile d'établir des contacts dans le cadre d'une mission commerciale. Cela prend du temps cependant. Soyez disposés à dépenser de l'argent et à adapter vos attentes et vos objectifs pour les rendre raisonnables. Les premiers ministres provinciaux aident beaucoup sur le plan politique, mais n'allez pas en Chine sans être prêts! Faites vos devoirs, étudiez l'industrie, y compris les clients, et les concurrents. Faites attention au protocole.

Gardez un esprit ouvert à l'égard des clients étrangers et de leurs besoins. J'estime qu'une première mission en Asie devrait être axée sur la façon de tenir une conversation, de communiquer et de repérer les possibilités dans un autre contexte commercial... à moins que vous n'y alliez que pour les cérémonies de signature.»

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Kevin Diebold, président de Whiponic Wellputer, Ltd., tél. : (867) 587-2389, téléc. : (867) 587-2821, courriel : [kdiebold@netcom.ca](mailto:kdiebold@netcom.ca) ✪

**C**omme la Chine est en train de se transformer en une économie de marché et cherche à maintenir un rythme de croissance économique soutenu, elle met en œuvre des politiques qui créent une demande de main-d'œuvre qualifiée et, par conséquent, des débouchés dans le secteur des technologies de l'éducation. Le système d'éducation fait lui-même l'objet de transformations visant à rendre les diplômés capables de répondre aux

sorte que le nombre d'utilisateurs de l'internet en Chine dépassera celui aux États-Unis en l'an 2005.

Les sites internet à vocation éducative prolifèrent et se font une concurrence acharnée. Le ministère chinois de l'Éducation avance prudemment dans ce dossier, tandis que les entreprises ne tardent pas à se positionner dans un marché qui s'annonce lucratif, celui des services d'éducation à distance et en ligne.

de formation; il a déterminé que son secteur TI hautement développé constituait un instrument important pour soutenir et exécuter des projets d'éducation au pays et à l'étranger. Une étude récente du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) révèle qu'environ 125 entreprises canadiennes œuvrent déjà sur le marché de l'éducation et de la formation.

Toutefois, les entrepreneurs ne doivent pas voir le marché de la Chine comme une entité homogène. Les besoins peuvent varier d'un endroit à l'autre. La Chine a un système d'éducation très fragmenté en raison de la taille et de la diversité de sa population. Comme les conditions et les besoins varient d'une région à l'autre, il faut envisager la Chine comme un ensemble de vastes marchés régionaux, avec des caractéristiques et des débouchés propres à chacun.

Le gouvernement de la région autonome de Hong Kong a pour objectif lui aussi d'accroître la qualité de l'éducation en passant d'une méthode d'apprentissage fondée essentiellement sur le manuel scolaire et le cours magistral à une méthode plus interactive axée sur l'apprenant. L'utilisation accrue des TI dans l'enseignement et l'apprentissage fait partie intégrante de ce processus. En outre, le gouvernement encourage les adultes qui travaillent d'accroître leurs connaissances et de se perfectionner grâce à l'éducation permanente.

Dans toute analyse de débouchés commerciaux en Chine et à Hong Kong, il faut évaluer avec soin le potentiel de marché pour un produit particulier, en prenant conscience que la réussite commerciale sur ce marché pourra exiger un engagement à long terme et peut-être même une présence physique en Chine afin d'établir une relation de confiance avec les clients éventuels. Les produits et services offerts doivent tenir compte des conditions sociales, politiques, économiques et culturelles du milieu.

**Pour plus de renseignements,** communiquer avec M<sup>me</sup> Mary Lou Doyle, agente politique, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél.: (613) 944-1652, téléc.: (613) 943-1068, courriel: [mary-lou.doyle@dfait-maeci.gc.ca](mailto:mary-lou.doyle@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Débouchés

# Les technologies de l'éducation en Chine et à Hong Kong



*impératifs économiques actuels et futurs de la Chine. La Loi sur l'éducation de la République populaire de Chine encourage une plus grande diffusion des méthodes d'enseignement modernes dans les écoles et les autres établissements d'enseignement.*

Pendant que se développe la technologie des réseaux informatiques, il existe un intérêt particulier pour l'apprentissage interactif et ses applications concrètes : formation (ponctuelle ou continue) pour les enseignants du primaire et du secondaire, création d'un environnement d'apprentissage propice à l'innovation et à la créativité au moyen de la technologie de l'information (TI), et concentration sur l'acquisition continue du savoir.

### Utilisation accrue de l'internet

De plus en plus d'écoles sont branchées à l'ordinateur et à l'internet. L'utilisation de l'internet s'étend à un rythme extraordinaire en Chine : selon les estimations de janvier 2000 du ministère chinois des Statistiques de l'Information, 8,9 millions d'utilisateurs en décembre 1999, soit une hausse de 270 % en un an. On prévoit que ce taux de croissance se maintiendra, de

Par ailleurs, le marché des logiciels d'enseignement connaît une croissance rapide, étant donné que les parents (et souvent les grands-parents) font tout ce qui est en leur pouvoir pour accroître les chances de leur enfant d'accéder à l'université. Toutefois, les entreprises qui lorgnent vers le marché chinois doivent considérer sérieusement les questions de propriété intellectuelle et de droit d'auteur.

Les établissements d'enseignement de la Chine cherchent de plus en plus à établir des liens avec l'industrie. On conçoit des programmes d'études orientés vers le marché en vue de former des personnes qui possèdent des compétences en gestion des entreprises, en gestion économique, en commerce et en finance. Le nombre des écoles de métiers est en hausse, conséquence de la demande accrue de main-d'œuvre qualifiée.

### Compétences canadiennes

Le Canada est dans une position favorable pour exploiter les débouchés qu'offre la Chine dans le domaine des technologies de l'éducation. Le Canada est reconnu mondialement pour l'excellence de son système d'éducation et de ses programmes

**C**e deuxième supplément de CanadExport consacré à l'Europe porte sur les débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans certains pays européens, notamment la Russie, la Bulgarie, les États baltes et l'Allemagne. Il examine aussi le processus d'élargissement de l'Union européenne et son impact potentiel sur le commerce et l'investissement canadiens. Le supplément conclut avec un rapport spécial sur l'industrie aérospatiale européenne qui a le vent dans les voiles.

# Russie

## Message de l'ambassadeur

Chers lecteurs,

Je désire profiter de l'occasion qui m'est offerte pour vous faire part de mon point de vue au sujet du commerce avec la Russie. Si nous nous arrêtons au risque évident que présente ce marché et à la crise financière qui a affaibli la Russie en août 1998, nous risquons de passer à côté du potentiel que recèle ce pays remarquable. À mon avis, le marché russe devrait figurer dans la stratégie mondiale de chaque entreprise. J'invite donc les sociétés canadiennes à mettre à jour leurs connaissances du marché russe et à élargir leur présence commerciale en Russie.

Le pays a beaucoup changé au cours des huit dernières années. Pour bien comprendre la situation actuelle en Russie, il faut se rappeler qu'il y avait autrefois une économie dirigée et un monopole d'État sur le commerce extérieur, que l'entreprise privée était presque inexistante et qu'une interdiction frappait les investissements étrangers. Aujourd'hui, des lois et des règlements encadrent l'économie de marché. La Russie s'est relativement bien intégrée à l'économie mondiale comme en témoignent les événements de 1997-1998.



Russie

Ce pays compte un grand nombre de gens d'affaires et de plus en plus d'entreprises privées et les discussions sur les droits et les responsabilités des actionnaires y sont vives. Le cadre législatif et réglementaire a besoin d'être amélioré et réformé. Il ne faut pas ignorer les problèmes auxquels doivent faire face les gens d'affaires en Russie ou les lacunes que l'on constate dans la gestion des entreprises. La mise en oeuvre et l'application des lois ne sont ni cohérentes ni adéquates, mais nous remarquons, dans l'ensemble, des changements positifs appréciables dans l'encadrement des entreprises en Russie.

Je m'attends à ce que la cérémonie d'entrée en fonction du président Vladimir Poutine le 7 mai 2000 annonce une période de stabilité politique, condition nécessaire à la

Voir page 2 — Message



*Message — suite de la page 1*

perennité et au financement des entreprises. Nous devrions observer un plus grand consensus sur la politique économique et un meilleur soutien bipartite quant à la voie que le pays devra emprunter pour se développer. Le moment est donc bien choisi pour rappeler à nos partenaires russes les avantages concurrentiels de la coopération avec les sociétés canadiennes.

Le personnel de l'ambassade du Canada à Moscou sera très occupé à la fin juin, la Commission économique intergouvernementale (CEI) étant au centre de notre programme d'expansion des affaires. Le succès de la CEI repose sur la participation des entreprises canadiennes. C'est vous qui créez et soutenez les activités commerciales. Notre travail à l'ambassade de Moscou consiste à offrir des services à valeur ajoutée qui vous aideront à trouver la combinaison de facteurs et de personnes-ressources susceptible d'accroître vos ventes, qui augmenteront au fil des ans. L'éventail des possibilités est énorme dans tous les domaines, des textiles aux télécommunications, de l'agriculture à l'aérospatiale, de l'exploitation minière au multimédia. Ce ne sera pas facile, mais rien ne l'est en matière de commerce international.

Compte tenu du renouveau sur les plans politique et commercial, je suis confiant que nous pourrions accomplir d'importants progrès dans le cadre du programme d'investissement et de commerce bilatéral au cours de cette année qui marque le passage vers un nouveau millénaire. Avec l'aide de mon équipe responsable de l'expansion des affaires ici à Moscou et de notre consulat général à St-Petersbourg, j'espère vous rencontrer bientôt, certainement en juin, mais surtout durant vos fréquentes visites en Russie dans les mois et les années à venir.

**M. Rodney Irwin**  
Ambassadeur du Canada  
dans la Fédération de Russie

## Le moment est venu de voir la Russie sous un autre angle

La transition vers une économie de marché en Russie s'est révélée plus difficile que ce que la plupart des gens avaient imaginé il y a dix ans. La Russie a aboli le contrôle des prix, libéralisé le commerce extérieur et achevé la privatisation de masse, mais la restructuration des entreprises et les nouveaux investissements ont tardé à suivre. La crise financière provoquée par l'endettement insoutenable de l'Etat, la surappréciation du rouble et les effets de la crise monétaire asiatique a constitué un net recul en 1998 tant pour les entreprises russes que pour les investisseurs étrangers.

L'argument classique en faveur du commerce en Russie demeure vrai encore aujourd'hui. Vaste et riche en ressources naturelles, ce pays compte 146 millions d'habitants et une main-d'oeuvre très instruite, répartis sur 11 fuseaux horaires. Compte tenu du climat et de la géographie qui sont sensiblement les mêmes, le Canada a mis au point les produits, les services, les technologies et le savoir-faire dont la Russie a besoin pour être concurrentielle à l'échelle internationale. Malgré les difficultés des dernières années, nos échanges commerciaux avec la Russie éclipsent toujours ceux que nous entretenons avec les autres pays d'Europe de l'Est. Bref, la Russie est un marché trop vaste pour être négligé, qui présente un énorme potentiel de croissance.

L'économie russe est en train de reprendre son envol. La dépréciation du rouble et la hausse du prix des produits de base ont entraîné une reprise économique soutenue par les exportations. Le produit intérieur brut (PIB) de la Russie s'est accru de 3,2 % en 1999 et devrait atteindre 4 % en l'an 2000; au premier trimestre, la production industrielle était en hausse de près de 10 %. Qui plus est, l'élection présidentielle a donné un nouvel élan aux politiques prospectives et le nouveau gouvernement s'est engagé à entreprendre une réforme économique. De plus en plus de gens arrivent à la même conclusion : il est temps de voir la Russie sous un autre angle.

Le ministre du Commerce international, Pierre Pettigrew, présidera une assemblée plénière de la Commission économique intergouvernementale Canada-Russie qui se tiendra le 29 juin à Moscou. La Commission est un forum bilatéral dirigé par l'entreprise privée qui a pour mission de favoriser le commerce, l'investissement et le transfert de technologies entre le Canada et la Russie. Une imposante délégation de gens d'affaires canadiens y participera en vue d'établir des relations avec les représentants des pouvoirs publics et des entreprises russes oeuvrant dans différents secteurs d'activité. De plus, le ministre des Travaux publics, Alfonso Gagliano, et le président de la Société canadienne d'hypothèques et de logement, Claude Poirier Defoy, participeront à cet événement pour promouvoir le savoir-faire canadien sur le marché russe de la construction résidentielle.

Pourquoi maintenant? Bon nombre de gens d'affaires estiment qu'il est temps de reprendre contact avec la Russie après la grave crise financière qui a secoué le pays en 1998. Il est temps pour le gouvernement d'établir des relations de travail avec la nouvelle administration russe. Enfin, nous devons faire avancer les projets que le Canada juge importants et chercher à résoudre les problèmes particuliers qui nuisent aux investissements canadiens en Russie.

Le moment est donc venu de voir la Russie sous un autre angle. Nous sommes beaucoup mieux préparés à relever les défis qu'il y a dix ans. Les gens d'affaires canadiens qui se rendent en Russie sont mieux informés et le gouvernement a accès à un plus grand nombre de personnes-ressources et de mécanismes pour résoudre les problèmes. Jamais le moment n'a-t-il été aussi propice pour s'implanter en Russie.

## Notre voisin du nord

Le commerce entre le Canada et la Russie, pays riverains de l'Arctique, prend rapidement de l'ampleur et bénéficie d'un appui politique solide de part et d'autre. Les

Russes connaissent de mieux en mieux les services particuliers qu'offrent les sociétés canadiennes et qui reposent sur leur savoir-faire et leur expérience de travail dans le Nord où elles ont appris à composer avec les conditions rigoureuses et les contraintes de cette région. En outre, les percées technologiques facilitent l'exploration des voies maritimes et aériennes dans l'Arctique qui permettraient de réaliser des économies importantes par rapport aux voies traditionnelles et ainsi rapprocher les économies canadienne et russe.

En plus des projets de construction et d'exploration minière, pétrolière et gazière dans le Nord de la Russie, où les Canadiens sont très actifs, les Russes souhaitent une participation canadienne accrue dans des domaines comme la production d'énergie et l'approvisionnement en eau dans les régions éloignées, la récupération du bois d'oeuvre submergé, la transformation du renne et l'artisanat autochtone.

Vladimir Goman, président du Comité d'État sur le Nord, s'est rendu à Ottawa en février dernier, en compagnie des cadres de LukOil et de Norilsk Nickel ainsi que des représentants du gouvernement régional et des collectivités autochtones. Ils se sont entretenus avec le ministre des Affaires étrangères, Lloyd Axworthy, qui doit coprésider la première réunion du groupe de travail de la CEI sur l'Arctique et le Nord, et avec le ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien, Robert Nault. Leurs entretiens ont fait avancer un certain nombre de projets de coopération.

L'un des projets qui s'annonce prometteur à long terme sur le plan des investissements et du commerce bilatéral est le développement de voies maritimes et aériennes dans le Nord. Avec la création de lignes maritimes entre Mourmansk dans le Nord-Est de la Russie et Churchill, au Manitoba, et de routes aériennes transpolaires, l'Arctique pourrait devenir un pont vers l'Eurasie. Un sous-groupe sur le transport dans le Nord, formé au sein du groupe de travail sur l'Arctique et le Nord, se réunira en juin en marge des travaux de la CEI.

## Construction résidentielle en Russie : le marché est-il prêt?

Les exportateurs canadiens dans le secteur de la construction résidentielle trouveront en Russie un plus grand nombre de débouchés lorsque le pays aura adopté des codes, des normes et des méthodes d'homologation compatibles. Le problème de compatibilité, qui peut représenter un obstacle au commerce, est au coeur de la stratégie qu'a adoptée la SCHL sur le marché russe de la construction résidentielle. Outre cette activité intergouvernementale, la société d'État a entrepris d'autres initiatives portant notamment sur la démonstration de la technologie canadienne et la promotion du crédit hypothécaire.

Le projet que réalise actuellement la SCHL avec le concours financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) vise à améliorer l'accès des exportateurs canadiens aux marchés russes. Son mandat est de :

- ◆ participer à l'harmonisation des nouveaux codes et des nouvelles normes russes dans le domaine du bâtiment;
- ◆ s'entendre sur un processus d'essai et d'homologation des produits et matériaux de construction canadiens;
- ◆ faire connaître les technologies canadiennes sur le marché russe de la construction résidentielle en construisant des maisons de démonstration, en offrant une formation spécialisée aux Russes et en établissant un centre d'excellence sur les techniques de construction de maisons à ossature légère;
- ◆ soutenir la création d'un système de financement à l'habitation.

Selon Jeremy Thorn, coordonnateur du projet à la SCHL, « nous collaborons avec des sociétés qui ont continué à faire des affaires en Russie pendant la crise économique. Je crois que ce pays renferme un potentiel énorme pour les fabricants et les constructeurs canadiens. »

Le projet de la SCHL comporte trois phases s'échelonnant sur une période de 30 mois qui a débuté en septembre 1998. Au fil des ans, ce projet devrait avoir pour effet d'ac-

croître le volume des échanges entre le Canada et la Russie et d'augmenter la proportion du commerce de produits et de services de construction qui s'élève actuellement à environ 18 % de l'ensemble des échanges entre les deux pays. Malgré les obstacles techniques, les Canadiens construisent des maisons et vendent des produits de construction en Russie, mais ces activités sont appelées à s'intensifier lorsque les exigences techniques seront mieux définies et que de nouveaux processus seront établis.

Le groupe de travail Canada-Russie sur l'habitation et la construction et l'organisme dont il relève, la CEI, ont contribué à définir l'orientation et à soutenir le projet. Des exportateurs canadiens du secteur de l'habitation participeront aux réunions de ces groupes à Moscou en juin 2000. Ces événements ainsi que les réunions des spécialistes du secteur public et des gens d'affaires devraient faire progresser les travaux sur les codes, les normes et l'homologation et créer de nouveaux débouchés commerciaux pour les participants canadiens et russes.

## Le marché de l'exploitation minière en Russie

Les réserves en ressources naturelles exceptionnellement riches de la Russie ont toujours constitué une importante source de minéraux de toutes sortes, pour lesquels, dans bien des cas, ce pays occupe la place de premier producteur et de premier exportateur au monde. Les sociétés minières canadiennes sont particulièrement intéressées par les gisements d'or, d'argent et de diamant qu'on y trouve. Les conditions climatiques que connaît le Canada, son expertise en matière d'exploitation des mines métalliques et des placer, ainsi que l'excellence de ses programmes de financement font des compagnies minières canadiennes des partenaires de premier choix pour leurs homologues russes.

Les matériels obsolètes et la technologie désuète qu'utilisent les mines russes représentent autant de débouchés pour le Canada en matière d'expertise, de technologie et de matériel, particulièrement

dans l'exploitation des mines métalliques. Pareil besoin existe aussi dans le domaine du matériel métallurgique utilisé pour la fusion et l'affinage des métaux. Norilsk Nickel, le premier producteur de nickel au monde, en est le meilleur exemple. Lors d'un récent atelier parrainé par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) à l'occasion de la convention annuelle des prospecteurs et entrepreneurs qui s'est tenue en mars, Yuri Kotlyar, président du conseil d'administration de Norilsk, a tracé les grandes lignes des plans de modernisation dont son entreprise allait être l'objet au cours des dix prochaines années, prévoyant un investissement de quelque trois milliards de dollars US. Cinq équipes techniques de Norilsk assistaient à cette convention, l'occasion pour eux d'étudier le matériel et les services canadiens.

L'investissement canadien dans le secteur minier russe, bien qu'important, est resté limité ces dernières années en raison du prix peu élevé de l'or et d'un climat d'investissement incertain. Les changements constants que le ministère des Ressources naturelles n'a cessé d'apporter ces derniers temps à la législation en vigueur dans ce secteur, notamment l'accord de partage de la production, en font un secteur prometteur en matière de développements et de débouchés.

La réunion inaugurale du Groupe de travail sur l'exploitation minière Canada-Russie, organisée sous les auspices de la Commission économique intergouvernementale Canada-Russie, s'est tenue en avril dernier à Moscou et une deuxième réunion a eu lieu le 8 mars à Toronto, conjointement avec un important séminaire sur l'investissement dans le secteur minier russe. Les discussions ont eu pour thèmes principaux la recherche de moyens visant à améliorer le climat d'investissement en Russie et la détermination de nouveaux secteurs de coopération. Les membres du sous-comité des affaires minières du Forum des gens d'affaires Canada-Russie ([www.canada-russia.com](http://www.canada-russia.com)) ont joué un rôle important lors des délibérations du Groupe de travail.

## Le marché russe du pétrole

En 1998, la Russie était le troisième producteur de pétrole au monde, avec une

production de 304 millions de tonnes (Mt), soit 9 % de la production mondiale. Dix ans plus tôt, la Russie occupait le premier rang, avec 569 Mt, soit 19 % de la production mondiale. En 1998, les réserves pétrolières de la Russie étaient estimées à 6,7 milliards de tonnes et représentaient 4,6 % des réserves mondiales. La Russie occupe la septième place pour ses réserves prouvées de pétrole.

Les sociétés pétrolières russes sont responsables de plus de 90 % de la production intérieure. Il s'agit de Lukoil, Surgutneftegas, Yukos, Tatneft et Tyumen Oil Company, qui représentent environ 55 % de la production et 52 % des exportations. La Sibérie, la plus vaste région productrice de pétrole, est responsable de 70 % de la production russe, suivie par l'Oural (14 %) et la région de la Volga (12 %). L'Accord de partage de la production adopté par la Douma en janvier 1999 a eu pour effet de regrouper plusieurs compagnies internationales en consortiums afin de permettre le développement des champs de pétrole les plus importants, particulièrement ceux de l'île de Sakhaline. La loi régissant l'Accord de partage de la production vise à rendre ce secteur plus accessible aux principaux investisseurs en remplaçant plusieurs impôts par un accord global unique de partage des revenus de production.

Pour la plupart, les 25 raffineries de pétrole que compte la Russie sont vieilles et inefficaces. Elles ont besoin d'être modernisées et sont utilisées en moyenne à moins de 60 % de leur capacité. Le raffinage s'effectue surtout dans la région de la Volga (25 %), dans l'Oural (23 %), en Russie centrale (14 %), dans l'est de la Sibérie (9 %) et dans le nord du Caucase (8 %).

Les principaux débouchés en matière de matériel et de services se situent dans les secteurs suivants : logiciels d'exploration pétrolière, matériel de géophysique et de forage, installations de fracturation hydraulique, services d'ingénierie, systèmes informatiques et matériel permettant d'améliorer la rentabilité des raffineries, systèmes et capteurs de surveillance des pipelines, et stations d'essence pour le réseau local de vente de carburant.

Les plus importantes sociétés pétrolières russes ainsi que Gazprom seront représentés à l'exposition **National**

**Petroleum Show** qui se tiendra en juin à Calgary. Dans le cadre de cet événement, le MAECI prépare actuellement un séminaire sur les débouchés dans les secteurs russes du pétrole, du gaz et des pipelines.

## Sources d'information et d'aide

### Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI)

La Direction de l'Europe de l'Est du MAECI, l'ambassade du Canada à Moscou et le consulat général du Canada à Saint-Petersbourg fournissent des conseils sur la façon de réaliser des affaires en Russie et de l'information sur les expositions commerciales, ainsi que sur les clients et les distributeurs potentiels. Le MAECI coordonne aussi la Commission économique intergouvernementale Canada-Russie, qui facilite les relations bilatérales tant commerciales qu'économiques. **Pour plus d'information**, veuillez communiquer avec Pat Molson, délégué commercial, tél. : **(613) 992-8590**, courriel : **pat.molson@dfait-maeci.gc.ca**

### La Société pour l'expansion des exportations (SEE)

Bien que la récession économique de 1998 ait obligé la SEE à suspendre ses activités en Russie, les récentes améliorations qu'ont connues l'économie et le système financier de la Russie laissent présager que, dans un proche avenir, la SEE et d'autres agences occidentales d'évaluation du crédit seront de retour sur le marché. **Pour plus d'information**, veuillez communiquer avec l'équipe de la SEE chargée des nouveaux exportateurs, tél. : **1 800 850-9626**, ou avec celle qui s'occupe des petites entreprises, tél. : **1 800 575-4422**, site Web : **www.edc.ca**

### L'Agence canadienne de développement international (ACDI)

L'ACDI dispose de deux programmes visant à appuyer les activités en Russie. Le premier, le Programme de coopération technique, vise à promouvoir et à appuyer la transition de ce pays vers une économie de marché. Les entreprises canadiennes peuvent se prévaloir de ce programme selon une formule de partage des frais

avec un partenaire russe déterminé. Le financement ne couvre pas le capital, pas plus que les frais de mise en marche et d'exploitation. **Pour plus d'information**, veuillez communiquer avec un représentant du programme, tél. : (819) 994-7127; téléc. : (819) 994-0928.

Quant au programme Renaissance de l'Europe de l'Est élaboré par l'ACDI, il vise à aider les entreprises canadiennes à se positionner en Russie par le biais de coentreprises et de la formation. Ce programme aide les coentreprises canado-russes en investissant dans des études de faisabilité et dans la formation du personnel jusqu'à concurrence de 100 000 \$. **Pour plus d'information**, veuillez communiquer avec un représentant du programme, tél. : (819) 994-7159; téléc. : (819) 994-7131. On trouvera aussi des renseignements sur ces deux programmes sur le site Web de l'ACDI à [www.acdi-cida.gc.ca](http://www.acdi-cida.gc.ca)

### Le Canada-Russia Business Forum (CRBF) (forum des gens d'affaires Canada-Russie)

Créé en 1997 à Toronto, le CRBF est un organisme sans but lucratif qui s'est donné pour mission de promouvoir les activités commerciales bilatérales avec la Russie. Il

aide les entreprises canadiennes à se constituer des réseaux et leur dispense des conseils et de l'information sur la commercialisation des technologies, le financement, le développement tant industriel que régional et les relations gouvernementales. **Pour plus d'information** sur le CRBF, veuillez visiter son site Web à [www.canada-russia.com](http://www.canada-russia.com)

### L'Association des entreprises canadiennes en Russie (AECR)

Située à Moscou, l'AECR aide les entreprises canadiennes implantées en Russie, ou faisant affaire avec la Russie, à se constituer des réseaux et à partager leur expérience. Cette association fournit aussi un forum permettant d'entretenir des rapports avec d'autres secteurs du milieu des affaires et de se faire connaître des organismes gouvernementaux russes. **Pour plus d'information**, veuillez vous adresser à Betina Meindl, directrice des affaires commerciales, AECR, par courriel à [cbar@matrix.ru](mailto:cbar@matrix.ru)

### L'Alliance Canada-Eurasie de l'énergie et de l'industrie (ACEEI)

Créée en avril 1995, l'ACEEI est un organisme sans but lucratif qui représente les entreprises de l'Ouest canadien qui

oeuvrent principalement dans les secteurs du pétrole et du gaz. Située à Calgary, l'ACEEI promeut auprès de la Russie l'expertise que le Canada possède dans le secteur de l'énergie; elle aide à cerner les débouchés d'affaires potentiels, organise des tables rondes et des séminaires et fournit un forum pour l'échange de renseignements. **Pour plus d'information**, prière de communiquer avec Iva Schafferova, tél. : (403) 218-4822; téléc. : (403) 205-4096; courriel : [iva@ceeia.org](mailto:iva@ceeia.org)

### Le Canada-Pacific Russia Trade Centre (CPRTC) (Centre du commerce Canada-Pacifique Russie)

Implanté à Vancouver, le CPRTC favorise les relations entre entreprises de l'Ouest canadien et de l'Extrême-Orient russe. Le Centre publie un bulletin hebdomadaire qui fournit des renseignements d'ordre commercial et des pistes de clients éventuels; il organise régulièrement des déjeuners-causeries et exerce des pressions sur le gouvernement du Canada pour développer les services commerciaux dans cette région de la Russie. **Pour plus d'information**, prière de communiquer avec Ian Ogilvie, tél. : (604) 926-7103; téléc. : (604) 926-7143; courriel : [CanPacRussia\\_trd-Ctr@compuserve.com](mailto:CanPacRussia_trd-Ctr@compuserve.com)

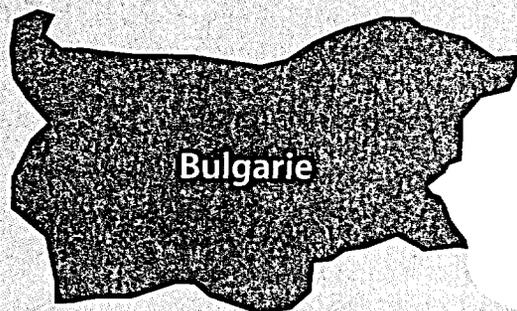
# La Bulgarie en route vers une économie de marché

De petits pays comme la Bulgarie ne sont habituellement pas bien connus, mais beaucoup d'entre eux présentent des occasions d'affaires intéressantes. Malgré le malheureux héritage de 45 ans de régime socialiste (1944-1989), la Bulgarie s'est engagée au cours de la dernière décennie dans une transition difficile mais résolue d'une économie planifiée à une économie de marché. En plus de cette transition économique, le pays poursuit également des réformes démocratiques spectaculaires de ses institutions et de son gouvernement, conformément aux politiques de l'Union européenne (UE) et de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN).

Situé dans la péninsule balkanique et s'étendant sur plus de 111 000 kilomètres

carrés, le territoire bulgare est à un carrefour stratégique pour les affaires. De grands axes de transport y passent pour relier l'Europe centrale et l'Europe septentrionale à la Turquie, à la Grèce et au Moyen-Orient. Des oléoducs et des gazoducs relient la Russie et les anciennes républiques soviétiques aux pays voisins du sud-est de l'Europe.

Jusqu'en 1944, la Bulgarie était un pays surtout agricole, mais elle s'est fortement industrialisée après les années 60 et en particulier au début des années 70. Les industries clés comprenaient les mines, la métallurgie et la construction industrielle



ainsi que les produits chimiques, les engrais, le raffinage du pétrole, la transformation des aliments, les textiles, et l'agriculture. Après 1990, le pays a commencé à libéraliser son économie et à privatiser les entreprises d'État. En plus de la privatisation, qui constitue peut-être l'élément clé de la politique gouvernementale, de nombreux efforts ont été déployés pour

attirer les investisseurs étrangers. Ils ont permis aux investissements directs de l'étranger d'atteindre 2,5 milliards de dollars US de 1993 à 1999, principalement dans les secteurs de l'industrie, du commerce et des finances. Le meilleur reste cependant à venir pour les investisseurs éventuels dans les secteurs de la technologie de l'information et des télécommunications (la Bulgarie compte l'un des meilleurs concepteurs de logiciels au monde, et toute son infrastructure économique est en reconstruction), des transports, de la construction, du génie et de l'agriculture. Le secteur de l'énergie est particulièrement intéressant, puisqu'il fait l'objet actuellement d'une restructuration spectaculaire visant à séparer, puis à privatiser, la production, la transmission et la distribution de l'électricité.

De toute évidence, la conjoncture du marché en Bulgarie est difficile pour les

investisseurs étrangers, et faire des affaires dans ce pays n'est certainement pas une sinécure. Mais après des années d'instabilité financière et de désordre juridique, la situation s'améliore nettement, et la stabilité financière ainsi qu'une amélioration de la conjoncture commerciale attirent les investisseurs étrangers. Après l'instauration du contrôle des changes le 1<sup>er</sup> juillet 1997, le taux de change officiel de la monnaie nationale, le lev bulgare, a été rattaché au mark allemand (actuellement, 1 lev = 1 mark), ce qui a renforcé la confiance, accru la prévisibilité et abaissé l'inflation. D'après les estimations de l'Institut national de la statistique, le taux moyen d'inflation a été de 1,8 % en 1999. Pour le premier trimestre de cette année, il a été de 3,1 %, et il devrait se situer en moyenne entre 3 et 4 % pour l'ensemble de l'année.

Depuis quelques années, la balance commerciale de la Bulgarie est déficitaire, à

cause des faibles exportations et des crises financières survenues sur les marchés émergents, ainsi que du conflit au Kosovo et dans l'ex-Yougoslavie. Étant donné que l'économie bulgare dépend fortement des exportations, la baisse des exportations a entraîné un déclin du PIB. Au même moment, le volume des importations augmente progressivement à cause des achats de biens de consommation et de biens industriels à bon marché.

La plupart des investisseurs actifs en Bulgarie proviennent de l'Europe de l'Ouest (Allemagne, Belgique, Autriche), et les succès récents attirent de plus en plus d'entreprises étrangères au pays.

**Pour plus d'information**, veuillez communiquer avec Claude Charland, délégué commercial principal, tél. : (011 401) 222-9845, courriel : [claud.charland@dfait-maeci.gc.ca](mailto:claud.charland@dfait-maeci.gc.ca)

## L'expansion historique de l'Union européenne sera porteuse de débouchés aussi bien que de défis pour le Canada

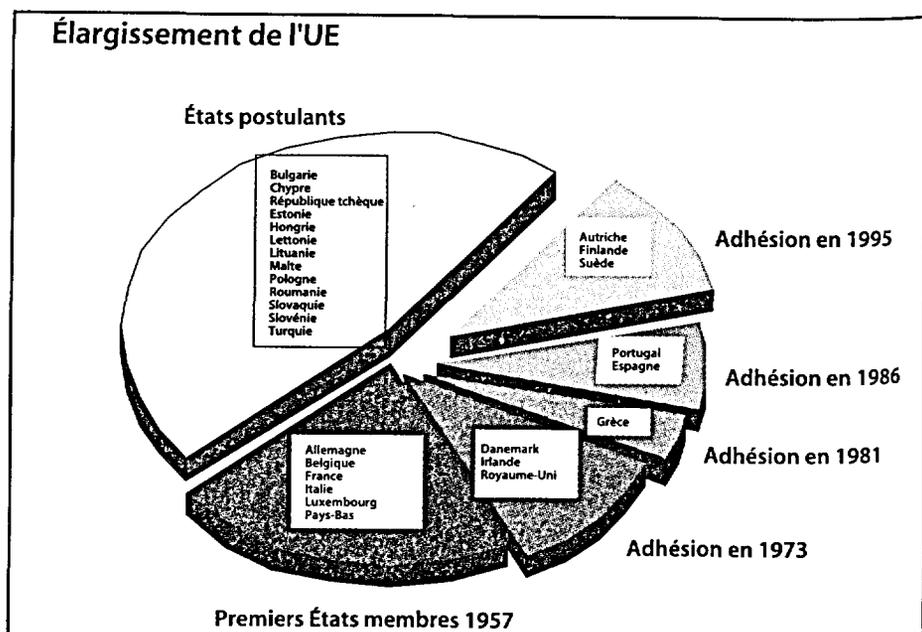
L'Union européenne (UE) se prépare à opérer le plus vaste élargissement de son histoire, une entreprise monumentale visant à réunir l'Europe selon des modalités qui rompent avec les divisions et les querelles du XX<sup>e</sup> siècle. Le président de la Commission européenne Romano Prodi parle d'un « nouvel ordre européen... garant de paix, de stabilité et de prospérité ». Cette extension aura sans doute des incidences politiques, économiques et commerciales considérables sur le reste du monde, y compris le Canada. On prévoit qu'au cours des prochaines années que l'UE passera des 15 États membres actuels à 28. Il est même possible que d'autres États viennent s'y ajouter dans un avenir plus lointain, car l'UE se penche actuellement sur la question de savoir jusqu'où étendre ses frontières vers l'Est.

Un élargissement de cette ampleur est sans précédent depuis la naissance de l'UE, avec la fondation, en 1952, de la Communauté européenne du charbon et de l'acier qui comptait six membres, devenue la Communauté économique européenne en 1957. Jusqu'à présent, les élargissements

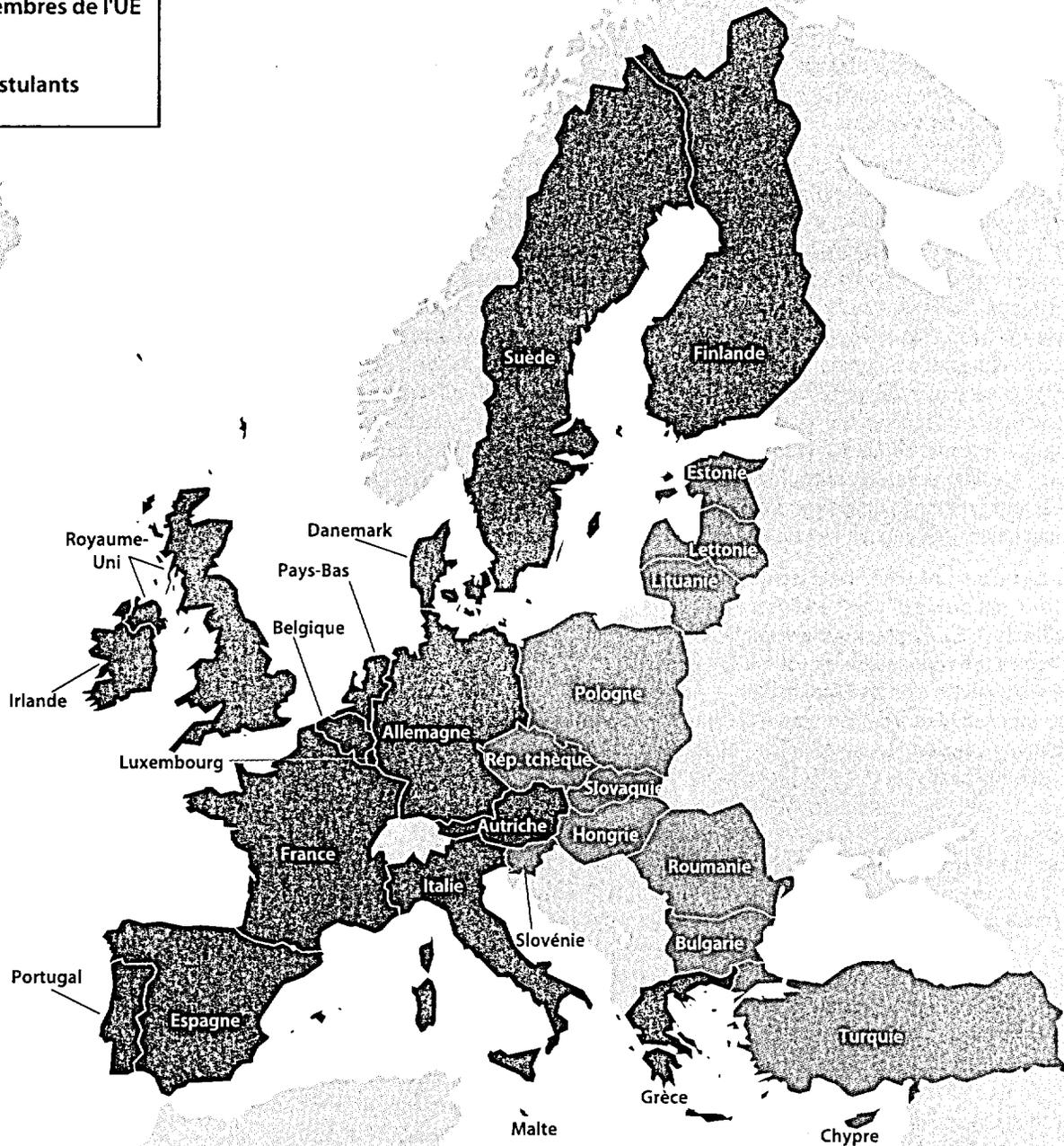
portaient sur un nombre restreint d'États et d'économies ayant un niveau de développement plus ou moins comparable (voir le graphique ci-dessous). Cette nouvelle mouture de l'UE compterait 30 % de population (une augmentation de 370 millions à 500 millions de personnes) et de masse terrestre. Elle serait également

beaucoup plus hétérogène, englobant une diversité régionale de cultures et de revenus comme on en a encore jamais vu.

Pour préparer cet élargissement, l'Union européenne devra repenser en profondeur ses institutions. Une conférence intergouvernementale se réunira tout au long de l'année pour arrêter des décisions sur les



 États membres de l'UE  
 États postulants



éléments suivants :

- ◆ l'importance du vote de chaque État membre dans un Conseil élargi;
- ◆ une extension possible du vote à majorité qualifiée à un Conseil qui remplacerait le système actuel où la plupart des décisions doivent être prises à l'unanimité; et

◆ la taille et la composition futures de la Commission

La Conférence devrait rendre sa copie d'ici le mois de décembre 2000. L'UE compte achever ses réformes internes d'ici décembre 2002, et avoir d'ici là ratifié les modifications pour être en mesure d'accueillir les nouveaux membres à partir de cette date.

Les négociations avec 6 des 13 candidats (Chypre, Estonie, Hongrie, Pologne, Slovaquie et République tchèque) ont débuté en mars 1998. En décembre 1999, le Sommet d'Helsinki a décidé d'engager également des négociations avec la Bulgarie, la Lettonie, la Lituanie, Malte, la Roumanie et la Slovaquie. Ces pourparlers, lancés officiellement en février, n'ont véritablement

débuté qu'en mars. Par ailleurs, la Turquie a été admise à se porter candidate, mais les discussions ne seront ouvertes qu'une fois qu'elle aura rempli les conditions politiques, notamment au plan de la protection des droits de l'homme, qui s'appliquent à tous les candidats.

Les négociations couvrent 31 « chapitres » qui sont autant d'éléments censés faciliter l'intégration au sein du marché unique. Ils concernent des secteurs comme l'environnement, les transports, l'énergie, la restructuration industrielle, l'infrastructure agricole, et la société rurale; des normes comme la sécurité nucléaire, la santé publique, le chômage, l'hygiène et la sécurité sur le lieu de travail; et d'autres questions comme la liberté, la sécurité, la justice, les droits des minorités, le contrôle des frontières externes, le droit d'asile, le mouvement des personnes, etc.

Le degré de conformité de la législation et des pratiques des pays candidats avec celles de l'UE, désignées par le vocable d'acquis communautaire, est soumis à l'évaluation. On aide les candidats à atteindre un niveau de conformité acceptable avant leur entrée dans l'Union. Les pays postulants sont tenus de prendre des engagements dans chacun de ces domaines. Si un pays ne parvient pas à s'adapter assez rapidement, l'étendue et la durée des périodes de transition sont négociées, le cas échéant. Auparavant, on négociait simultanément le même chapitre avec tous les candidats. Le Sommet d'Helsinki a décidé qu'à l'avenir, les négociations se dérouleraient de manière dissociée. Les chapitres seront négociés à différents moments selon l'aptitude des candidats à assimiler l'acquis. Ainsi, les négociations d'accession se dérouleront à un « rythme variable ». En d'autres termes, il n'y aura pas de formule unique pour tous.

Il est possible que tous les pays n'en soient pas au même stade des négociations. Les bons élèves espèrent une adhésion à l'horizon 2003-2005; le reste du peloton rejoindra l'Union les années suivantes, au rythme des négociations individuelles. À l'issue des pourparlers, le Conseil européen doit valider l'accord conclu avec chaque postulant. La ratification est également nécessaire dans

chacun des pays de l'UE, ainsi que dans le pays candidat.

Les impétrants ont beaucoup de pain sur la planche. En effet, l'UE a dressé pour chaque postulant ce qu'elle appelle un Partenariat d'accession, qui définit les objectifs à atteindre en priorité, à court et à moyen terme, pour pouvoir adhérer. Ces partenariats stipulent également les l'aide financière pouvant être obtenue auprès de l'Union européenne. Au total, l'UE débloquera plus de 3 milliards d'euros d'aide par an de 2000 à 2006 (1 euro correspond approximativement à 1,25 \$). L'aide est subdivisée de la manière suivante : 1,6 milliard d'euros par an pour la mise en place des institutions et l'adoption de l'acquis communautaire dans le cadre du programme PHARE; 1 milliard d'euros par an pour cofinancer les investissements en matière d'infrastructures de transport et d'environnement dans le cadre du programme ISPA; et 520 millions d'euros par an pour soutenir l'agriculture et le développement rural dans le cadre du programme SAPARD.

Par ailleurs, des accords européens distincts avec chaque pays candidat sont entrés en vigueur en 1994-95. Il s'agit en substance d'accords de libre-échange pour les produits industriels, qui facilitent l'intégration des postulants au marché non agricole de l'UE. Ces accords sont appliqués de manière asymétrique, ce qui donne aux candidats un accès plus aisé et plus rapide au marché de l'UE.

Toute cette stratégie de « pré-adhésion » a d'ores et déjà une incidence très considérable sur les États candidats qui s'efforcent tous d'adapter leur législation nationale à celle de l'UE, avant même leur accession. Les économies des pays d'Europe centrale et de l'Est s'ajustent au marché de l'UE depuis 1990 au plan des investissements et des exportations et conquièrent des parts de marché (de 2 % en 1990 à 7 % en 1997), au détriment des partenaires commerciaux qui ne bénéficient pas du traitement de faveur de l'UE.

Au plan multilatéral, on constate déjà la réticence de certains candidats à défendre des positions incompatibles avec celles de l'Union européenne. Ainsi, la Hongrie s'est retirée du Groupe de

Cairns qui s'oppose vigoureusement à la subvention des exportations agricoles. Le Canada est également membre du Groupe de Cairns.

Si l'on excepte les réformes institutionnelles, l'UE doit également définir des réformes financières et politiques avant l'élargissement. Ces dernières, appelées Agenda 2000, ont été arrêtées lors du Sommet de Berlin en mars 1999, et comprenaient une réforme de la Politique agricole commune (PAC). La plupart des observateurs s'accordent à penser que si l'UE n'est pas prête à assumer les coûts supplémentaires considérables de l'admission de nouveaux membres, il sera nécessaire de pousser plus avant la réforme de la PAC avant que l'élargissement de l'UE ne se poursuive. L'accession des 10 pays d'Europe centrale et de l'Est doublerait le nombre d'exploitants agricoles dans l'UE et augmenterait de 50 % les surfaces cultivées. L'UE peut opter pour une intégration complète des nouveaux membres. Elle peut également instaurer des périodes transitoires dans le secteur agricole, qui permettraient d'échelonner la participation des nouveaux membres à la PAC. Franz Fischler, le commissaire européen à l'Agriculture, a souligné que l'on ne sait pas encore véritablement si le Compromis de Berlin suffira pour atteindre les objectifs définis initialement par la Commission.

Dans le domaine agricole, le processus d'élargissement pourrait déboucher sur plusieurs scénarios qui doivent être étudiés. Par exemple, si de nouveaux membres bénéficient pleinement des droits de la PAC dès leur adhésion, la production dans ces pays augmentera-t-elle en conséquence? Les exportations des pays tiers vers les nouveaux membres seront-elles remplacées par les produits des 15 États membres actuels de l'UE? Dans l'éventualité de l'augmentation des surplus agricoles par des pays comme la Pologne et la Hongrie, cet excédent de production parviendra-t-il à être écoulé sur le marché international grâce aux subventions européennes à l'exportation ou sera-t-il absorbé par l'Union européenne élargie?

Les États candidats adoptent dès à présent ou adopteront prochainement

l'ensemble de la législation européenne phytosanitaire et vétérinaire, ainsi que les normes obligatoires pour les produits, dont certaines auront une incidence sur les exportations du Canada. Les exportations de poisson du Canada vers les pays candidats seront également soumises aux droits élevés de l'UE sur les produits de la pêche.

Toutefois, l'incidence du tarif extérieur commun de l'UE devrait varier considérablement en fonction du pays postulant. Les plus grands pays d'Europe de l'Est ont des structures tarifaires qui, comme la Turquie, sont élevées par rapport à celles de l'Union européenne. C'est la raison pour laquelle la quasi-totalité des exportations du Canada vers ces pays seront soumises à des droits plus faibles dès lors qu'ils deviendront membres de l'UE. On peut, par exemple, s'attendre à une amélioration notable de l'accès à la Pologne pour la volaille, le porc, la dinde, le blé dur, la fourrure, les étoffes, les minerais et les concentrés de zinc et de titane, ainsi que les

machines provenant du Canada. Dans quelques cas rares toutefois, les droits de douane augmenteront. Ces hausses toucheront par exemple le porc, le hareng, les jus de fruit, les tissus et l'aluminium importés par la République tchèque après son accession à l'UE. En revanche, les droits baisseront sur les alarmes antivol, le bitume et les patins à glace.

Dans les pays candidats, l'institution d'économies de marché ouvertes générera de nouveaux débouchés au plan des échanges commerciaux et des investissements. L'harmonisation des réglementations et de la législation simplifiera et réduira les formalités pour les exportateurs. Toutefois, d'aucuns redoutent que les obstacles réglementaires que les exportateurs rencontrent dans l'UE ne soient étendus aux nouveaux membres. En outre, les entreprises européennes seront sans doute celles qui profiteront le plus de la croissance économique. En effet, les dépenses dans le cadre du programme

PHARE sont réservées aux sociétés basées dans l'UE. Grâce à ces aides, les sociétés de l'Union pourront jeter des têtes de pont, ce qui leur donnera l'avantage lors des projets ultérieurs, même pour ceux ouverts aux candidatures internationales.

Le Canada soutient depuis longtemps l'élargissement de l'UE, car il contribue à asseoir la stabilité politique et la prospérité économique en Europe centrale et de l'Est et à accélérer les réformes dans cette région. Pour les exportateurs canadiens, la phase de pré-élargissement, ainsi que l'expansion proprement dite sont à la fois porteuses de défis et de débouchés. Le gouvernement du Canada s'attache, avec les industriels du pays, à mieux cerner les conséquences de l'élargissement de l'UE, afin d'atténuer les effets néfastes éventuels et d'explorer de nouveaux débouchés à l'exportation dans l'UE élargie.

## Votre avis nous intéresse!

Le MAECI invite les exportateurs canadiens et les autres Canadiens intéressés à lui faire part de leurs expériences et de leurs points de vue, qu'ils soient positifs ou négatifs, sur l'incidence actuelle ou future de l'élargissement de l'UE sur leurs activités.

**Vous pouvez nous contacter à l'adresse suivante :**

**Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international**

Direction de l'Union européenne

125, promenade Sussex

Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Fax : (613) 944-0034

Courriel : [reu@dfait-maeci.gc.ca](mailto:reu@dfait-maeci.gc.ca)

Pour obtenir des conseils sur l'exportation vers les pays d'Europe centrale et de l'Est, consultez le site Web du délégué commercial du Canada à l'adresse [www.infoexport.gc.ca/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/menu-f.asp). Le programme Renaissance Europe de l'Est (REE) géré par l'ACDI, qui travaille en partenariat avec des entreprises canadiennes du secteur privé pour les aider à nouer des liens professionnels durables avec leurs homologues des pays d'Europe centrale et de l'Est peut également vous intéresser. (Reportez-vous à l'adresse [www.acdi-cida.gc.ca](http://www.acdi-cida.gc.ca) pour plus de détails.)

**Exportations d'origine canadienne — Total de l'ensemble des produits (codes du Système harmonisé)  
(milliers de dollars canadiens)**

	1995	1996	1997	1998	1999
Pologne	115 943	161 043	141 651	184 505	144 892
République tchèque	63 049	67 577	67 528	60 611	73 575
Hongrie	40 945	41 737	88 961	94 016	55 352
Slovénie	25 345	27 487	29 288	88 576	38 882
Roumanie	20 749	96 830	64 313	53 771	31 310
Chypre	20 094	15 090	15 324	24 306	21 332
Bulgarie	5 885	11 202	8 843	7 590	13 428
Lettonie	5 048	7 577	10 171	13 145	10 004
Slovaquie	14 028	15 726	35 509	17 228	9 126
Malte	3 910	4 807	9 030	7 618	7 103
Estonie	6 519	14 397	6 698	5 559	4 107
Lituanie	3 088	8 712	5 291	8 194	4 063

Source : Statistique Canada 23 mars 2000

**Importations canadiennes — Total de l'ensemble des produits (codes du Système harmonisé)  
(milliers de dollars canadiens)**

	1995	1996	1997	1998	1999
Pologne	120 567	144 143	146 608	170 842	184 774
République tchèque	75 846	95 700	110 139	124 144	131 420
Hongrie	45 158	47 736	75 056	95 226	100 487
Roumanie	59 698	50 229	68 703	121 540	99 214
Estonie	12 008	7 177	9 123	28 533	51 813
Bulgarie	51 897	49 743	78 354	49 339	49 113
Slovénie	54 663	55 196	42 435	61 965	46 352
Slovaquie	29 603	20 279	55 272	68 594	38 020
Malte	47 757	58 593	79 097	32 739	35 757
Lituanie	24 722	14 033	22 107	22 033	34 829
Lettonie	6 170	6 240	2 192	3 126	13 340
Chypre	1 690	3 726	1 186	2 385	3 543

Source : Statistique Canada 23 mars 2000

Une mission commerciale en septembre resserrera les liens commerciaux avec le Canada

# Les États baltes présentent de nouveaux débouchés dynamiques

Nichées sur la côte est de la mer Baltique, l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie redécouvrent la croissance économique et l'esprit d'entreprise qui les caractérisaient jusqu'à ce qu'elles fussent occupées par l'Union soviétique en 1940. Avant leur annexion, les trois États baltes avaient une économie qui ressemblait à celle des marchés libres relativement prospères de l'Europe de l'Ouest et de l'Europe centrale de l'époque.

Cet esprit d'entreprise ne s'est cependant jamais éteint sous le régime de la planification collective de l'ère soviétique. Les États baltes étaient d'ailleurs trois des républiques les plus prospères de l'Union soviétique. Lorsque l'URSS s'est effondrée en 1991, l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie ont retrouvé leur indépendance, transformé rapidement leur économie et rétabli les institutions législatives démocratiques ainsi que les institutions judiciaires libérales. Cette évolution a créé une région où foisonnent des débouchés dynamiques, les citoyens des États baltes s'efforçant d'assurer leur prospérité économique dans un marché libre.

Depuis que les États baltes ont retrouvé leur indépendance, la croissance économique a été spectaculaire. La population combinée de ces États est de 8 millions d'habitants, et le PIB s'établit actuellement à 5,2 milliards de dollars US en Estonie, à 6,4 milliards de dollars US en Lettonie et à 10,7 milliards de dollars US en Lituanie, ce qui représente une croissance d'un peu moins de 500 % pour chacun de ces pays depuis 1993. Les trois États baltes ont très bien réussi à réorienter leurs routes commerciales traditionnelles de la Russie vers l'Occident et ils sont engagés très activement dans des négociations en vue d'adhérer à l'Union européenne.

Les États baltes sont en train de bâtir des économies modernes sur les cendres de 50 ans de régime socialiste. La plupart de ceux qui s'y rendent pour la première fois

sont renversés par la modernité de ces pays et par le nombre d'entreprises étrangères actives dans la région. Les sociétés étrangères, surtout européennes, savent que les États baltes deviendront des centres d'affaires importants et se préparent à profiter des avantages que présenteront divers facteurs faisant bouger la région :

- ◆ D'importants programmes de privatisation en cours pour reconstruire l'infrastructure énergétique. Il existe des débouchés pour les oléoducs et les gazoducs et dans les industries connexes, pour la modernisation des centrales électriques et les réseaux de distribution de l'électricité, ainsi que pour la construction de centrales de cogénération.
- ◆ Les efforts déployés pour résoudre les problèmes environnementaux légués par l'ère soviétique, y compris la nécessité d'établir des systèmes modernes de gestion des déchets et des eaux usées.
- ◆ La demande croissante de biens de consommation découlant de la nouvelle prospérité de la région. Les consommateurs veulent des produits alimentaires occidentaux à valeur ajoutée et il existe une forte demande pour des matériaux de haute qualité pour la construction d'habitations modernes, peu énergivores et à prix abordable.
- ◆ La déréglementation et la privatisation du secteur des télécommunications ont créé de nombreuses occasions d'affaires dans les secteurs des logiciels, du matériel informatique et de la téléphonie, en particulier la téléphonie sans fil et le commerce électronique.
- ◆ Les États baltes sont situés à un endroit stratégique, pour le transit vers la Russie et d'autres marchés de l'Est. Ils développent tous les trois leurs réseaux de



transport pour servir de point d'entrée dans toute la région. Des projets sont en cours de réalisation pour moderniser les infrastructures routières, ferroviaires et portuaires, et il existe d'autres débouchés dans les secteurs de l'entrepôt et de la manutention.

- ◆ Les États baltes ont des industries du textile bien développées et sont une source de vêtements finis pour de nombreux pays d'Europe. Les fabricants de vêtements cherchent des sources concurrentielles et de haute qualité d'intrants textiles.

Jusqu'ici, peu d'entreprises canadiennes ont été actives sur ces marchés en croissance, tandis que les sociétés allemandes, italiennes et britanniques ont élargi leur présence en acquérant des entreprises et des secteurs privatisés. Dans une moindre mesure, les entreprises américaines sont également actives dans la région.

Au moment où les politiques de privatisation et de déréglementation continuent d'être poursuivies et que les économies se développent grâce à de nouvelles normes et de nouvelles technologies, les entreprises canadiennes ont une possibilité de tirer profit de ces marchés en essor et d'établir une présence canadienne dans cette région dynamique de l'Europe.

À l'appui de cet objectif, le MAECI organise une mission commerciale dans la région – **Baltic Express II**. Cette mission sera dirigée par Sarmite Bulte, députée de la région de Toronto, d'ascendance lettone. Mme Bulte a dirigé une autre mission commerciale du même genre dans les États baltes en 1998.

**Baltic Express II** aura lieu du **11 au 15 septembre 2000**. Les membres de cette mission se rendront dans les trois États baltes pour rencontrer en tête-à-tête des partenaires éventuels dans chaque pays. Combiné au programme officiel, **Baltic Express II** contribuera à créer des liens d'affaires entre le Canada et les pays baltes

et à mieux faire connaître le Canada dans ces économies en essor.

Les sociétés canadiennes intéressées devraient communiquer avec Allan Edwards, MAECI, tél. : **(613) 943-0611**, courriel : **allan.edwards@dfait-maeci.gc.ca**

## Des avions canadiens sillonnent le ciel allemand et d'autres produits canadiens s'implantent vigoureusement en Allemagne

L'Allemagne est un marché de 82 millions de consommateurs prospères. Elle est la troisième économie en importance au monde et de loin la plus importante en Europe. C'est une puissance industrielle fortement présente dans presque tous les secteurs de fabrication. L'ampleur de la production allemande est parfois difficile à imaginer. Les installations de BASF à Ludwigshafen, par exemple, comptent 350 usines chimiques réparties sur sept kilomètres carrés et font travailler plus de 40 000 personnes.

Les traitements et les salaires en Allemagne sont élevés — près du double de la rémunération canadienne. Grâce à son énorme industrie manufacturière, mais non sans quelques faiblesses au regard de la nouvelle économie, et à sa population nombreuse et prête à payer le prix fort pour ses biens de consommation, l'Allemagne devrait être un marché intéressant pour les exportateurs canadiens.

Les exportations du Canada en Allemagne se chiffrent à 2,5 milliards de dollars, mais ils pourraient être beaucoup plus élevés. Le marché allemand n'est pas particulièrement difficile. Il faut apporter une certaine attention aux exigences linguistiques et aux normes européennes, mais l'entreprise canadienne qui offre un bon produit ou service peut le vendre en Allemagne. Étant donné que les prix sont d'environ 50 % plus élevés en Allemagne qu'au Canada, le prix est un facteur moins important en Allemagne que dans de nombreux autres pays.

### Technologies de l'information et des communications (TIC)

Le Canada a démontré clairement ce dont il est capable en haute technologie grâce à sa forte présence dans le secteur des TIC en Allemagne. **Nortel Networks, Corel, Newbridge Networks, Eicon Technology, Téléglobe, Matrox, ATI, Lumonics, JetForm** et **Cognos** sont des sociétés bien établies en Allemagne, qui illustrent très bien les capacités technologiques de calibre mondial du Canada. Cette puissance technologique ne pouvait être plus évidente qu'à **CeBIT**, la plus grosse foire mondiale des technologies de l'information, qui a eu lieu en février 2000 à Hanovre. La présence de Nortel et de Corel a grandement attiré l'attention et se comparait à celle de géants comme Microsoft. Les fabricants canadiens de matériel vidéo ultrarapide comme ATI ont remporté un franc succès auprès des amateurs de jeux vidéo — aucune entreprise européenne ou asiatique ne possède ce pouvoir d'attraction. Les gouvernements du Canada et de plusieurs provinces avaient des stands dans les trois pavillons de **CeBIT** cette année, tout comme une quarantaine de petites entreprises exposantes. Une présence semblable est prévue pour **CeBIT 2001**, et les entreprises canadiennes de TIC sont fortement encouragées à y participer et à exploiter le gigantesque marché européen.



### Automobile

Les fournisseurs canadiens du secteur de l'automobile réussissent extrêmement bien en Allemagne, à tel point qu'un grand nombre d'entre eux ont établi des installations de production importantes dans ce pays, afin de répondre aux exigences d'entreprises axées sur la qualité comme DaimlerChrysler, BMW, Porsche et Volkswagen ainsi qu'Opel (GM) et Ford. Les entreprises canadiennes présentes en Allemagne comprennent **ABC Group, Magna, Ventra** et **Woodbridge Foam**.

Il existe de nombreux débouchés pour les fournisseurs canadiens, et des entreprises allemandes viennent périodiquement au Canada pour étudier les possibilités d'affaires dans le cadre de mécanismes comme l'accord de coopération entre l'Ontario et le Bade-Wurtemberg, ainsi que de missions ministérielles et sectorielles qui amènent des entreprises canadi-

ennes en Allemagne. Les petits fabricants de pièces sont également encouragés à s'allier à des sociétés allemandes. L'Ontario, par exemple, a organisé des activités de partenariat entre les sociétés allemandes et canadiennes à Windsor, durant la **SAE Conference** à Detroit.

A mesure que la fusion des grands fabricants d'automobile se poursuit, comme en témoigne clairement l'union Daimler-Chrysler, les fournisseurs canadiens de l'automobile pourront mettre à profit leurs contacts en Amérique du Nord. Eux aussi devraient explorer les excellentes possibilités qui se créent sans cesse en cherchant des partenaires industriels allemands.

## Aérospatiale

Le Canada a pris pied dans le secteur de l'aérospatiale en Allemagne. Les avions arrivent au deuxième rang parmi toutes les exportations canadiennes en Allemagne, avec des ventes de près de 800 millions de dollars en 1999. De nombreux Allemands ne savent pas que, lorsqu'ils montent à bord d'un avion de Lufthansa, ils volent sur les ailes d'un avion régional **Bombardier** de fabrication canadienne. Lufthansa est le plus gros client de Bombardier en Europe. Ce transporteur aérien possède environ 53 avions Bombardier et a des options pour en acheter de nombreux autres. Bombardier a d'autres clients importants en Allemagne, dont les Forces aériennes allemandes, et a établi un centre de réparation et d'entretien à Berlin, qui dessert l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. Bombardier possède également la deuxième entreprise européenne de fabrication de matériel roulant ferroviaire, établie dans l'ancienne Allemagne de l'Est.

La présence canadienne dans l'aérospatiale allemande est renforcée par l'usine d'entretien des moteurs de **Pratt & Whitney Canada** pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient, ainsi que par la filiale de **CAE** à Stolberg et les installations de formation des pilotes près de Berlin.

L'industrie canadienne de l'aérospatiale en Allemagne est appuyée par un protocole d'entente entre l'Association des industries aérospatiales du Canada et son homologue allemand. Les entreprises canadiennes d'aérospatiale sont fortement

encouragées à examiner les façons de coopérer avec les entreprises allemandes en vertu de ce protocole d'entente.

## Bâtiment et matériaux de construction

Une architecture attrayante et le prix peu élevé des maisons en bois canadiennes ont permis à de nombreux constructeurs canadiens de maisons préfabriquées de réaliser un peu plus de 1 000 ventes par année en Allemagne. De 15 à 20 entreprises de toutes les régions du Canada sont actives sur ce marché, et leur nombre devrait continuer à augmenter. Les principaux acteurs sur ce marché comprennent notamment **Nascor, Royal Homes, Prestige Homes, Canadiana Homes, Interhabs** et **Caledon Log Homes**.

Les exportateurs canadiens participent en nombre croissant aux foires de la construction et du bâtiment en Allemagne. Ainsi, 35 entreprises canadiennes ont exposé leurs produits et services à la **Bau Fair** l'an dernier, 50 ont participé à **Interzum 99**, 50 étaient présentes à **Baufach**, à Leipzig, où le Canada était en vedette à titre de pays partenaire. La SCHL a appuyé fortement les entreprises canadiennes qui ont participé à ces foires commerciales grâce à un programme visant à sensibiliser le secteur du bâtiment allemand aux technologies canadiennes de construction à ossature de bois.

Les entreprises canadiennes ont également remporté de grands succès en Allemagne grâce à des composantes comme des revêtements de sol en bois manufacturés et semi-manufacturés en provenance du Québec et des Maritimes, des produits de résineux de la côte ouest ainsi que des fenêtres, des portes et d'autres composantes de haute qualité du Manitoba et de l'Ontario.

## Agroalimentaire

La réputation de haute qualité et des normes rigoureuses et élevées en matière de production et d'innocuité des aliments ont précédé de nouveaux produits alimentaires canadiens dans les supermarchés allemands, les magasins à rayons et le secteur de la restauration. En plus de compagnies comme **Nestlé Canada**,

**Cadbury/William Neilson, Quaker Oats** et les **Brasseries Molson**, de petites et moyennes entreprises canadiennes comme **Biscuit Leclerc Ltée, Sweet-Ease Inc., Whistler Water** et **CTH-Products Inc.**, pour n'en nommer que quelques-unes, sont désormais présentes sur le marché allemand. De plus, des bières canadiennes (de **Queen Molly Brewery** et de **Old Mill Brewery**, par exemple) sont brassées en Allemagne sous licence.

Les exportateurs agroalimentaires canadiens participent régulièrement à **ANUGA**, le plus gros salon de l'alimentation au monde, qui a lieu à Cologne. En 1999, 60 exposants canadiens ont présenté leurs produits quelque 190 000 visiteurs de 149 pays dans les trois stands du Canada regroupés dans un pavillon des produits.

En plus des produits classiques, les entreprises canadiennes exportent également des produits biologiques comme des légumineuses, des céréales et du sirop d'érable, pour lesquels la demande est élevée en Allemagne.

## Investissement

L'investissement allemand au Canada est un aspect important de nos relations économiques bilatérales. La plupart des grandes multinationales allemandes comme Siemens, Bayer, DaimlerChrysler, et un grand nombre des moyennes entreprises ont établi des usines de fabrication au Canada, créant ainsi des emplois précieux pour les Canadiens et apportant des technologies importantes au Canada. Il y a maintenant plus de 600 entreprises allemandes au Canada, établies dans plus de 1 500 villes et villages du pays. Bon nombre d'entre elles effectuent actuellement de nouveaux investissements ou agrandissent leurs usines. Diverses autres sociétés songent à investir pour la première fois au Canada et examinent avec soin les avantages importants que présente le Canada, en particulier l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Les autorités provinciales et municipales sont incitées à chercher des façons d'attirer les investissements allemands dans leur province ou municipalité. L'ambassade du Canada à Berlin est prête à donner des conseils et à

apporter son aide et son appui à ces efforts provinciaux et municipaux de promotion de l'investissement.

L'Allemagne est un vaste réservoir de technologie en Europe et un chef de file mondial dans de nombreux secteurs industriels. À l'ambassade de Berlin, des agents de développement technologique aident l'industrie canadienne, en parti-

culier les petites et moyennes entreprises (PME) à acquérir des technologies novatrices en Allemagne. Des exemples récents comprennent la technologie allemande relative à la transformation de l'aluminium, aux traverses en bois massif, aux emballages biodégradables, au recyclage, à l'aquaculture et aux carburants fabriqués à partir de déchets agricoles.

Rappelez-vous, l'Allemagne est le pays des foires commerciales. Elle accueille certaines des foires internationales les plus importantes au monde, une excellente façon de percer non seulement le marché allemand et le marché européen mais aussi les marchés d'autres continents.

## La consolidation européenne devrait générer des débouchés pour les sociétés aérospatiales canadiennes

L'industrie aérospatiale européenne se remet rapidement du fléchissement récent de la conjoncture et renoue avec la croissance. La concentration du secteur et les nouveaux programmes aérospatiaux en passe d'être lancés poussent les entreprises à rechercher des partenaires pour partager les risques et de nouveaux fournisseurs. Les sociétés aérospatiales sont en bonne place pour investir des marchés à l'étranger et sont parées pour le décollage.

Bien que les événements récents comme la crise financière en Asie et l'instabilité politique au Moyen-Orient aient eu une incidence néfaste sur sa croissance globale, le marché européen de l'aérospatiale et de la défense, le deuxième au monde de par la taille, se rétablit rapidement. En 1999, le volume d'activités global atteignait 98 milliards de dollars, soit une progression de 4 % par rapport à l'année précédente, et il devrait croître de 6 % en l'an 2000.

La consolidation de l'industrie (et la réduction correspondante des risques liés à la participation à des projets d'envergure), le soutien accru des pouvoirs publics, la hausse de la demande pour les appareils civils nécessaires pour transporter des passagers de plus en plus nombreux, et l'extension des voies aériennes sont autant de facteurs qui ont contribué à la relance de l'aviation commerciale européenne. Le marché connaît également une embellie sur le front de l'aviation militaire du fait de l'émergence de tendances internationales et régionales comme le renforcement de la présence de l'OTAN sur le terrain, la conclusion prochaine de gros contrats américains,

néerlandais, allemands, français et britanniques en matière de défense et les plans visant à créer une force de défense européenne autonome, intégrée et à la pointe du progrès.

### La consolidation du continent

L'année dernière, le secteur européen de l'aérospatiale s'est restructuré autour de deux pôles monolithiques : un pôle continental mené par EADS (European Aeronautic, Defence & Space Co.) et un groupe britannique avec à sa tête BAE Systems.

L'acquisition par British Aerospace (BAE) de l'entreprise britannique de défense Marconi Electronic Systems et des capitaux australiens de la branche Défense de Siemens basée en Allemagne a donné naissance à BAE Systems au dernier trimestre de 1999. Avec ses grands sites disséminés dans toute l'Europe et l'Amérique du Nord et un chiffre d'affaires de 31 milliards de dollars, la nouvelle entreprise est considérée comme le numéro 2 mondial de la défense.

La naissance de BAE Systems porta un rude coup aux perspectives de consolidation pan-européennes. Néanmoins, quelques mois plus tard, la française Aérospatiale-Matra, l'allemande DaimlerChrysler Aerospace (DASA) et l'espagnole Construcciones Aeronauticas Sociedad Anonima (CASA) ont constitué EADS. Ce groupe, qui englobe le numéro deux mondial de l'aérospatiale, emploie 96 000 personnes et devrait réaliser un chiffre d'affaires de 32 milliards de dollars cette année.

La dernière grande phase de la concentration de l'industrie aérospatiale européenne, achevée en avril cette année, a été la constitution d'une coentreprise paritaire entre EADS et l'italienne Alenia Aeronautica (filiale de Finmeccanica). Cette nouvelle coentreprise dénommée EMAC (European Military Aircraft Company) rassemble les composants aérospatiaux de Aérospatiale-Matra, DASA, CASA et d'Alenia. L'entreprise, filiale d'EADS, est l'une des plus grosses entités de ce type (17 000 employés) et domine le programme aérospatial militaire européen.

EMAC détient 62,5 % du programme Eurofighter, 57,5 % du programme Tornado, 71 % du programme A400M et 100 % des programmes MPA (Maritime Patrol Aircraft) et ATR (Aero International (Regional)). BAE Systems détient les participations restantes de chacun de ces programmes. EMAC devrait réaliser un chiffre d'affaires annuel de 3,6 milliards de dollars.

### Consolidation transatlantique

La prochaine étape de la concentration du secteur européen de l'aérospatiale et de la défense devrait se jouer sur le front transatlantique. Toutefois, on ne peut pas totalement exclure la possibilité d'une fusion entre BAE Systems et EADS, au vu du nombre de coentreprises qui les unissent, notamment du fameux consortium Airbus Industrie.

BAE Systems, qui exploite déjà de grands sites de fabrication aux États-Unis et qui

n'est pas freinée par la participation de quatre nations à son processus décisionnel, détient un avantage certain sur EADS pour tout ce qui concerne les fusions avec les entreprises nord-américaines. De plus, BAE Systems a déjà renforcé ses participations aux États-Unis, avec son rachat récent de Lockheed Martin Control Systems (LMCS). Par ailleurs, BAE participe aux discussions avec Boeing depuis près d'un an, ce qui alimente les rumeurs sur la création éventuelle de coentreprises entre les deux sociétés dans un proche avenir.

EADS traque également les débouchés en Amérique du Nord. DASA, son bras allemand, prospecte le marché américain et songe à un partenariat éventuel avec l'américaine Northrop Grumman.

## À la conquête du ciel

Les sociétés aérospatiales canadiennes doivent tenir compte de l'intérêt que l'Europe porte aux États-Unis. Compte tenu de la proximité immédiate du Canada avec les marchés américains et des avantages liés à l'ALENA, les partenariats avec les constructeurs aérospatiaux canadiens à la pointe de la technologie pourraient constituer pour les entreprises européennes une excellente tête de pont pour accéder aux marchés situés au sud de la frontière.

Mais les tendances à la consolidation et les nouveaux programmes en phase de lancement offrent également des débouchés à la plupart des sociétés canadiennes. Le coût de plusieurs de ces programmes contraint l'Union européenne (UE) à chercher des partenaires hors de ses frontières pour partager les risques. Contrairement aux grandes entreprises canadiennes qui sont capables d'assumer directement ces risques, les PME cherchent à optimiser leurs chances en nouant des alliances avec des fournisseurs européens.

Les deux principaux débouchés sont deux programmes du consortium Airbus Industrie, constitué à l'origine par Aérospatiale, DASA (chacun détenant 36 %), BAE Systems (22 %) et CASA (6 %). Du fait de la consolidation des entreprises française, allemande et espagnole, EADS contrôle désormais 78 % d'Airbus. Bien que le groupe semble s'orienter vers une privatisation après les excellents résultats de

1999 (ses 476 nouvelles commandes ont supplanté les 391 de Boeing), les tensions entre les deux partenaires majoritaires EADS et BAE Systems devraient reporter, du moins pour un temps, la formation du groupe Airbus.

Pour ce qui est du secteur commercial, Airbus est prête à lancer son programme d'avion de ligne A3XX jumbo d'une valeur de 22,2 milliards de dollars, ce qui représente un débouché de taille pour les fournisseurs canadiens. En dépit des objections sur la viabilité d'un tel appareil et du fait qu'un seul client, les Émirats arabes unis, se soit pour l'heure engagé (verbalement) à en faire l'acquisition, il semble qu'Airbus ne changera pas de cap. Le Royaume-Uni s'est engagé à investir 1,2 milliard de dollars, et on s'attend à ce que les Français, les Allemands et les Espagnols mettent la main à la poche. Il existe également des débouchés pour les grandes sociétés canadiennes, désireuses de partager les risques dans le cadre de partenariats, et les petites entreprises qui pourraient attirer des capitaux européens.

Dans le domaine militaire, Airbus poursuit résolument son programme A400M FLA (Future Large Aircraft), d'une valeur de 9 milliards de dollars. Étant donné la tiédeur de certains de ses actionnaires, Airbus a réduit le nombre d'appareils nécessaires pour poursuivre le programme, le ramenant de 288 à 180.

Les sociétés canadiennes désireuses d'investir dans d'autres programmes Airbus (par ex., la famille A320) doivent être conscientes que leur participation au programme A3XX ou A400M ne constitue pas obligatoirement un sésame pour d'autres programmes et projets. De plus, les fournisseurs canadiens d'équipements aérospatiaux doivent savoir que les équipements fournis par l'acheteur (EFA) dépassent les 4 millions de dollars sur chaque Airbus avant sa remise au nouveau propriétaire. Cela ouvre des perspectives alléchantes pour les fournisseurs d'EFA comme les systèmes de surveillance du trafic et d'évitement des collisions, les systèmes de gestion de vol, de GPS différentiel, de télécommunications par satellite, de téléphonie embarquée, d'aménagement intérieur et de matériel d'office.

## Profil des marchés par pays

### France

Le marché français de la défense et de l'aérospatiale est le deuxième au monde pour sa taille. Près de 200 entreprises employant 95 000 personnes travaillent dans l'aviation commerciale (Airbus Industrie) et militaire (Rafale et Eurofighter). En 1998, ce secteur a réalisé 48,4 milliards de dollars de chiffre d'affaires, dont 60 % pour l'aviation civile.

### Royaume-Uni

Le marché de l'aérospatiale britannique est le numéro 3 mondial. Il a dégagé 36,2 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 1998; ce chiffre devrait atteindre 103,8 milliards en 2002 et 128,2 milliards en 2003. Ce secteur à lui seul est le principal poste de la balance commerciale du pays et travaille actuellement à la production des ailes de la série A3XX, ce qui devrait créer 8 000 nouveaux emplois. Comme c'est le cas dans la plupart des autres pays européens, le secteur militaire britannique apprend à faire plus avec moins.

### Allemagne

L'Allemagne, l'un des plus gros marchés aérospatiaux, se place en cinquième position mondiale. Après avoir marqué le pas dans les années 90, ce marché est en pleine reprise, ses ventes, en 1997 et en 1998, ayant progressé de 25 % pour atteindre environ 16 milliards de dollars. En dépit de cette reprise récente, l'Allemagne repense actuellement sa stratégie de défense et a réalisé des coupes claires dans les budgets aérospatiaux et de défense.

### Italie

Le secteur aérospatial italien a connu un essor remarquable ces dernières années et décroche la quatrième place en Europe. Il mise en particulier sur la participation à différents programmes d'appareils : gros porteur civil (avec Boeing et Airbus), appareil de transport régional (Embraer), avion militaire (A400M) et chasseurs (Eurofighter, Tornado et ATR).

## Belgique

Bien que la Belgique ne compte aucun assembleur d'appareils, ses quelque 25 constructeurs travaillant pour l'aéro-

spatiale et la défense fournissent Airbus et Embraer, et sont des partenaires potentiels pour les sociétés canadiennes. Au total, ces entreprises emploient 12 000 personnes

et ont réalisé en 1999 un chiffre d'affaires de 1,8 milliard de dollars. Les principales sociétés aérospatiales belges sont Tech-space Aero (TA), SONACA, SABCA, et ASCO Industries.

### Pour plus d'informations sur les débouchés en Europe, prenez contact avec les délégués commerciaux chargés de l'aérospatiale et de la défense mentionnés ci-dessous.

- ◆ **Allemagne/Berlin :**  
Hans Himmelsbach,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(49-30) 20-3120
- ◆ **Allemagne/Dusseldorf :**  
John Schofield,  
Consulat du Canada,  
tél.:(49-211) 172-1717
- ◆ **Allemagne/Hambourg :**  
Harold Mcnairnay,  
Consulat du Canada,  
tél.:(49-40) 35-55-62-91
- ◆ **Allemagne/Munich :**  
John Scott,  
Consulat du Canada,  
tél.:(49-89) 27-99-57-0
- ◆ **Autriche :**  
Roland Rossi,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(43-1) 531-38-3383
- ◆ **Belgique :**  
Paul Desbiens,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(32-2) 741-06-22
- ◆ **Danemark :**  
David Horup,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(45-33) 48-3258
- ◆ **Espagne :**  
Alonso Herrero,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(34-91) 423-3252
- ◆ **Finlande :**  
Seppo Vihersaari,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(358-9) 171-141
- ◆ **France :**  
Guy Ladequis,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(33-1) 44-43-2900
- ◆ **Grèce :**  
George Dimitriou,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(30-1) 727-3355
- ◆ **Hongrie :**  
Tamas Gyorffy,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(36-1) 275-1200/3504
- ◆ **Irlande :**  
John Sullivan,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(353-1) 478-1988, poste 3219
- ◆ **Italie/Rome :**  
Khawar Nasim,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(39-6) 44-598-356
- ◆ **Kazakhstan :**  
Jalil Sharafutdinov,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(7) 3272-501-151
- ◆ **Lettonie :**  
Sean Boyd,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(371) 722-6315
- ◆ **Norvège :**  
John Winterbourne,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(47-22) 99-5333
- ◆ **Pologne :**  
Joanne Lemay,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(48-22) 629-8051, poste 3352
- ◆ **Pays-Bas :**  
Walter Hughes,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(31-70) 311-1600
- ◆ **Portugal :**  
José Correia,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(351-21) 316-4600
- ◆ **République tchèque :**  
Jitka Vrbova,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(420-2) 7210-1800
- ◆ **Roumanie :**  
Octavian Bonea,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(40-1) 222-9845
- ◆ **Royaume-Uni :**  
Sylvia Cesaratto,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(44-171) 258-6610
- ◆ **Russie/Moscou :**  
Tracy Reynolds,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(7-095) 956-6666
- ◆ **Russie/Saint-Pétersbourg :**  
Andrei Galaev,  
Consulat du Canada,  
tél.:(7-812) 325-8448
- ◆ **Suède :**  
Bruce Christie,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(46-8) 453-3015
- ◆ **Suisse :**  
Hugo Klein,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(41-31) 357-3200
- ◆ **Turquie :**  
Can Ozguc,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(90-312) 436-1275/76/77
- ◆ **Ukraine :**  
Volodymyr Vereta,  
Ambassade du Canada,  
tél.:(380-44) 464-1144

Pour plus d'informations sur les marchés de l'aérospatiale au Royaume-Uni et en Allemagne, reportez-vous au site d'information sur les marchés d'InfoExport à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

**L'**Union européenne (UE) est le plus grand marché de produits agro-alimentaires dans le monde et le deuxième en importance pour l'exportation de ces produits. Le Canada a une part de 2,5 % des importations de produits agro-alimentaires de l'UE, ce qui en fait le dixième fournisseur de l'UE en importance pour les produits agricoles et agro-alimentaires. Bien que la valeur totale des exportations canadiennes de produits agro-alimentaires vers l'UE ait diminué, ayant été ramenée de 1,8 million de dollars en 1995 à 1,5 million en 1998, la part des exportations du Canada représentée par les produits à valeur ajoutée est passée de 17 à 22 % pendant la même période.

Les marchés de l'UE les plus importants pour les produits agro-alimentaires canadiens sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France. La Belgique et les Pays-Bas sont eux aussi des points d'entrée importants pour les opérations de transit vers d'autres états membres de l'UE. Ces deux pays sont des voies d'accès vers beaucoup d'autres marchés partout dans le monde, du fait que de nombreuses firmes internationales de courtage y sont à l'œuvre.

### Investissements de l'UE dans l'agriculture canadienne

Certains pays de l'UE sont des leaders

mondiaux dans le domaine de la production, de la transformation et du traitement des produits agricoles et des produits agro-alimentaires. Par le biais de divers programmes et initiatives, le gouverne-

*Un marché appétissant*

# L'agro-alimentaire en Europe

ment du Canada collabore étroitement avec l'industrie canadienne pour favoriser l'élaboration d'alliances stratégiques et la formation de co-entreprises et de partenariats avec des entreprises européennes.

Les investissements de l'UE dans le secteur agro-alimentaire canadien auraient pour effet d'améliorer la performance des entreprises canadiennes en établissant leur présence sur de nouveaux marchés, en leur permettant d'acquérir de nouvelles technologies et de nouveaux produits et en réduisant les coûts au minimum.

### SIAL 2000

Le Salon international de l'alimentation (SIAL), qui est une des foires commerciales les plus dynamiques en Europe et le plus grand salon international de l'agro-

alimentaire dans le monde, aura lieu à Paris, du 22 au 26 octobre 2000.

Organisé par Promosalons, SIAL 2000 aura 5 000 exposants de 88 pays qui présenteront leurs produits à plus de 135 000 professionnels des aliments et boissons venant de partout dans le monde.

Cette foire commerciale de première importance offre aux entreprises canadiennes la très intéressante possibilité de faire connaître leurs produits sur le marché mondial et de montrer directement la solide réputation du Canada comme étant un des leaders mondiaux dans la production de produits alimentaires de qualité à des prix concurrentiels.

Cette année, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) organise et gère la présence canadienne au salon.

Pour plus de renseignements sur SIAL 2000, on peut visiter le site internet d'AAC à [ats-sea.agr.ca](http://ats-sea.agr.ca).

Pour plus de renseignements, visiter le site internet du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca), qui donne un accès instantané à l'information commerciale et offre d'autres programmes et services pour vous aider à faire des affaires à l'étranger. ✪

## Mission commerciale en Russie

(Suite de la page 1)

La mission se dirigera ensuite à Saint-Pétersbourg où elle prévoit, au cours de la journée, proposer de nouvelles relations d'affaires auprès des dirigeants du gouvernement et du milieu des affaires provenant de l'importante région du Nord-Ouest du pays.

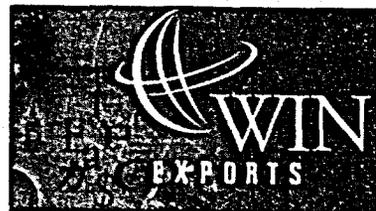
« En prenant part à cette mission commerciale, précise le Ministre, vous pourrez nouer des rapports plus étroits avec les gens d'affaires locaux, donner l'élan néces-

saire à la conclusion finale d'ententes commerciales, rencontrer de nouveaux clients et homologues et ainsi vous faire mieux connaître sur les marchés du pays. »

Pour tout renseignement sur la mission, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, internet : [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca) ✪

## À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la base de données WIN Exports, que les délégués commerciaux à l'étranger utilisent pour mettre en valeur le savoir-faire de votre entreprise auprès d'acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopier votre demande au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphoner au 1 800 551-4946 — (613) 944-4946 à partir de la région de la capitale nationale.



**L'**investissement étranger direct (IÉD) est en plein essor dans le monde. Dans les années 90, le taux de croissance annuel moyen de l'IÉD était supérieur à 20 %, comparativement à 5 % pour le PIB mondial et à 7 % pour le commerce international.

En conséquence, une part croissante des dépenses d'investissement se font à l'extérieur du pays d'attache des entreprises. Dans un environnement commercial de plus en plus libéralisé, les entreprises sont plus en mesure que jamais d'envisager le monde dans sa globalité lorsqu'elles doivent décider du lieu où implanter une usine dans les meilleures conditions, et du choix des partenaires avec lesquels elles veulent forger des alliances. Les investissements de ce type activent les échanges bilatéraux et profitent aux deux pays.

Le Canada hérite-t-il d'une juste part de tous ces investissements? Il reçoit peut-être plus que sa juste part. La part de l'IÉD mondial au Canada a diminué au cours des années, passant de 3,5 % environ dans les années 80 à 2,5 % environ, ou un peu plus, dans les années 90. Or, comme le Canada représente environ 2 % de l'activité économique mondiale, ces pour-

centages sont raisonnables. En fait, l'IÉD au Canada est parti en flèche depuis deux ans, avec une hausse de 54 % en 1998 et de 47 % en 1999. Comment expliquer cet

investissements étrangers au Canada, 240 milliards. Toutefois, les sorties de capitaux ont dégingolé en 1999, chutant de près de 35 % par rapport à 1998, en raison

# Investissement transfrontière : Le Canada reçoit-il sa juste part?



M. Stephen S. Poloz de la SEE

par M. Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

emballement? Eh bien, à cause de la faiblesse relative du dollar, l'investissement dans des entreprises canadiennes semble une bonne affaire aux yeux des investisseurs étrangers.

Par ailleurs, les Canadiens fournissent leur juste part des investissements à l'étranger. En effet, les entrées et les sorties de capitaux pour le Canada s'équilibrent en bout de ligne : à la fin de 1999, les investissements canadiens à l'étranger totalisaient 257 milliards de dollars américains et les

de la faiblesse relative du dollar canadien, qui rendait coûteux ces investissements. Si le dollar se raffermir dans les mois à venir, l'écart entre les entrées et les sorties de capitaux devrait s'amenuiser.

En définitive, nous ne devons pas nous préoccuper de savoir si le Canada reçoit sa juste part des investissements mondiaux ou si notre économie est en train de passer aux mains des étrangers. L'investissement étranger direct est une « voie à double sens » dont chacun tire profit. ★

## La SEE est désormais présente au Mexique

(inspiré d'un article rédigé par M<sup>me</sup> Deborah Chapman, SEE)

« Le Mexique est de toute évidence un marché prioritaire pour la SEE, » de dire M. Marvin Hough, le nouveau représentant commercial à temps plein de la SEE au Mexique, « et je suis ravi de pouvoir contribuer à l'essor de la SEE dans ce pays. » M. Hough aura son bureau à l'ambassade du Canada à Mexico. Afin de faciliter au maximum les rapports entre la SEE et le Service des délégués commerciaux du Canada, la SEE et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ont conclu une entente de co-occupation.

M. Hough explique : « Comme j'ai mon bureau à l'ambassade du Canada, je peux profiter de l'expertise de la Section commerciale et voir en même temps à ce que les initiatives que je mets sur pied coïnci-

dent avec celles du Service des délégués commerciaux ».

L'an dernier, la SEE a fourni de l'aide à 370 exportateurs et investisseurs canadiens qui font affaire au Mexique, cette activité totalisant plus de 1,2 milliard de dollars. M. Hough s'occupera de développer de nouvelles relations d'affaires et de favoriser la création de partenariats, et il développera davantage le solide réseau d'affaires que la SEE avait déjà constitué.

Le dynamisme des relations commerciales entre le Canada et le Mexique repose sur des constatations indéniables :

- L'accès mutuel à nos marchés s'est accru considérablement depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA en 1994.

- Les échanges commerciaux entre le Canada et le Mexique ont augmenté de façon spectaculaire durant la décennie 90. En 1999 seulement, les échanges bilatéraux se sont élevés à 13,9 milliards de dollars canadiens, selon les données sur les importations fournies par les organismes statistiques du Canada et du Mexique.

- Les investissements canadiens au Mexique ont grimpé de plus de 300 % au cours des cinq dernières années.

Le Mexique et le Canada ont intérêt à travailler ensemble au développement d'un certain nombre de secteurs d'activité : pétrole et gaz, énergie électrique, télécommunications, mines, automobile, transport et agriculture.

Pour tout renseignement, communiquer avec M. Marvin Hough, tél. : (011-52-5) 387-9316, courriel : [mhough@edc-see.ca](mailto:mhough@edc-see.ca) ★

**L**e Groupe-Conseil Femmes-Expertise et la Chambre des Femmes d'Affaires et Professionnelles au Développement organisent un **Forum international** reposant sur le thème suivant : *Les femmes, les occasions d'affaires et le commerce dans les pays en développement. Ce forum se*

du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) (Direction des services à l'exportation pour les PME), des femmes d'affaires canadiennes œuvrant dans le commerce international et du Réseau des femmes d'affaires du Québec. Le Forum se veut un rendez-vous d'affaires,

visites d'entreprises industrielles et manufacturières au Québec et en Ontario.

Lors de la soirée de clôture, le Gala des Prix du Millénaire rendra hommage aux femmes qui se sont distinguées par leurs réalisations dans les pays en développement. Les propositions de candidature seront acceptées jusqu'au 30 juillet prochain.

Au nombre des thèmes et des ateliers figurent l'entrepreneuriat féminin et le marché international, les femmes et la mondialisation des marchés, le marché des pays en développement, les moyens d'accès aux marchés, les différences culturelles, la création d'un partenariat avec des PME dirigées par des femmes, le financement à l'exportation, les assurances, le crédit et la gestion de risque à l'international.

**Pour tout renseignement** ou pour s'inscrire, communiquer avec le Groupe Conseil Femmes-Expertise à Ottawa, tél. : (613) 590-7422, sans frais : 1-877-650-5191, téléc. : (613) 590-7423, courriel : [femmes-expertise@sympatico.ca](mailto:femmes-expertise@sympatico.ca) ✱

*Femmes, développement et commerce*

# Forum international et Prix du Millénaire

tiendra du 21 au 23 septembre 2000, à Hull et au Centre des congrès d'Ottawa.

Organisé dans le cadre des **Prix du Millénaire**, le Forum représente une occasion unique de rencontrer des femmes entrepreneures de l'Afrique, de l'Asie du Sud-Est, de l'Amérique latine, des Caraïbes et du Canada.

Les femmes entrepreneures et chefs d'entreprises canadiennes qui s'intéressent à dénicher de nouveaux marchés à l'étranger auront l'occasion de discuter et d'échanger sur les nouvelles visions des affaires dans le contexte de la mondialisation des marchés, de nouer des liens et de conclure des accords de partenariat d'affaires ou de services professionnels avec leurs homologues étrangers.

Le Forum bénéficie de la participation

de femmes d'affaires, un lieu d'échanges internationaux et une occasion de nouer des rapports entre les femmes chefs d'entreprises provenant, entre autres, du secteur manufacturier, des services, de l'agro-alimentaire, des technologies de l'information, de l'industrie touristique, de l'industrie textile, et des ressources naturelles.

Les délégations des pays invités ainsi que des personnes de divers milieux représentant les affaires et la coopération, le gouvernement, le commerce international et les ONG participeront au Forum.

Les activités prévues au programme comprennent des rencontres privées et des contacts d'affaires, des conférences avec des invitées bien connues, des ateliers, des tables rondes, des dîner-conférence, des occasions de nouer des rapports, des

## Visite ministérielle

*(Suite de la page 3)*

province, M<sup>me</sup> Sandra Kelly, et du président de l'Alliance, M. Lorne Janes, le nom des récipiendaires du 16<sup>e</sup> Prix d'excellence à l'exportation de Terre-Neuve et du Labrador.

La tournée se poursuit... Le ministre Pettigrew entend continuer sa tournée pan-canadienne à l'automne. ✱

## NIAGARA TRADE COUNCIL

*(Suite de la page 6)*

d'une campagne d'un an visant à accroître les échanges commerciaux et culturels et les liens transfrontaliers entre le Canada et les États-Unis.

**Pour tout renseignement**, communiquer avec M<sup>me</sup> Kerry Mitchell, agente des Affaires publiques, consulat général du Canada à Buffalo (N.Y.), tél. : (716) 858-9581, téléc. : (716) 852-4340, courriel : [kerry.mitchell@dfait-maeci.gc.ca](mailto:kerry.mitchell@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Coup de pouce

À l'intention des exportateurs du bois : c'est bien beau, les grandes théories et les plans d'affaires ingénieux : vous voulez exporter votre bois en France ou faire des affaires en Europe ? Comment démarrerez-vous concrètement votre réseautage ? Voici un petit coup de pouce simple et pratique qui peut être mis en œuvre en deux minutes sans que ça ne vous coûte un sous. Visitez le site [www.chez.com/lescarret/](http://www.chez.com/lescarret/)

Il s'agit d'un site bilingue français-espagnol où vous pouvez passer de

petites annonces sur vos possibilités d'exportation. Le site touche une clientèle internationale (principalement européenne). Les annonces sont diffusées chaque semaine auprès des acheteurs par courrier, courrier électronique et télécopieur. En plus de voir les prix demandés par les autres vendeurs, vous pouvez aussi consulter les annonces des acheteurs de bois afin de mieux connaître leurs besoins et leurs exigences techniques.

C'est un petit pas simple, soit. Mais c'est une action tangible et concrète. Il faut bien commencer quelque part! Bonne Chance! ✱

**D**epuis l'entrée en vigueur de l'ALENA en 1994, la fabrication de produits électroniques est en plein essor au Mexique. Dans diverses régions du pays, des grappes manufacturières prennent forme ou s'élargissent rapidement dans beaucoup de sous-secteurs : ordinateurs personnels, ordinateurs de poche, imprimantes et autres périphériques, matériel de télécommunications, téléphones cellulaires, caméras, télécopieurs, téléviseurs et magnétoscopes.

Les gros constructeurs de matériel comme IBM, Hewlett-Packard, Motorola, NEC et Xerox possèdent des usines et des centres de distribution importants au pays. La plupart des grandes sociétés de fabrication de matériel électronique y sont également présentes : Celestica, SCI Systems, Solectron, Flextronics, Jabil Circuits et Dovatron, ainsi qu'un grand nombre de fabricants de pièces spéciales.

Cette activité manufacturière est concentrée surtout dans les régions suivantes :

- Guadalajara : ordinateurs, matériel de bureau, matériel de télécommunications et semi-conducteurs
- Aguascalientes : matériel de bureau et pièces électroniques
- Nord-Ouest (Tijuana et Chihuahua) : appareils, produits de grande consommation et pièces automobiles
- Nord-Est (Monterrey) : matériel de télécommunications et produits de grande consommation
- Mexico : matériel de télécommunications.

### Un secteur en progression

On estime à 650 le nombre d'entreprises présentes dans le secteur de l'électronique au Mexique. Pour le seul État du Jalisco, les exportations de produits électroniques étaient estimées à 9 milliards de dollars américains en 1999.

Le secteur a progressé non seulement sur le plan quantitatif, mais aussi au point de vue de l'intégration, du raffinement technique et de la qualité. Ayant une vocation exportatrice, les usines mexicaines appliquent les normes de qualité mondiales les plus rigoureuses qui soient.

Plusieurs sociétés de fabrication multinationales classent leurs usines mexicaines parmi les plus efficaces et les mieux cotées de toutes.

Bien que la majeure partie de la production consiste encore en une grande quantité de produits de fabrication en série peu complexes, des sociétés introduisent présentement au Mexique des programmes de production à degré de complexité plus élevé, tendance qui, selon de nombreux analystes, s'accroîtra dans les prochaines années. Notons, à

# L'électronique au Mexique

titre d'exemple, la forte augmentation du nombre de commandes de matériel de réseautique placées au Mexique en 1999.

Pour garantir leur compétitivité, ces centres manufacturiers naissants doivent à tout prix développer une base d'approvisionnement. Les considérations de coût et de délai de livraison obligent les fabricants à chercher continuellement des fournisseurs fiables, efficaces et bien situés. Les principaux fabricants de matériel électronique n'ont pas tardé à entrer sur le marché mexicain; pour pouvoir suffire à la demande de leur clientèle, ils ont doublé leur capacité de production au Mexique dans la seule année 1999.

### Débouchés ouverts au Canada

Cependant, on peut être proche du marché mexicain sans y être présent physiquement. La grande majorité des intrants utilisés par le secteur de l'électronique sont importés, principalement de l'Asie. Des considérations telles que les frais de transport et les délais de livraison, l'importance d'être proche du consommateur final, l'accroissement de la fabrication de produits haut de gamme au Mexique et, bien sûr, l'ALENA, font que les entreprises canadiennes sont dans une position avantageuse pour offrir des produits et des services de toutes sortes aux divers intervenants de la chaîne d'approvisionnement dans le secteur mexicain de l'électronique.

Des débouchés commerciaux existent dans les domaines suivants : circuits intégrés et semi-conducteurs, câbles et connecteurs, circuits imprimés rigides et

circuits imprimés souples, adaptateurs de courant, fournitures pour lignes de terminal monomode, moules d'injection pour matières plastiques, emballage, formation, technique et formation en anglais.

### Initiatives du MAECI

Par l'intermédiaire de sa Direction du Mexique, de l'ambassade du Canada à

Mexico et des consulats canadiens à Guadalajara et à Monterrey, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) travaille ardemment à informer les entreprises canadiennes des débouchés qui existent dans le secteur de la fabrication des produits électroniques au Mexique, et à aider ces entreprises à tirer profit de ces débouchés.

Notons plusieurs initiatives récentes qui vont dans ce sens :

- kiosque canadien à Mexitronica, la foire commerciale nationale du secteur mexicain de l'électronique (voir p. 15);
- préparation d'un répertoire des sociétés d'électronique établies à Guadalajara, la « Silicon Valley » du Mexique;
- préparation d'un répertoire des sociétés de moulage de plastique par injection qui approvisionnent le secteur de l'électronique;
- organisation d'une mission commerciale au Canada à laquelle participent des entreprises des secteurs de l'électronique et des technologies de l'information (TI) de la région de Guadalajara;
- préparation d'un profil de marché sur le secteur de l'électronique, qui sera diffusé bientôt sur le site internet du Service des délégués commerciaux, à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Ted Mackay, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 995-0460, téléc. : (613) 996-6142, courriel : [ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca) \*

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**SINGAPOUR — Blocs-freins pour trains électriques à unités multiples** — Le haut-commissariat du Canada à Singapour fait savoir que la société Singapore MRT est à la recherche de fournisseurs ou de fabricants de blocs-freins pour trains électriques à unités multiples. Les entreprises que ce marché à terme intéresse peuvent se procurer les documents d'appel d'offres auprès de la société Singapore MRT moyennant des frais de 25,75 \$SG (environ 23 \$CAN), par jeu de documents. Frais d'expédition en

sus. Date de clôture : 18 juillet 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), n° de référence 000426-01658. Pour tout renseignement : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=271fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=271fr)

**THAÏLANDE — Construction d'une ligne de haute tension** — L'ambassade du Canada à Bangkok fait savoir que l'organisme chargé de la production d'énergie en Thaïlande (EGAT) lance un appel d'offres scellées portant sur la construction d'une ligne de haute tension de 115 kV (Lan Krabu-Lamphaengphet) dans le cadre du projet de système de transport destiné aux producteurs d'énergie indépendants. Les entreprises peuvent se procurer les documents de soumission moyennant la somme (non remboursable) de 4 000 THB (100 \$US) par jeu de documents. Date de

clôture : 28 juillet 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), n° de référence 000510-01825. Pour tout renseignement : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=296fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=296fr)

**THAÏLANDE — Construction d'une ligne de haute tension** — L'ambassade du Canada à Bangkok fait savoir que l'organisme chargé de la production d'énergie en Thaïlande (EGAT) lance un appel d'offres scellées portant sur la construction d'une ligne de haute tension de 230 kV (Pluak Daeng - Ban Kai) dans le cadre du projet de système de transport de 500 kV destiné aux producteurs d'énergie indépendants. Coût des documents de soumission : 8 000 THB (210 \$US) par jeu de documents (non remboursables). Date de clôture : 27 juillet 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), n° de référence 000510-01824. Pour tout renseignement : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=295fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=295fr)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) \*



## Le COAI en bref

Depuis son ouverture en 1995, le COAI a rejoint plus de 25 000 entreprises canadiennes et répondu à plus de 16 000 demandes de renseignements d'acheteurs étrangers.

Grâce au COAI, plus de 8 500 entreprises canadiennes ont été mises en relation avec des acheteurs étrangers.

Les agents de repérage du COAI consultent de nombreuses bases de données et d'importants réseaux de personnes-ressources dans le secteur privé pour repérer des sociétés canadiennes de toutes tailles.

Le COAI, qui relève à la fois du ministère des Affaires étrangères et du Commerce International et d'Industrie Canada, peut aussi compter sur la collaboration d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le COAI est le centre de ressources d'Équipe Canada Inc.

## Mission canadienne au Maroc (Suite de la page 1)

Le Forum Francophone des Affaires (FFA), l'Association des manufacturiers et exportateurs du Québec (AMEQ) et la Banque Centrale Populaire du Maroc ont mis sur pied une mission commerciale, composée de gens d'affaires de 11 entreprises du Québec et d'une entreprise du Nouveau-Brunswick. Les gens d'affaires représentaient les secteurs de l'aéronautique, la formation, l'environnement, l'informatique, des technologies de l'information, des télécommunications et du génie-conseil. En avril, cette mission s'est rendue à Tanger, à Casablanca et à Rabat, au Maroc

Au Maroc, l'ambassade du Canada a organisé des rencontres, des colloques

et des visites industrielles et fait valoir devant les gens d'affaires les avantages de tisser des rapports plus étroits avec ce pays au moment où ce dernier vient de conclure un Accord d'association avec l'Union européenne.

Grâce à cette mission, les nouveaux partenaires ont déjà négocié et signé plusieurs ententes de collaboration et de partenariat dans des domaines aussi divers que la collecte des déchets, l'agroalimentaire, les logiciels, les télécommunications et l'enseignement supérieur. Des discussions sont en cours et devraient aboutir à de nouvelles ententes dans un proche avenir. \*

## Santé 2000 : une première mondiale

MONTRÉAL — 30 septembre-5 octobre 2000 — C'est au Palais des Congrès que se tiendra **Santé 2000**, une conférence et une exposition interdisciplinaires réunissant des milliers de professionnels de la santé venus de toutes les régions du globe.

Des gestionnaires d'hôpitaux et de centres de la santé, des omnipraticiens et des spécialistes, des infirmiers et infirmières, des pharmaciens, des chercheurs, des membres du gouvernement, des représentants d'associations sectorielles, des fabricants d'équipements et de produits, et des fournisseurs de services y participeront.

L'événement a obtenu la prestigieuse Trade Fair Certification accordée par le département du Commerce des États-Unis.

On explorera cinq thématiques très actuelles : la biotechnologie, la télémédecine, les soins ambulatoires, la bioéthique, et l'économie et la gestion optimale de la santé. On abordera également cinq zones de spécialisation : le cancer, les maladies cardiovasculaires, les maladies infectieuses, les maladies mentales, le développement humain et le vieillissement.

Une exposition, tenue en parallèle au

Congrès, regroupera des centaines de fournisseurs de produits et de services, dont plusieurs dans des pavillons nationaux ou thématiques. De petites présentations, à caractère commercial ou technique, seront aussi offertes dans une aire d'animation centrale.

Le **Congrès Santé 2000** est présenté conjointement par l'Association internationale des professions de la santé (AIPS) et la Réunion des partenaires des industries de la santé (RéPIS), avec l'appui de nombreuses associations professionnelles et sociétés savantes. Développement économique Canada est l'un de ses principaux commanditaires.

### Accent sur la médecine à distance

La V<sup>e</sup> Conférence internationale sur les aspects médicaux de la télémédecine se tiendra également dans le cadre de **Santé 2000**.

Il s'agit d'une initiative conjointe de la Société canadienne de télésanté (SCT) et de l'International Society for Telemedicine (ISFT).

La télésanté est un domaine de pointe dans lequel le Canada fait figure de précurseur. Grâce à cette pratique, on peut établir des diagnostics à distance, suivre les patients, mettre à jour ses dossiers, consulter simultanément plusieurs experts, donner des cours de formation, et même effectuer des interventions chirurgicales très délicates. La topographie du Canada de même que son avancement dans le domaine des technologies de la télécommunication ont favorisé son avance dans un secteur appelé à révolutionner la pratique de la médecine au cours des prochaines décennies.

**Pour plus de renseignements**, contacter M. Pierre Lebeault, Santé 2000, tél. : (514) 990-8643, téléc. : (514) 990-8651, courriel : [plebeault@groupexpo.com](mailto:plebeault@groupexpo.com) internet : [www.sante2000.com](http://www.sante2000.com) et [www.isf+2000.com](http://www.isf+2000.com) \*

## Le BIG 5 : l'avenir en construction au Moyen-Orient

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — 15-19 octobre 2000 — Le **BIG 5** est le plus gros salon annuel de l'industrie de la construction au Moyen-Orient. Il doit attirer plus de 1 000 exposants de 36 pays et il offre un accès instantané à un marché dynamique et en expansion d'envergure mondiale.

Le Dubai World Trade Centre accueillera sous un même toit cinq grands salons dans les domaines suivants : construction, technologie de l'eau et environnement, climatisation et réfrigération, nettoyage et entretien, verre et métal, salles de bains et céramique. Cet événement donne aux exportateurs canadiens l'occasion de prendre pied sur le marché qui connaît le taux de croissance le plus rapide au monde.

Le développement des secteurs public et privé au Moyen-Orient s'assortit de débouchés de plusieurs milliards de dollars dans les grandes industries participant au **BIG 5**.

Dans le passé, ce salon a reçu près de 20 000 professionnels, notamment d'importants acheteurs, des entrepreneurs ou des sélectionneurs d'échantillons des sec-

teurs public et privé, et aussi des dirigeants d'entreprises locales de fabrication.

La délégation canadienne portera encore son attention sur les occasions d'affaires en croissance au chapitre des infrastructures destinées aux secteurs des télécommunications, des hôpitaux, des écoles, des universités, des aéroports, des hôtels, des centres commerciaux, des supermarchés, des habitations de luxe et des logements résidentiels.

Fort de plus de 100 millions d'habitants, le Moyen-Orient devrait compter plus de 170 millions de personnes en 2010. Étant donné qu'environ 60 % de la population a moins de 25 ans, la prochaine décennie connaîtra une poussée énorme dans le développement et la construction d'habitations.

Au salon de 1999, environ 60 % de l'espace consacré au **BIG 5** de 2000 avait déjà été réservé. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Cosmos Pacific Investment and Consulting Inc., tél. : (604) 731-9663, téléc. : (604) 263-1652, courriel : [cpic@direct.ca](mailto:cpic@direct.ca) \*

## LA RUSSIE OUVERTE AU SECTEUR ALIMENTAIRE

SAINT-PÉTERSBOURG, RUSSIE — 25 septembre 2000 — Une Foire de l'alimentation d'une journée, organisée par Agriculture et Agroalimentaire Canada et le consulat général du Canada à Saint-Petersbourg, suivra la Foire mondiale de l'alimentation qui doit se tenir à Moscou du 18 au 22 septembre 2000. Votre entreprise aura ainsi l'occasion de faire connaître ses produits ou ses technologies alimentaires dans le Nord-Ouest de la Russie, une région qui compte 17 millions d'habitants!

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Margarita Sandal, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Saint-Petersbourg; tél. : (011-7-812) 325-8448, téléc. : (011-7-812) 325-8393, courriel : [margarita.sandal@dfait-maeci.gc.ca](mailto:margarita.sandal@dfait-maeci.gc.ca) \*

BARBADE — 6-7 novembre 2000 —  
 ANTIGUA — 9-10 novembre 2000 —  
 L'entreprise Canadian Export Development (CED) organise, en collaboration avec le haut-commissariat du Canada à la Barbade, la **Foire des produits de construction canadiens**, un événement de premier plan pour les entreprises de design et de construction résidentielle, commerciale et industrielle.

D'une part, les entreprises canadiennes qui cherchent à exploiter des débouchés commerciaux dans les marchés des Caraïbes pourront faire la promotion de leurs produits et de leurs services sous une seule enseigne et, d'autre part, les décideurs et les acheteurs importants des Caraïbes orientales, tant du secteur public que privé, seront invités à visiter l'exposition.

Le haut-commissariat du Canada encourage les entreprises canadiennes à examiner de près les occasions d'affaires de plus en plus nombreuses qu'offre le secteur de la construction en plein essor dans les Caraïbes. Il s'agit surtout d'occasions dans le secteur public (ports, aéroports, routes et eaux usées). Les grands

## Foire de produits de construction canadiens dans les Caraïbes

projets en cours comprennent l'agrandissement de l'aéroport des Barbados et Dominique, et l'embarcadère pour bateau de plaisance à Antigua. La participation à la foire est une bonne stratégie de commercialisation, offrant une excellente occasion de vous faire connaître dans un marché important, de dénicher de nouvelles ventes et d'amorcer des relations d'affaires avec des partenaires des Caraïbes.

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du MAECI pourrait offrir une aide financière aux entreprises qui désirent participer à cet événement, en couvrant certains frais liés à l'activité. Les entreprises admissibles pourraient se voir rembourser jusqu'à 50 % des frais de déplacement, de location d'espace et de kiosque. Veuillez vous informer auprès du Centre de commerce international de votre région.

Pour plus de renseignements ou pour vous inscrire, communiquer avec M. Robert Grison, directeur des opérations, CED, tél. : (613) 825-9916, téléc. : (613) 825-7108, courriel : [cced@sympatico.ca](mailto:cced@sympatico.ca)

Pour plus de renseignements sur les débouchés commerciaux dans les Caraïbes orientales (de Anguilla à la Grenade), communiquer avec Charlotte Huston, déléguée commerciale, haut-commissariat du Canada à Bridgetown, tél. : (1-246) 429-3550; téléc. : (1-246) 431-9068; courriel : [charlotte.huston@dfait-maeci.gc.ca](mailto:charlotte.huston@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Salon techno-alimentaire en Turquie

ANKARA, TURQUIE — 13-16 octobre 2000 — **Foodtec 2000**, le **Salon international de l'alimentation et des technologies alimentaires**, est un événement d'envergure constitué d'un volet conférence — à laquelle participeront des orateurs bien en vue venant de la FAO, du ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales de la Turquie et des universités de Metu, de Hacettepe et d'Ankara — et d'un volet foire commerciale, où seront exposées les dernières découvertes dans le domaine de l'alimentation et des technologies alimentaires : prêt-à-manger, équipements alimentaires, matériel d'emballage et machines de conditionnement, matériel de nettoyage, et traitement des eaux usées.

Les sujets traités à la conférence sont les suivants (certains seront traités pour la première fois sur une tribune internationale) : sécurité alimentaire régionale, sécurité alimentaire durable, effet des derniers événements au sein de l'Union

européenne et de l'Organisation mondiale du commerce sur l'industrie alimentaire, stratégies pour entrer sur les marchés étrangers, usage des pesticides en agriculture et salubrité de l'environnement, et gestion de la recherche dans l'industrie alimentaire. Les exposés seront suivis de séances de discussion libre.

Voilà une occasion unique de connaître les découvertes et les produits les plus récents dans l'industrie et de rencontrer les principaux décideurs et dirigeants d'entreprises de l'Amérique du Nord et de l'Amérique du Sud, de l'Asie, de l'Europe et du Moyen-Orient.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Can Özgüç, délégué commercial, ambassade du Canada, Ankara; tél. : (011-90-312) 436-1275, téléc. : (011-90-312) 446-2811, courriel : [can.ozguc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:can.ozguc@dfait-maeci.gc.ca) ou consulter le site internet de Foodtec 2000 : [www.comart.com.tr/english/indexeng.html](http://www.comart.com.tr/english/indexeng.html) (formulaires d'inscription électroniques). \*

## MEXITRONICA 2000

GUADALAJARA — 17-19 octobre 2000 — Le Canada aura un kiosque national à **Mexitronica**, la sixième conférence et exposition nationales annuelles de la fabrication électronique du Mexique.

Mexitronica est la principale foire de l'industrie de l'électronique du Mexique, un événement sans pareil pour les fournisseurs de composants, de matériel et d'autres produits et de services destinés au secteur de la fabrication de produits électroniques.

La présence du Canada repose sur sa stratégie visant à promouvoir les capacités canadiennes et à appuyer les efforts commerciaux des entreprises qui bénéficieront d'un kiosque représentant l'image du Canada. Le personnel du consulat profitera de l'occasion pour leur offrir des conseils d'expert et des services tels que la recherche de partenaires commerciaux et la traduction.

Pour plus de renseignements sur **Mexitronica**, consulter son site internet [www.mexitronica.com](http://www.mexitronica.com)

Pour plus de renseignements sur le kiosque du Canada ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Ted Mackay, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 996-6142, courriel : [ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca) \*

# canadexport



## Les TITRES du JOUR

**Equipe Canada 2000**  
se rendra à Beijing, à Shanghai et à Hong Kong

Le mois dernier, le Premier ministre, M. Jean Chrétien, a annoncé qu'il dirigera la prochaine mission commerciale d'Equipe Canada, qui se rendra à Beijing, Shanghai et Hong Kong du 18 au 26 novembre 2000. Une délégation de gens d'affaires, de dirigeants d'établissements d'enseignement et de municipalités, et de jeunes entrepreneurs participera à cette sixième mission d'Equipe Canada.

Le ministre du Commerce

**Nouvelle Stratégie pour l'Afrique**

Le ministre du Commerce

## NOUVELLES COMMERCIALES

● **L'Afrique en direct**  
Les affaires en marche



● **De nouveaux records**  
Le ministre Pettigrew lance le premier rapport annuel sur le commerce

● **Participez à la consultation**  
sur le commerce des services!

● **Une vision pour l'avenir avec la CCC**

● **Profil du secteur de l'environnement de la Russie**  
Aperçu du marché et

## Le NOUVEL EXPORTATEUR du MOIS

● **Une cybersociété du Nouveau Brunswick se lance aux E.-U.**



CrescentStudio.com

## FOIRES et MISSIONS COMMERCIALES

● **AfricaRai2000 -- Sur la voie des affaires**

● **Un pays des Antilles met en vedette la technologie, les produits et les services canadiens**

● **Grand salon de l'alimentation en Chine**

● **Salon 2000 de l'alimentation**

## Eurêka!

Plus besoin d'attendre le facteur!  
Le site de **CanadExport** vient de faire peau neuve :  
**[www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)**  
Profitez pleinement de ce nouvel outil!

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9



Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



PLEINS FEUX SUR LES SUCCÈS DES  
EXPORTATEURS AUTOCHTONES  
(Voir l'encart)



LATEST ISSUE  
DERNIER  
NUMÉRO

Décollage en septembre

# Mission Commerciale en Europe centrale

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

JUL 4 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

## DANS CE NUMÉRO

- 2 Un nouveau délégué commercial en chef
- 3 Nouvel exportateur du mois
- 4 Marché de la biotechnologie au R.-U.
- 6 Carrefour États-Unis
- 8 La gestion des déchets en Europe du Nord
- 12 Ressources naturelles Canada en Asie
- 13 Bon suivi de la mission au Japon
- 14 Occasions d'affaires
- 15 Financement des exportations et assurances
- 18 Les centres de services aux entreprises
- 20 Foires et missions commerciales
- 22 Conférences/colloques/réunions
- 24 [www.infoexport.gc.ca/canadexport/](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport/)

EUROPE CENTRALE — 10-15 septembre 2000 — Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, dirigera une délégation de gens d'affaires

qui se rendra à Budapest (Hongrie), à Bratislava (Slovaquie), à Prague (République tchèque) et à Ljubljana (Slovénie) en septembre prochain.

Depuis 10 ans, ces pays ont profondément transformé leurs systèmes économiques, délaissant la gestion centralisée et contrôlée au profit de l'économie de marché. Les investisseurs et les partenaires commerciaux sont y les bienvenus, car ces pays veulent moderniser leur infrastructure pour être plus concurrentiels à l'échelle mondiale et ont besoin de matériel neuf et de services.

Les milieux des affaires et les pouvoirs publics mettent l'accent sur la productivité et la compétitivité, et sont à la

Voir page 10 - Mission

## On recrute pour octobre MISSION AU MAROC, EN ALGÉRIE, EN ESPAGNE

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, effectuera du 10 au 20 octobre prochains une mission commerciale multi-sectorielle qui le mènera au Maroc, en Algérie et en Espagne.

Voir l'article à la page 20

## Un guide sûr vers la Hongrie

## La Chambre de commerce Canada-Hongrie

L'île de Manhattan qui, à une époque, était habitée par des Autochtones, fut achetée par les Hollandais pour la somme de 24 \$. C'était en 1624. Aujourd'hui, New York est l'un des centres financiers les plus puissants et ses loyers figurent parmi les plus élevés du monde. Qui ne rêverait aujourd'hui de mettre la main sur Manhattan pour la modique somme de 24 \$!

À l'heure actuelle, on peut dire la même chose de la Hongrie. Ce pays est sur le point de faire partie de l'Union européenne (UE) et le fait de s'y implanter ou d'y établir des relations d'affaires en prévision de son adhésion à l'UE offre un double avantage : celui de bénéficier des prix et des possibilités qui existent avant l'adhésion tout en profitant

Voir page 11 - La Chambre



**L**e ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) vient de nommer M. John Gero au poste de sous-ministre adjoint aux Affaires internationales et délégué commercial en chef. Il succède à M. William L. Clarke.

général de la Direction générale de la politique commerciale, s'occupant des aspects de la politique commerciale liés à l'investissement, à la politique de la concurrence, aux marchés publics, aux services et à la propriété intellectuelle. M. Gero est

# Un nouveau délégué commercial en chef

M. Gero, qui est économiste, s'est joint à l'administration fédérale du Canada en 1975 et a travaillé sur des questions d'aide internationale et de commerce international. Il a occupé des postes aux missions canadiennes de Nairobi et de Genève et était le négociateur canadien pour l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) pour ce qui concerne les questions de propriété intellectuelle. M. Gero a été à la tête de directions du MAECI traitant des questions de propriété intellectuelle à l'échelle internationale, des enjeux généraux en matière d'accès aux marchés et des recours commerciaux. De 1996 à 2000, il a occupé le poste de directeur



*M. John Gero, sous-ministre adjoint aux Affaires internationales et délégué commercial en chef*

depuis peu membre du Conseil d'administration de la Corporation commerciale canadienne.

En sa qualité de délégué commercial en chef, M. Gero a l'intention de poursuivre le renouvellement du Service des délégués commerciaux (SDC), qui a déjà donné des résultats concrets. Par exemple, les entreprises canadiennes peuvent maintenant recourir à un ensemble bien défini de services de base dans les 130 bureaux répartis dans le monde

entier. « Les gens d'affaires canadiens ont accueilli très favorablement l'évolution du Service des délégués commerciaux, explique M. Gero. Nous poursuivrons nos efforts afin d'offrir le meilleur service possible à nos clients. »

Au cours de la prochaine année, M. Gero compte tirer parti du partenariat d'Équipe Canada inc dans les régions afin de trouver de nouveaux exportateurs et de les aider à se lancer sur les marchés étrangers. Il tient aussi beaucoup à améliorer les services offerts aux entreprises canadiennes en mettant à la disposition des clients du SDC des services électroniques complets dans un proche avenir.

M. Gero a déjà eu l'occasion d'accompagner le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, à Québec et à St. John's, où il a rencontré des dirigeants d'entreprises canadiennes. « J'ai l'intention d'entretenir ces contacts essentiels avec les gens d'affaires afin de bien faire ressortir le rôle très important que le SDC peut jouer dans le développement de leur entreprise, précise M. Gero. J'espère qu'ils communiqueront directement avec moi ([john.gero@dfait-maeci.gc.ca](mailto:john.gero@dfait-maeci.gc.ca)) s'ils veulent proposer des améliorations à apporter au Service ou simplement pour me faire part de l'excellent travail d'un délégué commercial en particulier. » \*

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction : Patrick Marleau  
Mise en page : Yen Le  
Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Télec. : (613) 992-5791  
Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet : [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

## NOMINATION D'UN REPRÉSENTANT DE LA SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS AU BRÉSIL

Pour favoriser la création de nouveaux débouchés et renforcer les relations commerciales entre les entreprises canadiennes et brésiliennes, l'organisme canadien officiel de crédit à l'exportation, soit la Société pour l'expansion des exportations (SEE), a nommé un représentant commercial permanent au Brésil.

« Compte tenu de l'importance et de la diversité des relations commerciales entre le Canada et le Brésil et des possi-

bilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes et brésiliennes dans nos deux pays, la SEE veut se doter d'une présence permanente plus importante dans ce marché stratégique, » explique M. Eric Siegel, vice-président directeur de la SEE. « Nous pourrons ainsi mieux comprendre le milieu des affaires du Brésil et aider les entreprises brésiliennes à s'approvisionner en produits et en services de qualité au Canada. »

Voir page 19 - Représentant

L'« pétrole est qualifié d'« or noir » et l'eau, d'« or bleu », ce qui fait ressortir à quel point ces deux ressources sont devenues précieuses en ce début du XXI<sup>e</sup> siècle. Et pour la société Hill Murray de Victoria (C.-B.), une

de installer une partie du matériel et d'effectuer sa mise en service. Un tel mandat correspond précisément à la spécialité de Hill Murray qui, le plus souvent, supervise des projets, depuis la conception et

planifier et à organiser des réunions et nous a prêté main forte en vue d'obtenir l'appui de l'ACDI. Elle a vraiment pris à cœur notre projet d'exportation.»

Un autre élément déterminant du succès de Hill Murray est sa collaboration avec l'entreprise de génie Sypher Mueller International Inc. d'Ottawa, chef de file dans le domaine de la planification aéroportuaire. « Cette association est le résultat d'une longue histoire, d'expliquer M. Hill. Nous avons lié connaissance lors de travaux conjoints dans le cadre d'un projet ferroviaire en Colombie-Britannique. » Sypher Mueller avait obtenu un contrat du ministère du Tourisme et du Transport international de La Barbade pour effectuer

Première « plongée » en exportation

## Une PME de Victoria régénère les eaux à La Barbade

entreprise de régénération des eaux et d'ingénierie, fondée en 1993 et comptant 35 employés, chaque goutte compte.

« Au départ, nous étions spécialisés dans des projets très intéressants de réutilisation de l'eau. Et, à partir de là, nous avons développé nos compétences dans le domaine du recyclage de l'eau », explique M. Trevor Hill, président de Hill Murray. Acquis il y a quatre mois par Conor Pacific Technologies Inc., la société est devenue la Division de l'eau de Conor Pacific avec un effectif de 50 personnes.

En janvier dernier, désireuse de prendre de l'expansion et de tâter de l'exportation, Hill Murray a décidé de franchir la frontière. Le premier projet d'exportation était un contrat avec l'aéroport international Grantley Adams (La Barbade).

### Le mandat

« Nous avons vite compris que la région de Victoria ne pouvait nous offrir qu'un nombre réduit de projets. Nous avons alors cherché les régions manquant d'eau que notre technologie de régénération pourrait intéresser », commente M. Hill. C'est alors qu'une piste fournie par Sypher Mueller International a aiguillé Hill Murray vers La Barbade. « Ce projet est intéressant. En effet, La Barbade manque d'eau, son gouvernement fait preuve d'une grande souplesse, nous avons le soutien de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) dans ce projet et le dollar américain est une devise couramment utilisée. »

Dans le projet de modernisation de l'aéroport international Grantley Adams, Conor Pacific est chargée de concevoir l'usine d'épuration des eaux, de définir les spécifications du matériel, de voir à l'expédition, de même

les études, jusqu'à la mise en exploitation, l'entretien ou la mise à niveau.

« Nos systèmes utilisent une combinaison exclusive de séparation matérielle (filtration sur membrane) et de traitement biologique pour épurer les eaux usées. En combinant différentes techniques et technologies, nous obtenons une eau de grande qualité. Avec une demande biochimique en oxygène inférieure à 5 mg par litre, l'eau traitée servira à alimenter les circuits de toilettes. Nous desservons les installations aéroportuaires et les terrains d'atterrissage. »

### Un marché de 2,5 millions de dollars

« L'ACDI s'est beaucoup intéressée à nous après avoir appris que nous allions aider le gouvernement de La Barbade à réviser sa législation en matière de régénération de l'eau, d'ajouter M. Hill. L'ACDI était particulièrement ravie de voir que nous allions pouvoir apporter dans ce projet le fruit de notre expérience [de la gestion des aspects réglementaires et des politiques publiques, au niveau provincial au Canada] en plus de nos services de conception et d'exploitation. »

Le programme de coopération industrielle (PCI) de l'ACDI a permis à Hill Murray d'obtenir une « lettre d'intérêt » correspondant à 5 % de la valeur du projet.

M. Hill ne tarit pas d'éloges à l'endroit de l'ACDI et de M<sup>me</sup> Charlotte Hutson, agent de commerce au haut-commissariat du Canada à Bridgetown : « M<sup>me</sup> Hutson nous a apporté une aide aussi judicieuse que précieuse. Elle nous a mis en rapport avec les organismes gouvernementaux, nous a communiqué les coordonnées des personnes-ressources, nous a aidés à

la supervision technique des travaux d'expansion et de remise en état de l'aérogare, d'une valeur de 50 millions de dollars américains.

### L'expérience, source de sagesse

« Nous avons trois conseils à l'intention des exportateurs novices », confie M. Hill.

1. Investissez. L'exportation est une entreprise coûteuse qui nécessite la passation de contrats sur place à l'étranger. C'est une entreprise alléchante, mais qui nécessite beaucoup d'argent.
2. Soyez au fait de la législation canadienne. Essayez de faire établir et signer tous les documents contractuels et autres en vertu du droit canadien (p. ex. à titre de sous-traitant). Votre tâche s'en trouvera simplifiée puisque vous serez au courant de vos droits et que vous saurez comment les faire valoir, au besoin, devant les tribunaux canadiens.
3. Fixez clairement les modalités de paiement anticipé. Pour notre part, nous avons exigé un paiement anticipé de 95 % de la valeur du projet, les 5 % restants devant être versés à la livraison. Nous avons clairement établi en détail à quel moment et de quelle façon les versements devaient être faits. Portez une attention particulière à l'expédition, au partage des risques et aux comptes débiteurs. »

Pour plus de renseignement, joindre M. Trevor Hill, tél. : (250) 216-7478, téléc. : (250) 655-8954, courriel : [trevor.hill@conorpac.com](mailto:trevor.hill@conorpac.com) internet : [www.conorpac.com](http://www.conorpac.com)



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

ROYAUME -  
UNI

Présents dans 133 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



— Marché d

L'industrie de la biotechnologie du Royaume-Uni est la deuxième en importance au monde. Elle se caractérise par de puissantes sociétés multinationales et un secteur dynamique de PME, qui mettent à profit les fusions, les partenariats et l'exploitation sous licence. Dans tout le pays, on trouve un certain nombre d'institutions de recherche et d'établissements de formation universitaire renommée internationale. Les parcs technologiques favorisent le regroupement de l'industrie et la collaboration. Le gouvernement offre un soutien vigoureux à l'industrie, et le cadre de réglementation est efficace.

**Biopharmaceutique**

La recherche dans le domaine des produits de santé et des produits pharmaceutiques reçoit un soutien important. Les principaux débouchés que trouveront les sociétés canadiennes au Royaume-Uni sont liés à la découverte et au développement de nouveaux médicaments. Bon nombre des plus grandes sociétés biopharmaceutiques au monde ont leur siège-social au Royaume-Uni. Comme la plupart de ces dernières ont également des bureaux au Canada, les entreprises canadiennes occupent une bonne position pour établir des partenariats en recherche, des

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les investisseurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

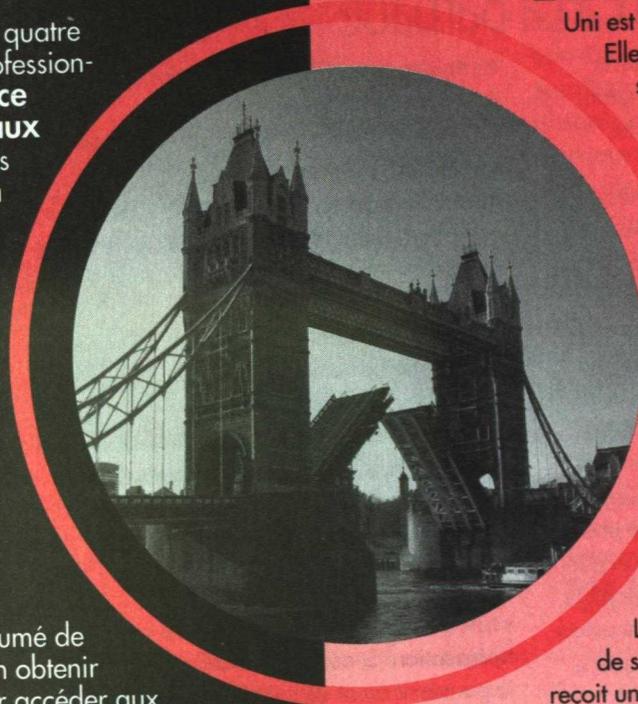
Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les bio-industries en Europe

# ROYAUME - UNI

Présents dans 133 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



# — Marché d

L'industrie de la biotechnologie du Royaume-Uni est la deuxième en importance au monde. Elle se caractérise par de puissantes sociétés multinationales et un secteur dynamique de PME, qui mettent à profit les fusions, les partenariats et l'exploitation sous licence. Dans tout le pays, on trouve un certain nombre d'institutions de recherche et d'établissements de formation universitaire renommée internationale. Les parcs technologiques favorisent le regroupement de l'industrie et la collaboration. Le gouvernement offre un soutien vigoureux à l'industrie, et le cadre de réglementation est eff

## Biopharmaceutique

La recherche dans le domaine des produits de santé et des produits pharmaceutiques reçoit un soutien important. Les principaux débouchés que trouveront les sociétés canadiennes du Royaume-Uni sont liés à la découverte et au développement de nouveaux médicaments. Bon nombre des plus grandes sociétés biopharmaceutiques au monde ont leur siège-social au Royaume-Uni. Comme la plupart de ces dernières ont également des bureaux au Canada, les entreprises canadiennes occupent une bonne position pour établir des partenariats en recherche, des

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIVITÉ »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les investisseurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les bio-industries et



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# é de la biotechnologie

logie du Royaume-Uni, d'importance au marché mondial de puissantes entreprises nationales et un secteur de PME, qui mettent à l'épreuve les partenariats sous licence. De plus, on trouve un certain nombre d'institutions de recherche et d'établissements universitaires de renommée internationale, des centres technologiques et le regroupement de la recherche et de la collaboration. Le Royaume-Uni offre un soutien à l'industrie, et la réglementation est efficace.

## Biotechnologie agricole

Étant donné l'opinion actuelle du public sur les questions relatives à la biotechnologie agricole, et

technologies « de série » sont particulièrement en demande. Les entreprises canadiennes qui offrent une technologie et des produits occupant un créneau trouveront de nombreux débouchés dans ce secteur en croissance.

## Aperçu du marché

Ventes annuelles (1998)	9,7 milliards \$
Ventes prévues (2000)	22 milliards \$
Dépenses prévues en R. et D. (2001)	773 millions \$
Nombre d'entreprises	460
Nombre d'entreprises cotées en bourse	40
PME (estimation)	300

## Biotechnologie

Le domaine des produits pharmaceutiques est le principal secteur de la biotechnologie. Les principales sociétés canadiennes se concentrent sur le développement de nouveaux produits issus de ce secteur jusqu'en 2002. On a cependant permis d'effectuer des essais en conditions réelles afin que l'on poursuive des études sur l'incidence de ces produits sur le plan sanitaire et environnemental, et des centres de recherche continuent de travailler à la création de plantes et d'animaux transgéniques.

## ACTIF

## DU CANADA

recherche de contacts de renseignements pour les renseignements annage

s bio-industries en

## Biotechnologie environnementale

Ce secteur offre des débouchés prometteurs. À l'heure actuelle, la biorestauration ne représente que 7 % des technologies de décontamination utilisées au Royaume-Uni. Les solutions environnementales et les



## Autres débouchés

L'industrie du Royaume-Uni s'intéresse tout particulièrement à la biofabrication. D'où les débouchés qui existent pour les entreprises canadiennes possédant des compétences dans l'établissement d'installations de production et la prestation de services connexes. Le marché est aussi très favorable aux projets de recherche préclinique et aux autres services de recherche liés aux essais cliniques. D'autres domaines, dans le secteur de la recherche et du développement, présentent des débouchés, notamment le séquençage, la thérapie génique, la production de protéines et d'enzymes et la synthèse chimique.

## Distribution de l'industrie

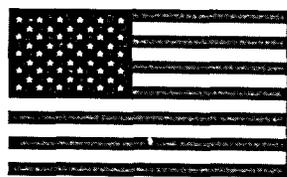


■ biopharmaceutique  
■ biotechnologie agricole  
■ biotechnologie environnementale

## Ce marché vous intéresse ?

Pour en savoir plus sur les débouchés, les attentes de la clientèle et les stratégies d'entrée sur le marché, consultez *Le marché de la biotechnologie au Royaume-Uni*, un rapport complet préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du Canada. Ce rapport se trouve à l'adresse suivante :

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



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Une grande première aux États-Unis

## Mission Équipe Canada Atlantique

Le *Boston Business Journal* avait vu juste en titrant le 5 mai 2000 « Campagne-éclair de l'équipe commerciale canadienne à Boston ». C'était là une description exacte de l'imminente mission commerciale d'Équipe Canada Atlantique, du 8 au 12 mai, dans le sud de la Nouvelle-Angleterre.

À l'invitation du premier ministre de l'Île-du-Prince-Édouard, M. Pat Binns, le premier ministre Jean Chrétien s'est joint à ses quatre homologues des provinces de l'Atlantique et au ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, afin de donner le coup d'envoi de cette mission fructueuse de cinq jours. Le but visé était de faire valoir les compétences des exportateurs de l'Atlantique et de stimuler les échanges et les investissements bilatéraux entre les provinces de l'Atlantique et la Nouvelle-Angleterre.

C'est la réussite de la mission commerciale inaugurale d'Équipe Atlantique dans les quatre États du nord de la Nouvelle-Angleterre, l'an dernier, qui a donné l'élan à cette nouvelle incursion sur ce marché des États-Unis. Dix entreprises participantes avaient alors noué des liens avec plus de 300 entreprises américaines, générant des

ventes immédiates dépassant 2,2 millions de dollars et des projets de vente de plus de 28 millions. (En 1999, le commerce bilatéral entre les 6 États de la Nouvelle-Angleterre et les 4 provinces de l'Atlantique se chiffrait à 4,9 milliards de dollars.)

« L'une de mes priorités, en tant que premier ministre, est de créer des emplois dans toutes les régions du Canada, en donnant à nos exportateurs la visibilité dont ils ont besoin dans des marchés importants, a déclaré le Premier ministre. Les provinces de l'Atlantique sont fertiles

en entreprises de calibre mondial, elles possèdent une main d'œuvre hautement qualifiée, spécialisée dans les secteurs de la nouvelle économie, et elles représentent une excellente destination pour des investissements bon marché. Je suis fier de me joindre aux premiers ministres de ces provinces afin de bâtir des relations plus solides avec la Nouvelle-Angleterre. »

Des dirigeants de plus de 40 entreprises canadiennes ont pris part à cette première mission d'Équipe Canada aux États-Unis, faisant escale au Rhode Island et au Connecticut, après une première journée bien remplie à Boston.

### Des activités réussies à Boston

Un des points culminants de la mission était la participation du Premier ministre à une table ronde sur l'investissement, avec 13 PDG et d'autres hauts dirigeants d'entreprises américaines de premier plan, dont plusieurs ont réalisé des investissements considérables au Canada.



Photo de groupe de la mission d'Équipe Canada Atlantique. Au premier rang, de gauche à droite, Mme Mary Clancy, consul général du Canada à Boston; les premiers ministres Pat Binns (Î.-P.-É.), et John Hamm (N.-É.); le premier ministre Jean Chrétien; les premiers ministres Bernard Lord (N.-B.), et Brian Tobin (T.-N. et Labrador), et le ministre du Commerce international Pierre Pettigrew.

Équipe Canada Atlantique - Brian Simpson

Un participant américain, M. Frank Girard, s'intéresse depuis quelque temps à la possibilité de faire des affaires au Canada. Son entreprise de technologies de l'information, Comverse Network Systems, du Massachussets, est présente dans plus de 65 pays. Il a déclaré après la réunion : « C'est très encourageant. »

Le premier ministre de Terre-Neuve et du Labrador, M. Brian Tobin, s'est aussi dit satisfait : « Grâce à ces rencontres, plusieurs grandes sociétés américaines souhaitent venir à Terre-Neuve et au Labrador pour y explorer les possibilités d'investissement. Je suis ravi du nombre de liens solides noués pendant la mission et je suis persuadé que, dans les prochains mois, nous verrons se conclure de nombreux marchés issus de ce voyage. »

Le forum Capital-risque, auquel a participé le ministre Pettigrew et les PDG de six sociétés d'investissement spécialisées en capital-risque, a aussi connu un franc succès. Animé par M. Claude Lemay, PDG de la société montréalaise Alis Technologies Inc., il portait sur les moyens d'intensifier le mouvement du capital risque vers les provinces de l'Atlantique et d'accroître la communication et le réseautage entre les sociétés nord-américaines d'investissement en capital-risque.

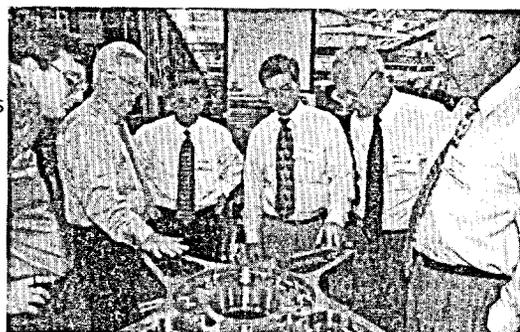
M<sup>me</sup> Sandra Kelly, ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de

Terre-Neuve et du Labrador, a rencontré des représentants d'une société d'investissement en capital-risque principalement destiné aux petites et aux moyennes entreprises. « Les représentants de cette société souhaitent venir à Terre-Neuve et au Labrador pour y rencontrer des gens d'affaires de la région, et je pense qu'ils viendront dans notre province cet été », a dit M<sup>me</sup> Kelly.

M<sup>me</sup> Janice Bourque, directrice générale du Massachusetts Biotechnology Council, qui a été favorablement impressionnée par la région lors d'une visite en Nouvelle-Écosse et à Terre-Neuve en novembre dernier, s'est dite heureuse que le Premier ministre soit allé à Boston pour aider à communiquer un message positif aux dirigeants d'entreprises locales. « J'ai été très étonnée du niveau de la recherche qui se fait à Halifax et à St. John's, a déclaré

les participants à la mission et des gens d'affaires du Connecticut.

À l'issue de ces réunions, la société Sikorsky Aircraft du Connecticut et la Newfoundland Bonding and Composite



Equipe Canada Atlantique - Brian Simpson

Visite de l'usine de fabrication d'hélicoptères de la société Sikorsky au Connecticut. De gauche à droite : le premier ministre Bernard Lord; M. Dean Borgman, président de Sikorsky Aircraft Corp.; les premiers ministres Brian Tobin, Pat Binns et John Hamm; et M. Craig Dobin, de Canadian Helicopter Corporation.

(NBC) ont formé un partenariat. NBC est une filiale de CHC Helicopters de St. John's, première société d'hélicoptère au monde.

Au sujet de la participation de l'île-du-Prince-Édouard, le premier ministre Binns a déclaré : « Il semble d'ores et déjà que les sociétés de l'île aient réalisé des ventes se situant entre 3 millions et 6 millions de dollars grâce aux contacts établis. »

La société Amalgamated Dairies Limited, principal producteur laitier de l'île-du-Prince-Édouard, a commercialisé son fromage de marque ADL pendant la mission. « Le dernier jour de la mission, » de dire M. Ron Dehmel, directeur des ventes et du marketing chez ADL, « j'ai établi deux contacts importants offrant un potentiel formidable pour le fromage ADL. Un important courtier en alimentation m'a fourni des renseignements sur toutes les grandes chaînes de magasins d'alimentation, les courtiers et distributeurs de produits alimentaires en Nouvelle-Angleterre, m'épargnant ainsi plus d'un mois de recherches. »

La mission a permis aux participants d'établir de précieux contacts dans la région de la Nouvelle-Angleterre. « Nous sommes très satisfaits des résultats de la mission, a déclaré le premier ministre Binns. Elle a donné à bon nombre des plus petites sociétés le soutien et l'encouragement dont elles ont besoin pour explorer un marché qui offre l'accès à des millions de consommateurs. »



Equipe Canada Atlantique - Brian Simpson

À Boston, le Ministre Pettigrew (à droite), hôte d'un petit-déjeuner d'affaires, s'entretient avec M. Jim Sotvedt, délégué commercial principal du consulat général du Canada à Boston, et avec M. Kenneth D. Taylor (au centre), consultant chez NBTel.

M<sup>me</sup> Bourque. Il y a là beaucoup de possibilités à exploiter. Nous possédons ici de grandes compétences techniques, et ces marchés sont très proches. Pourquoi nous tourner vers l'Europe sans voir ce qui se trouve à côté de chez nous? »

#### De Boston au Connecticut

Après Boston, la mission s'est rendue à Warwick, au Rhode Island, pour participer à un petit déjeuner offert par le gouverneur, M. Lincoln Almond. Le lendemain, des réunions individuelles ont eu lieu à New Haven, au Connecticut, avec des représentants d'entreprises locales. Avant les réunions, le gouverneur, M. John Rowland, a donné un petit déjeuner pour

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA au site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

**E**n 1998, la Suède a produit 3,8 millions de tonnes d'ordures ménagères. Vingt-sept pour cent de ces déchets

cipalités et sert à l'enfouissement des ordures ménagères, l'autre est aux mains de l'industrie. Le pays compte environ

15 nouveaux objectifs de qualité de l'environnement. L'un de ces objectifs prévoit l'imposition d'exigences plus rigoureuses et uniformes en ce qui concerne les décharges en vue d'améliorer la qualité de la nappe phréatique. Un autre vise l'amélioration du milieu par la réduction du nombre de décharges.

Le 1<sup>er</sup> janvier 2000, la Suède a commencé à prélever une taxe sur les déchets déposés dans les décharges. Parmi les autres mesures prévues figurent, en 2002, l'interdiction d'enfouir des déchets combustibles dans les décharges et le triage obligatoire des déchets et, en 2005, l'interdiction d'enfouir des déchets organiques dans les décharges. Dans le domaine de la gestion des déchets, la Suède privilégie en tout premier lieu le recyclage et la réutilisation, puis la conversion des déchets

*Voir page 9 – Gestion*

## Débouchés dans la gestion des déchets

# Suède

ont été recyclés, 38 % ont été incinérés et transformés en énergie et 8 % ont été traités biologiquement. L'économie suédoise, qui repose sur l'exportation, génère entre 60 et 80 millions de tonnes de déchets par année. Environ 47 % des déchets industriels sont recyclés ou réutilisés, le reste étant enfoui dans des décharges.

Il existe en Suède quelque 600 décharges. La moitié appartient aux muni-

4 500 décharges fermées. Certaines ont causé de graves dommages au milieu environnant et devront faire l'objet de mesures d'assainissement.

En janvier 1999, la Suède a adopté un nouveau code de l'environnement qui comprend une ordonnance visant la collecte et l'élimination des déchets. Le code élargit la portée de la législation nationale et la rend plus stricte. La Suède s'est donné

DANEMARK, SUÈDE et FINLANDE — 18-22 septembre 2000 — Les entreprises canadiennes qui ont des technologies ou un savoir-faire dans le secteur de la gestion des déchets pourront participer à une nouvelle mission NEXOS (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) au Danemark, en Suède et en Finlande.

Ces trois pays multiplient les efforts pour réduire la quantité de déchets enfouis dans les décharges. Aussi offrent-ils des débouchés intéressants pour les entreprises qui proposent des technologies de recyclage novatrices ou des solutions de gestion des déchets et des déchets dangereux.

Grâce à un programme conçu spécialement pour les participants, cette mission de cinq jours permettra de promouvoir des technologies et des produits canadiens présentés pour la première fois sur les marchés visés. La mission, qui séjournera un jour ou deux dans chaque pays, prévoit notamment des séances d'information et des rencontres individuelles avec des représentants d'entreprises.

### Protection de l'environnement

Bien que les caractéristiques de chacun des marchés et les règlements qui y sont appliqués puissent varier, le Danemark, la Finlande et la Suède ont des vues semblables en ce qui concerne la protection

## Mission de prospection des marchés de la gestion des déchets en Europe du Nord

de l'environnement. Au sein de l'Union européenne (UE) comme à l'échelle internationale, ces trois pays unissent leurs efforts pour promouvoir des politiques de développement durable. Ils s'efforcent en outre de promouvoir la protection de l'environnement dans les pays voisins de la mer Baltique où les marchés de l'environnement en sont encore à leurs débuts.

Les participants se rendront d'abord à Copenhague. De là, ils emprunteront le nouveau pont Oresund, de 7,8 km, pour se rendre à Jönköping, en Suède, où ils assisteront à une foire commerciale sur la gestion des déchets et le recyclage et à deux expositions complémentaires (*Water and Nordic Road* et *Traffic 2000*). Ces événements attireront la plupart des entreprises suédoises qui exercent leurs activités dans ces domaines de même que des exposants de pays voisins. Les participants prendront le train à Jönköping pour se rendre à Stockholm, puis à Helsinki, par avion ou, la nuit, par traversier.

Pour participer à cette mission, contactez-nous avant le 21 juillet.

Pour plus de renseignements sur les marchés de l'Europe du Nord, communiquer avec M<sup>me</sup> Inga-Lill Olsson, agente de commerce, ambassade de Canada à Stockholm, tél. : (011-46-8) 453-3019, téléc. : (011-46-8) 24-24-91, courriel : [inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca)

Pour s'inscrire à la mission, communiquer avec M. Emmanuel Skoulas, délégué commercial, Expansion du commerce en Europe, MAECI, tél. : (613) 995-6565, téléc. : (613) 944-1008, courriel : [emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca](mailto:emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca)

Pour vous aider à tirer le maximum de votre séjour en Europe, dans la semaine précédant la mission NEXOS, une mission se rendra au Royaume-Uni, du 12 au 14 septembre, pour visiter l'exposition du recyclage et de la gestion des déchets, à Birmingham.

Pour plus d'information à ce sujet, communiquer avec M. Patrick Stratton, agent commercial, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6654, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : [patrick.stratton@dfait-maeci.gc.ca](mailto:patrick.stratton@dfait-maeci.gc.ca) ✱

La gestion des déchets coûte annuellement environ 1,26 milliard de dollars à la Finlande. Chaque année, les municipalités finlandaises produisent quelque 3 millions de tonnes de déchets et le secteur industriel finlandais, la même quantité. Compte tenu des nouvelles taxes imposées par les autorités et de l'accroissement des frais d'enfouissement, le recyclage et la transformation de déchets en énergie suscitent de plus en plus d'intérêt. Au cours des prochaines années, les pouvoirs publics chercheront à mettre en place des méthodes de séparation à la source en vue de la récupération et de la production d'énergie.

Les Finlandais ont adopté une nouvelle législation entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2000, qui respecte les exigences de la Commission européenne en matière de systèmes intégrés de prévention et de réduction de la pollution. L'objectif visé est d'améliorer l'état de l'environnement en utilisant les meilleures techniques existantes (MTE). D'ici 2007, qui est l'échéance pour l'application des dispositions de la loi, la Finlande devrait réaliser d'autres investissements importants dans les secteurs de la gestion des déchets et du contrôle des émissions.

En 1998, le marché finlandais de l'environnement valait 2,5 milliards de dollars environ. La valeur des technologies de l'environnement finlandaises se situe

autre pays de l'UE devrait être aisément admis en Finlande.

Les municipalités et les administrations publiques assurent le gros des projets

## Débouchés dans la gestion des déchets

# Finlande

entre 2,7 et 4,6 milliards de dollars par année. Les connaissances techniques sont le point fort des Finlandais, la commercialisation et les capitaux, leur point faible.

### Débouchés

Les fournisseurs de MTE et de produits uniques, offerts à prix compétitifs, trouveront en Finlande des marchés sélectifs dans les domaines de la séparation et de la manutention automatisées des déchets, des technologies de recyclage des déchets, de la combustion mixte et de la pyrolyse.

### Particularités du marché

Dans le secteur des technologies de l'environnement, il est recommandé de faire appel à un agent ou à un distributeur sur place plutôt que d'établir dans le pays un service de ventes complet. La Finlande respecte scrupuleusement les directives et règlements de l'Union européenne (UE). Un produit qui a été accepté dans un

dans le secteur de l'environnement. Elles privilégient les fournisseurs de leur région ou de leur pays et ceux des pays voisins. L'industrie finlandaise est plus ouverte aux fournisseurs de technologies environnementales reconnus mondialement.

La Finlande offre des partenariats et des services logistiques qui facilitent l'accès aux marchés des États baltes et de la Russie. L'instabilité économique qui prévaut en Russie continue toutefois de représenter un obstacle. Cela dit, en établissant un partenariat avec une entreprise finlandaise, il est possible d'avoir accès à des projets d'envergure financés par des organismes internationaux.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Seppo Vihsaari, attaché commercial, ambassade du Canada à Helsinki, tél. : (011-358-9) 171-141, téléc. : (011-358-9) 601-060, internet : [www.canada.fi](http://www.canada.fi)



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.



## Gestion des déchets en Suède (Suite de la page 8)

en énergie, et elle ne recourt qu'en dernier lieu à l'enfouissement.

Les déchets sont devenus une importante source d'énergie en Suède. Quelque 22 usines transforment les ordures ménagères en énergie et ensemble produisent 7,1 TWh d'énergie. Par ailleurs, en 1998, 423 GWh d'énergie ont été générés par extraction des gaz d'enfouissement.

### Débouchés

- Technologies de recyclage, de triage novatrices, etc.
- Solutions pour le traitement de déchets dangereux
- Solutions pour le traitement des eaux de lixiviation

- Mesures d'assainissement
- Autres technologies novatrices

### Particularités du marché

Les 289 municipalités suédoises n'ont pas de politique uniforme de gestion des déchets. Pour éviter les problèmes de langue et être en mesure de bien comprendre les règlements locaux, il est conseillé d'avoir un partenaire suédois.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Inga-Lill Olsson, agente de commerce, ambassade du Canada à Stockholm, tél. : (011-46-8) 453-3019, téléc. : (011-46-8) 24-24-91, courriel : [inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canadaemb.se](http://www.canadaemb.se)

Chaque année, le Danemark produit plus de 11 millions de tonnes de déchets, dont 6 millions de tonnes de déchets commerciaux ou industriels. Au cours des 15 à 20 dernières années, les autorités danoises ont adopté une régle-

- Systèmes de gestion de l'environnement et systèmes améliorés de contrôle de la qualité (pour réduire la consommation de ressources naturelles)
- Systèmes de ramassage des déchets spéciaux

*Débouchés dans la gestion des déchets*

# Danemark

mentation exhaustive en matière de gestion des déchets, dans le but d'en faire une ressource, et non un fardeau pour la société. La politique gouvernementale actuelle comporte trois volets :

- Réduction de la quantité de déchets par la mise en place d'une technologie plus propre.
- Mesures en faveur du recyclage.
- Si le recyclage est impossible, incinération des déchets pour produire de l'énergie ou, en dernier ressort, enfouissement dans une décharge.

Le Danemark affiche l'un des taux d'incinération des déchets les plus élevés du monde. Chaque année, il brûle quelque 2,5 millions de tonnes de déchets, dont 80 % sont des ordures ménagères non recyclables. À l'heure actuelle cependant, on met de plus en plus l'accent sur le recyclage. D'ici 2004, le gouvernement espère que le taux de recyclage aura atteint 65 % dans le cas des déchets industriels et 30 % dans le cas des ordures ménagères.

## Débouchés

- Technologies plus propres (c'est-à-dire procédés, systèmes de fabrication, matières premières générant moins de déchets ou de résidus)
- Systèmes de recyclage de matériaux, d'équipements, de composants et d'emballages
- Systèmes et technologies permettant de séparer les contaminants environnementaux des déchets
- Systèmes assurant un recyclage complet, c'est-à-dire permettant de faire d'un produit utilisé un nouveau produit (comme les accumulateurs au nickel-cadmium)

- Systèmes de traitement des déchets dangereux

## Possibilités de partenariat ou de transfert de technologie

Le Danemark a de très nombreux contacts dans le secteur de l'environnement en Europe centrale et en Europe orien-

tales, ce qui offre d'excellentes occasions de partenariat pour les entreprises canadiennes. Reconnu mondialement pour ses technologies de l'environnement novatrices, il présente pour le Canada des possibilités intéressantes dans le domaine des transferts de technologie et des connaissances techniques.

## Particularités du marché

On conseille aux entreprises canadiennes d'établir un partenariat avec une entreprise danoise, les municipalités préférant faire des affaires en danois. Les solutions de haute technologie sont en demande.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Horup, agent de promotion commerciale, ambassade du Canada à Copenhague, tél. : (011-45) 33-48-32-58, téléc. : (011-45) 33-48-32-21, courriel : david.horup@dfait.maeci.gc.ca internet : www.canada.dk ✪

## Mission commerciale en Europe centrale

(Suite de la page 1)

recherche de technologies, de produits et de services nouveaux, ce qui fait de ces pays des marchés prometteurs pour les entreprises canadiennes. De plus, leur passage à l'économie de marché, leur accession éventuelle à l'Union européenne dans les prochaines années et la proximité de la Russie et des autres pays d'Europe de l'Est (qui forment un marché de 400 millions de personnes) créent d'intéressantes possibilités de commerce et d'investissement.

La mission commerciale mettra en vedette les neuf secteurs d'activité suivants :

- **technologies de l'information et télécommunications** : téléphonie sans fil, commerce électronique, logiciels
- **agroalimentaire** : semences, légumineuses à grain et viande
- **transports** : aérospatiale, chemins de fer, automobile, systèmes de contrôle de la circulation routière
- **construction** : matériaux perfectionnés, logiciels pour bâtiment intelligent, maisons usinées, produits de construction spécialisés

- **produits médicaux et pharmaceutiques** : médicaments génériques, suppléments alimentaires, vitamines, systèmes d'information pour les soins de santé et la gestion hospitalière, fournitures médicales
- **produits et services environnementaux** : technologies de surveillance et de traitement des déchets solides, épuration de l'eau et traitement des eaux usées
- **énergie** : petites centrales hydro
- **technologies de pointe** : géomatique
- **services financiers** : logiciels et gestion de systèmes

Les sociétés canadiennes, en particulier les PME, qui envisagent de s'implanter ou d'élargir leurs activités en Europe centrale sont invitées à participer à cette mission, parrainée par la Banque de Montréal, Postes Canada, et la Société pour l'expansion des exportations.

Pour tout renseignement, communiquer avec la Direction Équipe Canada, MAECI, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, internet : www.tcm-mec.gc.ca ✪

(Suite de la page 1)

d'une période de préparation avant d'intégrer l'UE avec la Hongrie, gagnant ainsi un accès privilégié à tout le marché européen.

Il sera très avantageux d'être sur place lorsque la vague de prospérité économique déferlera sur la Hongrie!

La Chambre de commerce Canada-Hongrie constitue une première étape idéale pour mieux connaître la Hongrie, nouer des relations sociales, apprendre la langue, organiser des projets conjoints ou même commencer à créer un réseau d'affaires au sein des entreprises ou des pouvoirs publics.

### Réalisations de la Chambre de commerce

Fondée en 1988, la Chambre de commerce Canada-Hongrie compte quelque 130 membres. Elle est fière de son passé et son directeur, M. Thomas Szirmay, aime se remémorer les initiatives de la Chambre qui ont contribué à resserrer la coopération entre le Canada et la Hongrie. « En 1991, nous avons participé aux négociations sur la double imposition des sociétés canadiennes en Hongrie. La Chambre était aussi présente lorsque Budapest a modernisé son réseau d'autobus, puisqu'elle a fait le lien entre la Commission des valeurs du Québec, la Société de transport en commun de la Communauté urbaine de Montréal et les chauffeurs d'autobus hongrois. Et lorsque les chauffeurs sont venus à Montréal pour y recevoir une formation de trois ans, elle s'est occupée des contacts avec les pouvoirs publics. »

Par ailleurs, lorsque la Caisse de dépôts et de placements du Québec s'est alliée à son homologue hongroise pour former une coentreprise, appartenant à 80 % à la Caisse, afin de mettre son expertise en gestion à la disposition des administrateurs des caisses de retraite de l'armée hongroise et du ministère de l'Agriculture de la Hongrie, la Chambre de commerce l'a aidée à élaborer ses plans de négociations, à se faire connaître auprès du public et à recueillir de l'information.

« Nous sommes une organisation proactive, ajoute M. Szirmay. Nous n'aimons pas attendre que d'autres fassent le travail pour nous! »

### Services offerts

Les membres de la Chambre se réunissent environ six fois l'an dans le cadre de visites,

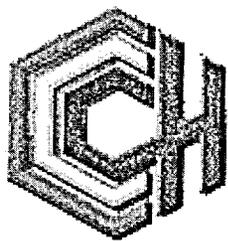
secteur d'activité, par exemple l'industrie pharmaceutique ou l'hôtellerie. »

Au sujet des occasions de réseautage, M. Szirmay dit que les gens seraient étonnés de voir à quel point la Chambre réussit à prendre contact avec des gens très influents, comme à la Caisse de dépôts et de placement du Québec. « Même avec

*Un guide sûr vers la Hongrie*

# La Chambre de commerce Canada-Hongrie

de conférences et de banquets. « Il est vrai que nous nous intéressons aux affaires culturelles et que, parfois, nos rencontres consistent strictement en des réceptions mondaines. Cependant, les affaires sont notre but premier », précise M. Szirmay. Le programme de la Chambre comporte des séances de formation, des conférences, des voyages d'accompagnement en



Hongrie et des activités de réseautage. Par exemple, en 1993, une grande conférence organisée pour les principales banques canadiennes et hongroises, a réuni les Caisses populaires Desjardins, la Banque Canadienne Impériale de Commerce, la Banque Toronto-Dominion et certaines banques hongroises.

Et ce n'est pas tout. « Nous appuyons en outre les intérêts canadiens et hongrois, ajoute M. Szirmay. Nous sommes constamment à la recherche de sociétés intéressantes et de bons candidats qui souhaitent faire des affaires ensemble. Nous conseillons également les sociétés canadiennes et les sociétés hongroises lorsqu'une occasion d'affaires se présente dans un

un ancien vice-président aux finances pour le Québec, d'ajouter M. Szirmay. Nous sommes vraiment très actifs. » La Chambre suit de près la mission commerciale canadienne prévue pour septembre.

De la Chambre, qui a son siège à Montréal, M. Szirmay dit avec enthousiasme : « Trente pour cent des membres sont hongrois et soixante pour cent sont francophones. La Hongrie est en pleine mutation : elle a un nouveau gouvernement et offre de nouveaux débouchés. Le fondateur de la Chambre habite maintenant à Budapest, ce qui nous assure un lien très solide avec la Hongrie. »

M. Szirmay souligne que la Chambre cherche à étendre ses activités dans l'Ouest canadien. « Nous diffusons de l'information sur la côte ouest, en Colombie-Britannique et à Calgary. »

**Pour de plus amples renseignements** ou pour devenir membre, communiquer avec M. Thomas Szirmay, directeur, tél. : (514) 932-1988, téléc. : (514) 932-5188, courriel : [hccc@sympatico.ca](mailto:hccc@sympatico.ca) internet : [www3.sympatico.ca/hccc](http://www3.sympatico.ca/hccc) ✪

**E**n janvier dernier, M. Ralph Goodale, ministre des Ressources naturelles du Canada, a dirigé une mission de deux semaines sur le commerce et l'investissement en Chine, en Corée du Sud et au Japon. La mission comptait quelque 80 participants, soit des représentants des gouvernements fédéral et provinciaux, d'associations professionnelles, de collectivités autochtones et d'entreprises privées. C'était la plus importante délégation canadienne du secteur des ressources naturelles qui se soit rendue dans un marché étranger.

La mission visait deux buts immédiats découlant de l'objectif économique à long terme du gouvernement, soit une croissance soutenue de la productivité. Les deux buts : trouver de nouveaux marchés pour les entreprises canadiennes du secteur et établir la notoriété du Canada en tant que fournisseur fiable de technologie, de services et de produits pour le secteur.

La tenue d'une mission commerciale axée sur le secteur des richesses naturelles allait de soi. Au Canada, ce secteur fournit de l'emploi à plus de 750 000 personnes, sa contribution au produit intérieur brut (PIB) dépasse 10 %, il totalise plus de 20 % des nouveaux investissements de capitaux et il génère près du tiers des exportations canadiennes. Ces dernières années, par suite de l'adoption de nouvelles technolo-

gies et de meilleures pratiques commerciales, la croissance de la productivité dans le secteur a été plus de deux fois plus forte que la moyenne nationale.

L'itinéraire de la mission a donné aux participants un aperçu des économies

M. Knight, « il est important que les entreprises participent à ces missions, car elles leur donnent accès aux décideurs ».

Au cours des missions, les contacts ne se limitent pas aux intervenants du pays étranger. En général, on ne participe

*Ressources naturelles Canada*

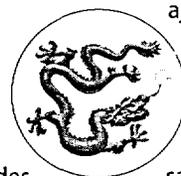
# Vif succès de la mission en Asie

bien établies ainsi que des nouvelles économies d'Asie. Le Japon, la plus importante économie d'Asie, est aussi la deuxième en importance dans le monde, après celle des États-Unis. L'économie de la Chine et celle de la Corée du Sud affichent une expansion rapide; l'an dernier, leur PIB a augmenté de 8,1 et 13 % respectivement.

La mission s'est avérée un vif succès à plusieurs égards, notamment parce qu'elle a permis aux participants de recueillir des renseignements des plus intéressants. Pour les entreprises, les missions commerciales offrent non seulement l'occasion de conclure des marchés, mais aussi une bonne idée des besoins et des débouchés dans les régions visitées. « Cette mission en Asie nous a beaucoup aidés à comprendre ce que nous devons faire pour réussir dans la région », affirme M. Roland Knight, président de **RADARSAT International**. Pour le gouvernement, la mission a été un exercice de reconnaissance en force, une expérience dont les enseignements seront très utiles pour préparer la prochaine mission d'Équipe Canada en Chine au mois de novembre.

La mission du secteur des richesses naturelles a également permis d'établir de nombreuses nouvelles relations d'affaires. Les missions commerciales offrent aux entreprises l'occasion de rencontrer des représentants d'entreprises étrangères avec lesquels il leur serait difficile d'entrer en contact de leur propre initiative. Selon

pas à une visite à l'étranger pour mieux connaître les Canadiens, mais c'est pourtant un avantage découlant de toute mission commerciale. « Grâce aux contacts noués au cours de la mission, nous pouvons mieux apprécier les possibilités qu'offrent les produits forestiers à valeur ajoutée », souligne M. Ken Noskey, président du **Metis Settlements General Council**.



Bien entendu, aucun de ces avantages n'aurait pu être obtenu sans l'appui des spécialistes de

Ressources naturelles Canada, du Conseil commercial Canada-Chine ainsi que du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, qui ont assuré conjointement la planification et la tenue de la mission. « Le personnel de l'ambassade et les fonctionnaires accompagnant le Ministre avaient une connaissance professionnelle du marché », fait remarquer M<sup>me</sup> Natalia Bouvier, directrice du développement des marchés à l'Association canadienne du contreplaqué.

Le plus beau fleuron des organisateurs de la mission et la meilleure consécration que celle-ci a atteint son but est sans aucun doute le fait que les participants sont rentrés au pays plus convaincus que jamais que la réalité d'un marché va au-delà des rapports et des statistiques et qu'une entreprise soucieuse de réussir à l'étranger ne saurait se dispenser d'envoyer des gens sur place pour explorer, observer, poser des questions et écouter. ✪



*Signature de l'Accord entre le Canada et la Chine sur la formation en matière de gestion des feux de forêt, à Beijing, par le ministre Goodale (à gauche) et l'administrateur adjoint du Service gouvernemental de la foresterie, M. Li Yucai. Debout, de gauche à droite, M. Howard Ballock, ambassadeur du Canada en Chine, M. Doug Ketcheson, directeur général, Service canadien des forêts, Ressources naturelles Canada, et M. Ray Mathieu, vice-président régional, Bombardier Amphibie.*

# Les Autochtones excellent sur les marchés d'exportation

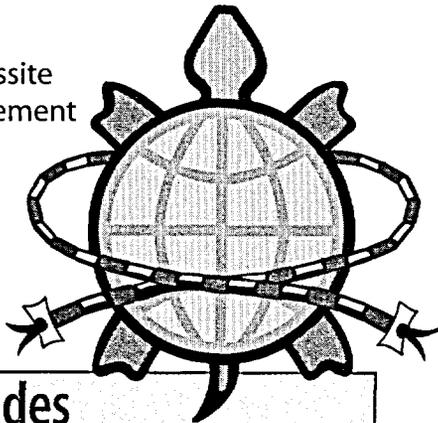
## De l'artisanat aux technologies multimédias...

### Les Autochtones du Canada

ont une tradition de commerce qui remonte à des centaines d'années. En fait, l'histoire commerciale du Canada prend racine avec les Autochtones, qui ont joué un rôle crucial dans les premiers échanges commerciaux ayant fait la prospérité du pays.

Aujourd'hui, les entreprises autochtones constituent une présence dynamique qui s'impose de plus en plus au sein de l'économie canadienne. À l'heure actuelle, plus de 20 000 Autochtones possèdent leur propre entreprise, et les entrepreneurs autochtones exercent leurs activités dans pratiquement tous les secteurs de l'économie, notamment la conception de logiciels, la fabrication, le tourisme, les arts, les soins de santé, le génie, la gestion, les services de consultation et les services financiers. En outre, de nombreuses sociétés autochtones sont déjà actives sur les marchés d'exportation — 19 % d'entre elles exportent et pour 6 % de celles-ci, l'exportation est la principale activité.

« Les exemples de réussite commerciale sont tellement nombreux », rappelle M. Phil Fontaine, chef national de l'Assemblée des Premières Nations (APN).



### À la rencontre des exportateurs autochtones

voir page 7

### Dans ce supplément

Demeurez à l'écoute! .....	2
Et la liste continue.....	2
• Eyeball.com .....	2
• L'Aboriginal Multi-Media Society .....	2
• Artistic Steel .....	3
• Dorothy Grant Ltd. ....	3
Soutenir le succès des exportateurs autochtones .....	4
La spiritualité anime Four Worlds International .....	6
Du Nouveau-Brunswick aux États-Unis, la route est virtuelle .....	7
Les entreprises autochtones étendent leurs horizons commerciaux .....	8
Contribuer à l'essor des entreprises autochtones .....	8
La bande indienne Nooaitch se lance dans la construction de maisons en bois rond .....	10
Femmes et jeunes exportateurs à la conquête des marchés du monde .....	10
Le parcours d'un jeune homme à l'esprit d'initiative .....	11
Au travail pour vous au Canada et à l'étranger .....	11
Se présenter au reste du monde .....	12

## Demeurez à l'écoute!

extrait de « *Don't Touch That Dial* »  
de Harmony Rice, VOICES

L'Aboriginal Peoples Television Network (APTN), service national de télévision autochtone, a été lancé le 1<sup>er</sup> septembre 1999, à Winnipeg.

« Nous voulons offrir un service de base qui permet aux gens de la côte ouest de communiquer avec les habitants de la côte est, et vice-versa, explique le chef des opérations, M. Abraham Tagalik. Nous sommes bel et bien en mesure de mieux faire connaître les Autochtones à la population canadienne. »

En juin 1998, Television Northern Canada a présenté au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes une demande précisant ses intentions. Le 22 février 1999, une licence de radiodiffusion lui a été accordée. À l'heure actuelle, l'APTN est tenu de fournir son signal à près de 8 millions de ménages canadiens abonnés aux services de câblodistribution. Il veille également à établir des liens en vue d'exporter ces émissions vers d'autres pays.

« Il faut dire que nous, les Autochtones, avons souvent agi comme si nous ne faisons pas partie du reste du monde. Ce n'est évidemment pas le cas, et nous devons faire preuve de créativité pour faire notre place », de dire M. Calvin Helin, membre du conseil de l'APTN.

Conformément à une condition de délivrance de la licence, le contenu des émissions du réseau est canadien dans une proportion d'au moins 90 %. Toutefois, le réseau a commencé à acheter des émissions des États-Unis, de l'Amérique du Sud, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande

« Il est temps que nous changions notre mentalité. Non seulement au sein de nos propres collectivités autochtones, mais aussi à l'égard du reste du pays », affirme M. Dave Tuccaro, membre du conseil.

Surpassant toutes les attentes, c'est avec assurance que l'APTN s'est fait le porte-parole des Autochtones — une voix qui saura se faire entendre et faire connaître le passé, le présent et l'avenir du peuple autochtone.

Et la liste continue  
— dans tous  
les secteurs et  
toutes les régions  
du pays —

depuis la technologie  
de pointe ...

Fondée en 1996 par Chris Piche, **Eyeball.com** (anciennement **Infranet Solutions Ltd.**) est une jeune entreprise dynamique spécialisée dans les technologies multimédias évolutives et les jeux électroniques de réalité virtuelle tridimensionnelle.

C'est en 1997 qu'Eyeball.com a réalisé ses premières ventes à l'exportation à des clients de Hong Kong. « Nous avons une technologie de pointe et une entreprise de Hong Kong s'y intéressait. Tout s'est très bien déroulé, explique M. Piche. Lorsque nous avons lancé l'entreprise, la géographie ne figurait pas sur la liste de nos préoccupations... mais la demande initiale est bel et bien venue de Hong Kong! »

L'entreprise de Vancouver cherche maintenant à percer sur le marché américain en formant des partenariats avec d'autres sociétés.

jusqu'aux communi-  
cations ...

**L'Aboriginal Multi-Media Society** (AMMS) d'Edmonton est le plus important éditeur de journaux autochtones au Canada. Il en a quatre à son actif : le

*Windspeaker*, l'*Alberta Sweetgrass*, le *Saskatchewan Sage* et le *Raven's Eye*. Le *Windspeaker*, tiré à 19 000 exemplaires, est la publication vedette d'AMMS et compte des lecteurs à l'extérieur du Canada, en particulier aux États-Unis et en Europe.

Selon le directeur de la commercialisation, M. Paul Macado, l'entreprise n'avait pas l'intention de distribuer ses publications à l'étranger : « Notre présence hors du Canada est essentiellement le résultat du "bouche à oreille" ». Mais depuis la création de son site Web, l'AMMS a constaté une hausse marquée de ses abonnés à l'étranger. « Nous recevons chaque semaine des demandes de l'Angleterre, de la Suède, des Pays-Bas. C'est renversant de voir l'intérêt qui existe pour ce type de publications à l'extérieur du pays », ajoute M. Macado.

## en passant par le mobilier ...

**Artistic Steel** est une entreprise d'Edmonton, en Alberta, fondée il y a 10 ans par M. Andy Hawirko, membre de la collectivité métisse de Lac La Biche dans le nord de l'Alberta. Artistic Steel fabrique des articles d'acier ornemental sur mesure et des meubles comme des chaises longues et des sofas. L'entreprise, qui compte 30 employés, vend ses produits dans l'Ouest canadien, en Ontario et aux États-Unis, et approvisionne plusieurs entreprises autochtones des secteurs du jeu, de l'hôtellerie et de l'accueil.

M. Hawirko est d'avis que les foires commerciales constituent un moyen très efficace de percer sur les marchés d'exportation : « Nous avons participé à une mission NEEF [Nouveaux exportateurs aux États frontaliers] en Caroline du Nord, où nous avons assisté à un des plus grands salons du meuble résidentiel au monde. Nous y avons appris beaucoup, notamment qu'il est important d'avoir

un créneau, une spécialisation, et qu'il ne faut pas chercher à répondre aux besoins de tout un chacun. Nous devons canaliser nos efforts, et faire preuve de ténacité et de patience ».

## et la haute couture ...

Il est impensable de ne pas tenir compte de l'énorme succès qu'ont connu les entrepreneurs autochtones du Canada sur les marchés mondial de l'artisanat. Parmi ces entrepreneurs figure M<sup>me</sup> Dorothy Grant, artiste canadienne de renom et exportatrice émérite.

Bien avant d'être une dessinatrice de mode de réputation internationale, Dorothy Grant était d'abord et avant tout une grande artiste haïda-kaiganae traditionnelle du clan Raven. Ses vêtements, ses couvertures à boutons de cérémonie, ses paniers en racines d'épinette et ses chapeaux sont exposés dans des musées et font partie de collections privées aux États-Unis, en Europe de l'Ouest et en Extrême-Orient.

### La mission commerciale d'Équipe Canada 1999 au Japon est arrivée à point pour **Dorothy Grant Ltd.**

Fondée il y a six ans, cette entreprise, qui compte huit employés, exportait déjà une petite partie de sa production vers les États-Unis, mais M<sup>me</sup> Grant cherchait à élargir ses horizons. Elle savait qu'il y avait un marché au Japon pour ses vêtements haïda élégants depuis qu'un visiteur japonais, très impressionné par sa boutique de Vancouver, avait acheté plusieurs articles qu'il avait ensuite revendus rapidement à son retour dans son pays. Peu de temps après, cet homme est devenu le représentant de M<sup>me</sup> Grant.

Avec l'aide de son représentant, qui organisait les rencontres, M<sup>me</sup> Grant a eu des entretiens fructueux avec des rédacteurs en chef de magazines, des dessinateurs de mode et des fabricants,

et a pu s'implanter solidement au Japon. « Les connaissances que j'ai acquises au sujet de la culture, de la mode et des techniques de commercialisation japonaises nous permettra de bénéficier encore longtemps des fruits de ce voyage, affirme-t-elle. Mon représentant et moi avons établi un plan de deux ans pour le lancement de mes produits au Japon, et nous sommes tous deux confiants de réussir. »

Aux nouveaux exportateurs, M<sup>me</sup> Grant souhaite livrer ce message : « Faites vos devoirs. Renseignez-vous sur le marché, élaborer un plan d'exportation et soyez à l'écoute de la culture propre à la population et au monde des affaires du pays vers lequel vous désirez exporter. Vous devez également trouver une façon de renforcer vos capacités de production afin de répondre aux commandes destinées à l'exportation. Pour ce faire, il vous faut aller sur place, passer du temps à sonder le marché, vous renseigner et élaborer un plan ».

.....

« Nous avons fait la preuve de nos aptitudes dans des secteurs traditionnels comme l'artisanat et le travail du bois. Nous avons néanmoins aussi des forces dans de nombreux autres domaines, notamment dans l'industrie du savoir, qui constitue la base du marché commercial mondial actuel. »

Voilà ce que soutient le chef Fontaine et bien d'autres, dont M. Ray Ahenakew, premier dirigeant du **Conseil tribal de Meadow Lake**, de Saskatchewan, lors d'un exposé présenté au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en décembre dernier et intitulé *Les exportateurs autochtones du Canada — L'an 2000 et au-delà*.

Le chef Fontaine et M. Ahenakew estiment en outre que si la chance leur est donnée, les entrepreneurs autochtones peuvent soutenir la concurrence des meilleures entreprises au monde.

# Soutenir le succès des exportateurs autochtones au Canada et à l'étranger

*L'exportation est une activité qui peut s'avérer difficile, surtout pour les PME. Cependant, les avantages et les profits qui peuvent en découler l'emportent sur le temps, l'énergie et les coûts qu'il y faut investir.*

*Le plus intéressant dans tout cela, c'est que les entreprises autochtones n'ont pas à tout faire seules. Il existe en effet un grand nombre d'organismes gouvernementaux et privés prêts et aptes à aider les entrepreneurs autochtones à consolider et à accroître leur présence au Canada, ainsi qu'à s'implanter et à trouver des débouchés aux quatre coins du monde.*

## Novice sur les marchés d'exportation?

Vous souhaitez exporter? Comment savoir si vous êtes prêt à percer sur les marchés étrangers? Qu'entend-on exactement par « être prêt »? Que faites-vous lorsqu'on vous offre d'exporter vos produits ou services vers un pays en particulier? Comment vous préparez-vous à une mission commerciale? Devez-vous aller à l'étranger pour évaluer le potentiel commercial de vos produits ou services? Où trouver de l'aide au Canada?

Les questions sont nombreuses... mais par où commencer? Les deux tiers des démarches entreprises par les exportateurs se font dans leur pays. Si votre entreprise est novice dans le domaine, la meilleure chose à faire est de joindre sans frais Équipe Canada inc en com-

posant le **1 888 811-1119**. On transférera votre appel directement au service ou programme d'exportation qui pourra le mieux répondre à vos besoins ainsi qu'aux fournisseurs de services de votre région. Vous pouvez aussi consulter le site Web d'Équipe Canada inc à [www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)

Équipe Canada inc. est un réseau commercial virtuel qui rassemble sous un même toit tous les services du gouvernement fédéral et des gouvernements provinciaux en matière d'exportation, ainsi que quelques services du secteur privé. Équipe Canada inc fournit des renseignements de base sur l'exportation, des services de consultation (personnes-ressources en matière d'exportation), des renseignements sur les marchés (études de marchés, information sectorielle), de l'aide financière (financement à l'exportation), des services de soutien sur le terrain (réglemen-

tation en matière d'exportation/logistique, événements reliés à l'exportation, y compris les missions commerciales).

Le site Web d'Équipe Canada inc offre en outre des conseils sur la préparation à l'exportation, la recherche de marchés et de secteurs, la commercialisation des produits pour l'exportation, l'accès aux marchés étrangers, le financement à l'exportation, l'acheminement des produits ou services sur le marché visé, la planification d'un voyage d'affaires, la prévention et la résolution de problèmes, la préparation en vue d'une foire commerciale, la réponse aux propositions spontanées et les soumissions pour des projets internationaux.

## 1<sup>re</sup> étape

Si vous n'avez aucune expérience sur les marchés d'exportation, mais que vous offrez un produit ou un service

unique et compétitif sur le marché cible et que votre entreprise est en mesure de soutenir la demande supplémentaire liée à l'exportation, vous pouvez mesurer en direct votre « degré de préparation à l'exportation » en consultant le site [www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca) (voir la rubrique *Préparation à l'exportation*). Les questions qu'on y pose vous permettront d'examiner tous les aspects de votre entreprise et d'évaluer si vous êtes prêt à consacrer le temps et l'effort additionnels nécessaires pour développer un marché d'exportation.

## Inscrivez-vous dès maintenant!

Si votre entreprise exporte ou est prête à exporter, assurez-vous de l'inscrire à **WIN Exports**, la base de données du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). Accessible aux délégués commerciaux partout dans le monde, cette base de données est utilisée pour jumeler les entreprises canadiennes aux débouchés commerciaux offerts à l'étranger. En vous y inscrivant gratuitement, vous recevrez également *CanadExport*, le bulletin commercial bimensuel du Canada qui traite notamment des occasions d'affaires sur les marchés du monde. Pour joindre la ligne d'information de WIN Exports, composer le **1 800 551-4946** ou inscrivez-vous en ligne à [www.infoexport.gc.ca/winexports](http://www.infoexport.gc.ca/winexports)

## 2<sup>e</sup> étape

Que faire une fois que vous avez déterminé que votre entreprise est prête à se lancer sur le marché international? L'étape suivante consiste à identifier le créneau étranger qui offre les meilleures perspectives d'affaires. Dans le même site Web ([www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)), sous la rubrique *Recherche de renseignements sectoriels et étude des marchés*, repérez votre catégorie de produits; vous aurez ensuite accès à une liste d'études de marchés. Par exemple, si vous ciblez le marché de l'eau embouteillée, vous trouverez dans ce site neuf études de marchés utiles.

Lisez ces études et choisissez les quatre ou cinq marchés qui vous semblent les plus intéressants du point de vue commercial. Puis, approfondissez vos recherches. Alors que certaines études de marchés indiquent comment faire des affaires dans des pays particuliers, d'autres vous renseignent sur la situation politique du pays, le coût rattaché à l'exploitation d'une entreprise à l'étranger, les restrictions douanières et tarifaires (p. ex., faune terrestre ou aquatique) et les opérations de transit. Vous devrez peut-être adapter vos produits ou services aux caractéristiques et aux besoins définis des marchés que vous ciblez.

À ce stade-ci, vous devriez commencer à élaborer votre plan de commercialisation, dans lequel vous décrivez la manière dont vous entendez vendre votre produit (p. ex., exportation directe, octroi de licence, coentreprise).

Définissez une politique de prix, déterminez les moyens de financement ou les mécanismes de paiement que vous êtes prêt à offrir à vos clients éventuels, et entrez en contact avec des transitaires et des courtiers en douane.

C'est aussi le bon moment pour communiquer avec les délégués commerciaux du Centre de commerce international de votre province. Fournissez-leur de l'information sur votre entreprise, vos produits ou services et les objectifs que vous poursuivez. Demandez une évaluation du potentiel de marché pour vos produits ou services afin de confirmer les résultats de vos recherches.

## 3<sup>e</sup> étape

Vous êtes maintenant prêt à visiter le marché cible, c.-à-d. à participer à des foires commerciales et à tester des éléments de votre stratégie de promotion commerciale. Vous devrez alors faire traduire des documents d'information sur votre entreprise (dont vos cartes professionnelles et votre matériel publicitaire) dans la langue du pays où vous vous rendez, rencontrer des clients potentiels et identifier leurs besoins, ainsi que repérer des associés potentiels (p. ex., représentants, distributeurs, prestataires de service après-vente) et leur faire passer une entrevue.

## Publications

Les deux publications suivantes peuvent être très utiles pour l'exportateur novice :

- o *Guide pas-à-pas à l'exportation*, que vous pouvez commander en composant le **1 888 811-1119**. Vous pouvez aussi consulter l'édition en ligne qui se trouve dans le site Web [www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)
- o *Carnet de route pour l'exportation : Guide des services du gouvernement fédéral*, un guide très pratique qui vous aidera à identifier les ministères qui offrent des programmes d'exportation. Pour le commander, composer le **1 800 267-8376**, ou faites parvenir un courriel à [enqserv@dfait-maeci.gc.ca](mailto:enqserv@dfait-maeci.gc.ca)

## Sites Web d'intérêt

Il existe bon nombre de sites Web destinés à aider les entreprises canadiennes qui s'intéressent ou prennent activement part à l'exportation, dont :

- [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) : source électronique d'information politique, culturelle et commerciale du MAECI.
- [www.strategis.gc.ca](http://www.strategis.gc.ca) : site canadien le plus complet en ce qui a trait à l'information destinée aux entreprises canadiennes et portant sur les entreprises canadiennes. *Strategis* aide les exportateurs novices à repérer de nouveaux marchés, à trouver des partenaires, à créer des alliances, à découvrir de nouvelles techniques ou de nouveaux procédés, ainsi qu'à évaluer divers facteurs de risque.

**Entreprise autochtone Canada** investit dans le renforcement de la capacité des entreprises autochtones afin d'élargir les marchés et les échanges, contribuant ainsi à leur succès. Les Indiens inscrits et non inscrits (qui vivent ou non dans une réserve), les Inuit et les Métis du Canada peuvent bénéficier des services et de l'aide offerts par Entreprise autochtone Canada. De plus amples renseignements peuvent être obtenus en communiquant avec un des neuf bureaux au Canada, ou en visitant le site Web d'Entreprise autochtone Canada à [www.abc.gc.ca](http://www.abc.gc.ca)

# La spiritualité anime Four Worlds International

« En explorant d'abord notre intérieur, en travaillant en cercle, de façon sacrée, nous nous dirigeons vers notre guérison et vers celle de nos relations et de notre monde. »

C'est ainsi que commence l'accord commercial international signé par les organisations autochtones du Canada et les chefs de la nation Otomi à l'occasion d'une mission commerciale au Mexique, en mai 1999. Loin d'être des paroles en l'air, ces mots résument les principes directeurs et le fondement de la vision profonde et du succès de l'organisation autochtone canadienne qui a facilité la signature — **Four Worlds International Institute for Human and Community Development** — et sa composante économique

## Four Directions International

Le succès de Four Worlds tient à son thème central, soit l'importance de la culture et de la spiritualité dans toutes les dimensions du développement de l'être et de la collectivité.

Four Worlds International, chef de file reconnu sur la scène internationale dans les activités liées à l'évolution de l'être et de la collectivité, a d'abord pris racine il y a 30 ans, quand son fondateur Phil Lane Jr. (aussi coordonnateur de Four

Worlds International et président de Four Directions) a commencé à travailler à la base auprès des peuples autochtones du monde entier. Au cours de ses 18 années d'existence, Four Worlds a mis en place divers projets et programmes qui ont ensuite été implantés en Amérique du Nord et dans divers pays du monde, dont en Thaïlande, en Ukraine, en Bolivie et en Papouasie-Nouvelle-Guinée. L'organisation Four Directions International a pour sa part été mise sur pied en 1995 pour financer les œuvres humanitaires sans but lucratif de Four Worlds.

Au Mexique, Four Worlds a conclu un accord avec les Otomi, représentant plus de 100 000 Autochtones. Cet accord laisse entrevoir des possibilités d'investissement et d'affaires lucratives pour les entreprises et les collectivités autochtones du Canada. À titre d'exemple, mentionnons la production et l'exportation de café biologique et d'herbes médicinales, la distribution de technologies environnementales et de l'information, ainsi que la fourniture d'une assistance technique dans le

domaine de la foresterie durable. Four Directions possède déjà un large réseau de distribution qui s'étend à toute l'Amérique du Nord grâce à son partenariat avec la société américaine Lotus Light Inc. L'organisation a également fondé une coentreprise avec la société canadienne de technologie de l'information **Syntec**, et a conclu un accord de distribution avec l'entreprise américaine de technologie environnementale Polley Tech Corporation.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a appuyé le travail accompli par Four Worlds au cours de la dernière année, en particulier au Mexique, où les fonctionnaires de l'ambassade continuent de faciliter la mise en œuvre de l'accord commercial.

Selon Laurent Charette, conseiller principal de la Direction des affaires autochtones et circumpolaires du MAECI, Four Worlds avait déjà fait la plus grande partie des démarches : « Cette mission commerciale tombait à point pour Four Worlds; elle lui a permis de mieux se faire connaître au Mexique.

Mais, depuis sept ans déjà, les dirigeants de l'organisation rencontraient et consultaient des partenaires potentiels ». La mission, parrainée par l'Assemblée des Premières Nations, Contigo International et le gouvernement du Canada, était la première mission commerciale autochtone canadienne au Mexique.

M. Charette croit que, si Four Worlds a tous les éléments d'une organisation commerciale moderne, son intégration de la tradition spirituelle autochtone est « un des éléments clés de son succès et lui permettra fort probablement d'établir des relations durables avec les peuples autochtones du monde entier ».



Thaayrohyadi Serafin Bermudez de la Cruz, coordonnateur en chef du Conseil des Otomis, et Phil Lane Jr. signent la Réunion du Condor et de l'Aigle : Pacte d'unité pour le développement social et le commerce.

# Du Nouveau-Brunswick aux États-Unis, la route est virtuelle

Dans un boisé serpente une longue allée menant à une maison blanche, tout en haut d'une colline. Deux fillettes jouent dans le jardin et, au loin, une piste de luge descend jusqu'à la rivière Nashwaak, évoquant d'inoubliables plaisirs d'hiver. On ne devinerait jamais que dans le sous-sol de cette charmante retraite rurale, à Taymouth, au Nouveau-Brunswick, se cache une petite entreprise de technologie de l'information qui fait des affaires d'or avec une société américaine sise sur l'autre rive et chef de file dans le domaine de la conception de logiciels pour sites Web. Nous sommes chez David Lewis, c'est-à-dire chez **Taybridge Communications**.

C'est en 1992 que M. Lewis — Mohawk de plein droit — a fondé Taybridge, une société offrant des services d'édition et de rédaction. En 1994, voyant les possibilités qui s'offraient grâce à Internet, M. Lewis a changé de cap. Son entreprise offre désormais des services en ligne, notamment de création de sites Web, de formation assistée par ordinateur et accessible par l'entremise d'Internet, de conception de CD-ROM interactifs, de gestion de projets et d'aide logicielle.

Sur la liste impressionnante des clients de Taybridge figurent Industrie Canada, Entreprise autochtone Canada, Interactive Marketing Technologies, le ministère de la Santé du Nouveau-Brunswick et ses deux clients américains actuels, NetObjects Inc., de la Californie, et Formal Systems America Inc. (FSAI), du New Jersey. À l'heure actuelle, 95 % des

ventes de l'entreprise sont réalisées aux États-Unis.

Le contrat qu'a conclu Taybridge avec NetObjects n'est pas, comme c'est habituellement le cas, le fruit d'une campagne de commercialisation audacieuse. En fait, ce contrat a été décroché grâce à un moyen rarement employé dans les milieux d'affaires : le bénévolat. « À vrai dire, je n'ai jamais cherché à conquérir les marchés d'exportation. Mon contrat en Californie découle de ma participation, à titre de bénévole, aux groupes de soutien de NetObjects ces dernières années. J'ai établi de bons rapports avec certaines personnes clés, et lorsque des projets qui correspondaient à mes compétences se sont présentés, on m'a demandé si j'étais intéressé. » En fait, les dirigeants de NetObjects ont affirmé à M. Lewis qu'il était « leur seul choix ».

Le projet lui-même est aussi plutôt inusité dans le monde des affaires. M. Lewis fournit du soutien technique en ligne aux utilisateurs qui font l'essai du logiciel de son client. « J'utilise le produit depuis environ trois ans; je le connais très bien. Il n'y a pas de baratin publicitaire, seulement du soutien. Peu d'entreprises offrent du soutien à l'étape des essais. »

S'il n'a pas cherché énergiquement à exporter ses services, M. Lewis n'en a pas moins un conseil important à donner aux exportateurs : « Pensez réseau, réseau et réseau ». Il insiste aussi sur l'importance de prendre le temps d'établir des liens durables. « Et une fois que ces liens sont créés, vous n'avez plus qu'à tenir vos engagements. C'est aussi simple que cela, ajoutez-il. Soyez compétitif sur le plan des prix, mais trouvez votre créneau et excellez dans votre travail. »

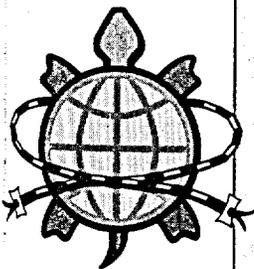
## À la rencontre des exportateurs autochtones

En janvier dernier, les trois coprésidents du comité de Développement du commerce autochtone international (DCAI) — le MAECI, Entreprise autochtone Canada et Affaires indiennes et du Nord Canada —, de concert avec la vice-présidente de l'Office national de développement économique des Autochtones, M<sup>me</sup> Mary Jamieson, ont sollicité l'avis de 100 représentants d'entreprises autochtones de tout le Canada sur la meilleure façon de promouvoir l'accès au marché et le développement pour les exportateurs autochtones.

John Hemstad de Grey Owl Marketing Ltd., en Saskatchewan, était l'un des participants à la séance qui s'est déroulée à Winnipeg. Il a remarqué que les entreprises témoignaient un intérêt grandissant et une certaine fascination pour le commerce à l'exportation. M. Hemstad a aussi souligné que les entreprises ont besoin d'obtenir davantage d'information et de ressources en matière d'exportation afin de se préparer à exporter.

On peut obtenir un exemplaire du Plan de DCAI en composant le **1 800 267-8376**, ou en faisant parvenir un courriel à **enqserv@dfait-maeci.gc.ca**

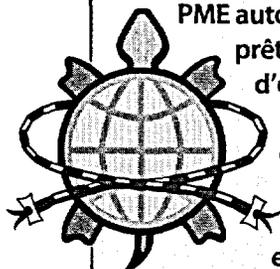
Les grandes lignes du Plan de DCAI ont été énoncées dans le numéro du 17 janvier 2000 de *CanadExport* (voir l'article « Les exportateurs autochtones à la une », p. 1).



Logo de DCAI conçu par Raymond Skye  
Raymond Skye est né en 1947 dans la réserve Six Nations, territoire de la rivière Grand. Il est membre de la nation Tuscarora de la Confédération des Iroquois. Cet artiste autodidacte exprime sa culture dans ses œuvres d'art.

## Vous a-t-on oublié?

L'une des toutes premières initiatives du comité de DCIA a été de publier le *Répertoire des exportateurs autochtones*, qui présente des profils de PME autochtones qui exportent, sont prêtes à exporter ou qui envisagent d'exporter. Ce répertoire sera mis à la disposition du réseau commercial du gouvernement du Canada, tant au pays qu'à l'étranger, afin d'encourager la participation des entreprises autochtones aux activités de promotion du commerce international.



Si, pour une raison ou une autre, nous n'avons pas inclus votre entreprise au répertoire, il n'est pas trop tard pour faire partie de notre base de données électronique. Vous pouvez inscrire votre entreprise à la base de données WINExports en

composant le **1 800 551-4946**, ou en visitant le site Web **www.infoexport.gc.ca/winexports**

On peut en outre obtenir un exemplaire du *Répertoire des exportateurs autochtones* en composant le **1 800 267-8376**, ou en faisant parvenir un courriel à **enqserv@dfait-maeci.gc.ca**

## Les entreprises autochtones étendent leurs horizons commerciaux

La croissance d'une entreprise dépend en grande partie de sa capacité d'exporter vers des marchés étrangers. Un nombre croissant d'entreprises autochtones possèdent les connaissances, les compétences et le savoir-faire nécessaires pour soutenir la concurrence et réussir sur la scène internationale.

À l'instar du **Conseil tribal de Meadow Lake**, de Saskatchewan, qui fournira des services environnementaux à des collectivités autochtones du Nicaragua (aux termes d'un contrat avec l'ACDI), de nombreuses entreprises autochtones remportent du succès au-delà de nos frontières. Le gouvernement du Canada s'est employé à favoriser les occasions d'affaires entre peuples autochtones pour rétablir et renforcer les liens entre ceux-ci à l'échelle mondiale. L'établissement de liens officiels entre peuples autochtones au moyen d'initiatives telles que la Table ronde Canada-Mexique sur l'économie autochtone contribue à promouvoir et à accroître les débouchés commerciaux pour les entreprises autochtones du Canada.

Entreprise autochtone Canada aide les entreprises à repérer de nouveaux marchés, tout en les préparant à relever les défis qui s'y présentent. Des entreprises telles que le fabricant de meubles **Artistic Steel**, d'Edmonton, et **Cree-Tech Geographic Information Services**, de Chapleau, en Ontario, qui assure des services de télédétection et d'analyse d'images, ont toutes deux profité de cette aide. Entreprise autochtone Canada peut aussi mettre les entreprises en rapport avec des spécialistes des équipes sectorielles sur le commerce international d'Industrie Canada, avec Équipe Canada inc, ainsi qu'avec des spécialistes du MAECI qui œuvrent dans le domaine du commerce.

## Contribuer à l'essor des entreprises autochtones

Si **votre entreprise est jeune** et vous souhaitez vous lancer sur les marchés du monde pour la toute première fois ...

Si vous exportez déjà et que vous cherchez à prendre de l'expansion sur de **nouveaux marchés étrangers** ...

Alors vous avez besoin de **conseils** sur la façon d'y arriver... sur la route à prendre... sur les marchés à investir ...

Vous avez besoin d'**information sectorielle** et de renseignements sur les marchés ... d'**aide financière** ... de **personnes-ressources** sur place ...

Vous avez besoin d'un **coup de main** ...

C'est précisément le genre d'aide qu'offrent les **organisations suivantes des secteurs public et privé** — des conseils à l'exportation aux renseignements sur les marchés, en passant par le soutien financier et la création de réseaux.

**Communiquez** avec ces organisations : elles **attendent de vos nouvelles!**

## gouvernement fédéral

- Affaires indiennes et du Nord Canada ([www.inac.gc.ca](http://www.inac.gc.ca))
  - Entrepreneurship autochtone : Guide des ressources ([www.aboriginalresourcenet.com/fr](http://www.aboriginalresourcenet.com/fr))
- Agence canadienne de développement international ([www.acdi-cida.gc.ca](http://www.acdi-cida.gc.ca))
- Agence canadienne des douanes et du revenu ([www.cra-adrc.gc.ca](http://www.cra-adrc.gc.ca))
- Agence de promotion économique du Canada atlantique ([www.acoa.ca](http://www.acoa.ca))
- Agriculture et Agroalimentaire Canada (<http://www.aceis.agr.ca>)
- Banque de développement du Canada ([www.bdc.ca](http://www.bdc.ca))
- Centre de services aux entreprises du Canada ([www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)) (1 888 811-1119 - sans frais)
- Conseil national de recherches ([www.irap.nrc.ca](http://www.irap.nrc.ca))
- Conseil national des produits agricoles ([www.nfpc-cnpa.gc.ca](http://www.nfpc-cnpa.gc.ca))
- Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca))
- Développement des ressources humaines Canada ([www.hrdc-dhrc.gc.ca](http://www.hrdc-dhrc.gc.ca))
- Développement économique Canada pour les régions du Québec ([www.dec-ced.gc.ca](http://www.dec-ced.gc.ca))
- Diversification de l'économie de l'Ouest ([www.deo.gc.ca](http://www.deo.gc.ca))
- Entreprise autochtone Canada ([www.abc.gc.ca](http://www.abc.gc.ca))
- Environnement Canada ([www.ec.gc.ca](http://www.ec.gc.ca))
- Industrie Canada ([www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca))

- Initiative fédérale de développement économique du Nord de l'Ontario (<http://fednor.ic.gc.ca>)
- Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ([www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca))
  - Service des délégués commerciaux du Canada (1 888 306-9991) ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca))
- Ministère du Patrimoine canadien ([www.pch.gc.ca](http://www.pch.gc.ca))
- Ressources naturelles Canada ([www.nrcan.gc.ca](http://www.nrcan.gc.ca))
- Société canadienne d'hypothèques et de logement ([www.cmhc-schl.gc.ca](http://www.cmhc-schl.gc.ca))
- Société pour l'expansion des exportations ([www.edc-see.gc.ca](http://www.edc-see.gc.ca))
- Statistique Canada ([www.statscan.ca](http://www.statscan.ca))
- Transports Canada ([www.tc.gc.ca](http://www.tc.gc.ca))
- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada ([www.pwgsc.gc.ca](http://www.pwgsc.gc.ca))

## secteur privé

- Assemblée des Premières Nations ([www.afn.ca](http://www.afn.ca))
- Association d'affaires des premiers peuples ([www.tepee.net/aapp](http://www.tepee.net/aapp))
- Association nationale de foresterie autochtone (<http://www.sae.ca/nafa>)
- Banque des Premières Nations du Canada ([www.firstnationsbank.org](http://www.firstnationsbank.org))
- Centre d'affaires des Métis ([www.sae.ca/mbc](http://www.sae.ca/mbc))
- Congrès des peuples autochtones ([www.abo-peoples.org](http://www.abo-peoples.org))
- Esprit d'entreprise autochtone ([www.sae.ca](http://www.sae.ca))
- Forum pour la formation en commerce international ([www.fitt.ca](http://www.fitt.ca))

- Inuit Tapirisat du Canada ([www.tapirisat.ca](http://www.tapirisat.ca))
- Peace Hills Trust (<http://www.peacehills.com>)
- Piste amérindienne ([www.nativetrail.com](http://www.nativetrail.com))
- Ralliement national des Métis ([www.metisnation.ca](http://www.metisnation.ca))

## international

- Banque interaméricaine de développement ([www.iadb.org](http://www.iadb.org))
- Banque mondiale ([www.worldbank.org](http://www.worldbank.org))
- Conférence circumpolaire inuit ([www.inusiaat.com](http://www.inusiaat.com))

## approvisionnement

- IFInet ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca))
- Stratégie d'approvisionnement auprès des entreprises autochtones ([www.inac.gc.ca](http://www.inac.gc.ca))

## femmes

- Association des femmes autochtones du Canada (613-772-3033)
- Pauktuutit, Association des femmes inuit ([www.pauktuutit.on.ca](http://www.pauktuutit.on.ca))
- Ralliement national des femmes métisses ([www.metisnation.ca](http://www.metisnation.ca))

## jeunes

- Mesure d'aide aux jeunes Autochtones en affaires ([www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca))
- Programme d'entrepreneuriat pour les jeunes Inuits et les jeunes des Premières nations ([www.inac.gc.ca/ps/ys/youth4\\_f.html](http://www.inac.gc.ca/ps/ys/youth4_f.html))

## La bande indienne Nooaitch se lance dans la construction de maisons en bois rond

Les projets d'entreprise n'ont rien de nouveau pour la bande indienne Nooaitch de Merritt, en Colombie-Britannique. Cette bande, qui compte quelque 120 membres, est actionnaire d'un fructueux hôtel Day's Inn ainsi que d'une société comptable et de services informatiques. La création, en 1998, de **Eagle's Nest Log Industries Inc.** paraissait être une stratégie d'expansion commerciale toute naturelle pour cette bande qui est détentrice d'un permis d'exploitation de terrain boisé, qui a une liste d'attente de membres ayant besoin d'un logement et qui se prépare à développer un lotissement de 23 lots.

Selon James Fountain, administrateur de la bande, la décision des Nooaitch de se lancer dans la construction de maisons en bois rond leur a permis d'atteindre bon nombre de leurs objectifs. « Nous cherchons à multiplier les occasions

d'emploi dans l'industrie forestière de la vallée Nicola, non seulement pour les Nooaitch, mais aussi pour les autres bandes. Nous voulons également améliorer les conditions de logement des membres de notre collectivité. »

Jusqu'à présent, l'entreprise a construit une maisonnette de 750 pi<sup>2</sup>, une maison de 1 500 pi<sup>2</sup>, ainsi que des hangars et des tables de pique-nique. Lorsque la compagnie sera complètement opérationnelle, elle emploiera sept personnes et un directeur des opérations. La bande prévoit également des retombées positives pour les entreprises de la région et la situation de l'emploi à l'échelle locale, notamment en termes de contrats de sous-traitance pour la construction, l'exploitation forestière et le camionnage. L'an dernier, Eagle's Nest a fondé une coentreprise avec **Esh-kn-am Investments**, entreprise de développement

économique qui appartient à quatre bandes Thompson, dont les Nooaitch.

David Walkem, chef de la bande Cook's Ferry et un des principaux dirigeants de Esh-kn-am, explique : « À nos yeux, Eagle's Nest représente un investissement à long terme pour Esh-kn-am. L'entreprise permettra de créer des emplois et de bâtir des maisons pour notre collectivité. Elle créera également des débouchés tant à l'échelle nationale que sur la scène internationale ».

Entre-temps, Eagle's Nest a l'intention de s'occuper avant tout des besoins des membres de sa collectivité. L'entreprise a établi ses priorités, du moins pour le moment. « Pour l'instant, nous allons nous concentrer sur la construction de maisons en bois rond pour les membres de la bande, avant de nous lancer dans les exportations à l'extérieur de la réserve », a déclaré M. Fountain.

## Femmes et jeunes exportateurs à la conquête des marchés du monde

### Les femmes autochtones apprennent les rouages de l'exportation

De plus en plus de femmes autochtones se lancent en affaires et établissent des réseaux afin de maximiser leurs chances de réussite au Canada, avant de s'attaquer aux marchés d'exportation qui les intéressent.

Plusieurs conférences ont récemment permis à des dizaines de femmes autochtones de discuter des meilleures pratiques de gestion d'entreprise et de nouer des liens avec des représentants de ministères fédéraux, dont le MAECI.

À l'occasion d'une conférence nationale pour les femmes d'affaires autochtones, organisée à Ottawa en octobre dernier, et lors d'un atelier sur les occasions d'affaires pour les consultantes autochtones, organisé au début de novembre, les participantes ont écouté avec un vif intérêt M<sup>me</sup> Joanna Townsend, directrice des Services à l'exportation pour les petites et moyennes entreprises au MAECI. M<sup>me</sup> Townsend leur a parlé du vaste potentiel qu'offrent

les marchés d'exportation ainsi que du soutien qu'elles peuvent obtenir auprès du gouvernement fédéral.

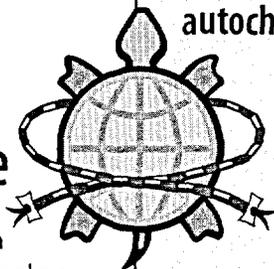
Vous explorez les possibilités d'exportation? Adressez-vous d'abord au Centre de services aux entreprises du Canada au **1 888 811-1119**, ou visitez le site web **www.exportsource.gc.ca**

### Programme de stages internationaux pour les jeunes (PSIJ)

Grâce au PSIJ, le MAECI donne l'occasion à de jeunes Autochtones d'acquérir une expérience professionnelle internationale précieuse et de toucher à des questions qui revêtent un intérêt spécial pour eux. Pour plus de renseignements sur le PSIJ, composez le numéro sans frais **1 800 559-2888**, envoyez un courriel à **yiip-psij@dfait-maeci.gc.ca**, ou visitez le site Web **www.dfait-maeci.gc.ca/interns**

Des plantations de café  
à une association stratégique :

## Le parcours d'un jeune homme à l'esprit d'initiative



Peter Bernard, de la Première Nation de Golden Lake, en Ontario, a obtenu son diplôme en commerce international au Collège Algonquin d'Ottawa. Grâce au Programme de stages internationaux pour les jeunes (PSIJ) du MAECI, partie intégrante de la Stratégie emploi jeunesse du gouvernement du Canada, Peter a eu l'occasion de participer à un projet parrainé par la Norman Paterson School of International Affairs de l'Université Carleton.

Le projet, lancé grâce au PSIJ, s'est déroulé avec le International Indigenous Network on the Environment and Trade, organisme qui vient en aide aux collectivités autochtones d'Amérique centrale pour améliorer leurs conditions économiques, tout en préservant leurs ressources naturelles et leur patrimoine culturel. Le travail de Peter consistait à élaborer un plan d'affaires en vue d'importer du café provenant du Guatemala et ainsi donner un coup de fouet au commerce entre Autochtones. Le plan servait également à trouver le moyen le plus rentable d'importer ce café au Canada. Plusieurs clients éventuels furent identifiés, parmi lesquels le **Conseil des Mohawks d'Akwesasne** et **Casino Rama** (de Rama, en Ontario). Les efforts de Peter se sont soldés par une entente conclue avec **Take-a-Break Coffee** pour former des jeunes d'Akwesasne dans l'industrie du café, après quoi le Conseil des Mohawks a ouvert son propre café à Cornwall, en Ontario.

Depuis son stage, Peter est fort occupé. Il est désormais président de **SyroTech Global**, une entreprise de pointe spécialisée dans les opérations d'exploitation forestière sous l'eau qui vise à percer sur les marchés étrangers. L'entreprise a récemment annoncé une association stratégique avec **Aquatic Cellulose**, dans le but de récolter quelque 500 millions de pieds-planches de bois d'œuvre dans la région de la vallée de la Gatineau, au Québec — une entente d'une valeur approximative de 160 millions \$.

Peter s'occupe aussi de plusieurs autres projets, dont l'exploitation d'une maison de jeu à Ottawa. En outre, SyroTech présentera bientôt une proposition à l'ACDI pour un projet de transfert de technologie et de développement d'infrastructure en Amérique centrale et en Asie, grâce auquel l'entreprise espère établir des partenariats de coentreprise avec d'autres entreprises de ces régions.

Le comité de Développement du commerce autochtone international (DCAI)

## Au travail pour vous au Canada et à l'étranger

### Mandat

Le mandat du comité de DCAI consiste à promouvoir l'expansion des marchés d'exportation et l'accès aux marchés étrangers pour le compte des entreprises autochtones.

### Objectifs

- Faciliter l'accès aux programmes et aux services gouvernementaux pertinents ainsi que leur utilisation par les gens d'affaires autochtones.
- S'assurer que les services de développement des exportations répondent aux besoins des PME autochtones.
- Répondre aux besoins en matière de formation et de perfectionnement des compétences afin d'accroître le nombre d'entreprises autochtones exportatrices et prêtes à exporter.
- Accroître le niveau de participation des entreprises autochtones aux activités liées au commerce et élaborer des projets spéciaux qui permettent de tirer profit des occasions d'affaires et des défis sur la scène internationale.
- Intégrer et coordonner la participation des partenaires d'Équipe Canada inc qui fournissent des programmes et des services aux gens d'affaires autochtones.
- Identifier les PME autochtones exportatrices et prêtes à exporter pour ajouter leur nom à la base de données WIN Exports (Réseau mondial d'information sur les exportations).

### Personnes-ressources du comité :

- **Rosi Niedermayer**, MAECI; tél. : (613) 944-0634, courriel : [rosi.niedermayer@dfait-maeci.gc.ca](mailto:rosi.niedermayer@dfait-maeci.gc.ca)
- **Miriam Wall**, Entreprise autochtone Canada (Industrie Canada); tél. : (807) 628-8334, courriel : [wall.miriam@ic.gc.ca](mailto:wall.miriam@ic.gc.ca)
- **Claudette Fortin**, Affaires indiennes et du Nord Canada; tél. : (613) 953-2100, courriel : [fortincl@inac.gc.ca](mailto:fortincl@inac.gc.ca)

## Foires commerciales et missions

### Se présenter au reste du monde

L'une des meilleures façons de s'implanter sur les marchés étrangers est de participer à des foires commerciales et à des missions internationales.

« Je pense que le meilleur moyen de se promouvoir et de partir à la conquête des marchés du monde est de participer à des foires commerciales internationales et d'embaucher une entreprise internationale ou un représentant pour vendre ses produits. »

Sandra Kersteman, V.-P., Opérations  
Global Aerospace Corporation, Mississauga (Ontario)

Le **MAECI** offre divers programmes aux nouveaux exportateurs, dont les programmes **NEEF**

(Nouveaux exportateurs aux États frontaliers), **NEEF Plus**, **NEXOS** (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) et **NEXSA** (Nouveaux exportateurs vers l'Amérique du Sud), qui s'adressent aux entreprises qui n'ont jamais exporté. Ils impliquent habituellement une mission dans un marché précis avec un groupe d'entreprises, ainsi qu'une formation et des conseils en matière d'exportation.

### Journées du développement international

Du 17 au 20 septembre 2000  
Saskatoon (Saskatchewan)

Apprenez -en davantage sur les occasions d'affaires offertes sur les marchés du monde par l'entremise des agences de développement international et les institutions financières internationales. Pour vous inscrire ou pour obtenir plus d'information, communiquer avec Saskatchewan Trade and Partnership au **1 877 313-7244**, ou visitez le site Web **www.sasktrade.sk.ca**

## Fabricants d'objets d'art et d'artisanat autochtones Mission commerciale en Belgique et aux Pays-Bas

Du 14 au 21 juin 2000

Le gouvernement du Canada, par l'entremise d'Entreprise autochtone Canada et du MAECI, a récemment assuré la coordination d'une mission commerciale en Belgique et aux Pays-Bas pour les représentants du secteur canadien de l'artisanat autochtone. Ce programme éducatif d'une durée de huit jours visait à renseigner les participants sur la façon de faire des affaires dans ces deux pays. La mission comprenait des séances d'information, une présentation des produits, ainsi que des rencontres avec des distributeurs, des propriétaires de galeries d'art et des détaillants. Des gens d'affaires de la Colombie-Britannique (**Akazaaze Design Corporation** et **U'mista Cultural Centre**), de l'Alberta (**Nokomis** et **Two Feathers Gallery**) et du Nunavut (**Nunavut Development Corporation**) ont aussi pris part à la mission.

### Études de marchés

- *Le marché de l'art et de l'artisanat autochtones en Belgique*
- *Le marché allemand des arts et de l'artisanat autochtones du Canada*
- *Œuvres d'art et d'artisanat autochtones — États-Unis*
- *Le marché des objets d'art et de l'artisanat des Premières Nations — Midwest des États-Unis*
- *Le marché des arts et de l'artisanat autochtones canadiens — Midwest des États-Unis*

Pour consulter la version intégrale de ces études de marchés, consultez le site **www.infoexport.gc.ca**, cliquez sur *Études de marché et contacts dans votre secteur*, puis sur *Produits, services et technologies autochtones*.

## Foire-conférence commerciale AFN-NEXUS'2000

Participez à la plus grande foire commerciale autochtone du Canada afin d'établir des partenariats et des alliances stratégiques, et obtenir des tuyaux sur les pistes commerciales à poursuivre pour les organisations et entreprises autochtones.

*Alliances stratégiques autochtones pour le nouveau millénaire*

**Du 11 au 13 juillet 2000**, Parc Lansdowne, Ottawa (Ontario)

**www.native-invest-trade.com** ou **1 800 337-7743**

Le succès de la mission commerciale d'Équipe Canada au Japon, en septembre 1999, a donné lieu à un programme de suivi proactif et ambitieux visant à stimuler et à maintenir l'intérêt des gens d'affaires canadiens pour les débouchés commerciaux actuels au Japon.

taient les secteurs prioritaires de la mission d'Équipe Canada, la participation des entreprises canadiennes n'était pas limitée à ces secteurs. Pendant les colloques, les participants ont pu se procurer diverses études de marché récentes portant sur le marché japonais et une liste de personnes-

#### Prochaines activités

- Du 12 au 14 juillet 2000 — **Salon des produits de la mer** — Tokyo Big Sight
- Du 28 au 30 septembre 2000 — **Exposition de Kobe de matériaux de construction de maisons importés (HOUMATEX Kobe 2000)**
- Octobre 2000 — **Concours canadien de la coupe culinaire** — Tokyo, Osaka, Fukuoka, Nagoya
- Du 5 au 9 octobre 2000 — **Foire internationale de l'alimentation** — Kitakyushu
- Du 17 au 19 octobre 2000 — **7<sup>e</sup> Conférence et exposition internationales sur les véhicules au gaz naturel** — Yokohama
- Du 17 au 20 octobre 2000 — **Wireless Showcase Seminars** — Tokyo et Osaka
- Les 19 et 20 octobre 2000 — **Kansai Canada West Business Forum** — Kyoto

Bon suivi

# Mission d'Équipe Canada au Japon

La Direction du Japon du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en collaboration avec les administrations publiques des provinces et des territoires, l'Organisation japonaise du commerce extérieur (JETRO), les centres du commerce international, la Fondation Asie Pacifique et d'autres organismes privés, a mis en œuvre, en février et mars 2000, un vaste programme de suivi consistant en colloques et séances d'information tenus dans 14 villes du Canada. Le Conseil Canada-Japon et la JETRO ont en outre proposé un colloque complémentaire à Toronto sur les possibilités liées au commerce électronique au Japon. Les colloques ont remporté un vif succès, attirant plus de 500 participants.

Au programme figuraient des conférences données par des spécialistes des secteurs privé et public du Canada et du Japon et portant sur des sujets comme les tendances actuelles sur le marché japonais, les secteurs commerciaux prioritaires canadiens pour le Japon, les réussites canadiennes au Japon, les activités provinciales de promotion du commerce au Japon, les stratégies de pénétration du marché japonais, et l'étiquette et les coutumes japonaises.

Chaque colloque visait un large auditoire, regroupant des exportateurs novices et des exportateurs d'expérience sur le marché japonais, les participants d'Équipe Canada et des membres d'associations industrielles locales. Si les thèmes reflé-

ressources clés susceptibles de les aider sur ce marché.

Après les conférences données en matinée, des rencontres individuelles étaient prévues entre les représentants d'entreprises canadiennes et des délégués commerciaux en poste au Japon et au Canada. La deuxième journée était consacrée à un vaste programme d'information.

Les gens d'affaires étaient très satisfaits



de ce programme qui leur a donné des renseignements utiles pour renforcer leur position sur le marché japonais, ou qui a stimulé leur optimisme à l'égard de ce marché. Certains commentaires témoignent clairement du degré de satisfaction : « Très bonnes présentations générales donnant un bon aperçu », « très bonne introduction au marché jumelée à des conseils pratiques », « c'était très utile d'apprendre quelles sont les attentes de l'industrie japonaise ».

Presque tous les répondants ont exprimé le souhait de participer à d'autres colloques similaires dans l'avenir.

**Pour de plus amples renseignements** sur le marché japonais, voir l'adresse internet [www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka)

#### Exemples de réussites

**VisualABS**, une société de Calgary, a signé un contrat avec Itochu Techno-Science, division de la grande maison de commerce japonaise Itochu. Itochu Techno-Science commercialisera la technologie d'affichage en trois dimensions de VisualABS auprès de fabricants japonais de jeux et d'écrans. La technologie de VisualABS permet de produire des images tridimensionnelles qui peuvent être visualisées sans lunettes spéciales ni casque et qui ne nécessitent pas de système de double projection. Itochu prévoit des ventes de 1 milliard de yen (13,5 millions de dollars) la première année et une croissance rapide par la suite. VisualABS touchera des droits de licence et des redevances.

L'ambassade du Canada a décerné un certificat de reconnaissance au constructeur de maisons **Selco Homes** de Sendai, qui occupe depuis cinq ans (1995-1999) le premier rang des importateurs japonais de maisons canadiennes. Le Japon a importé plus de 1 400 maisons canadiennes en 1999, dont 765 (54 %) par Selco et ses franchises. Selco est en train d'étendre son réseau de ventes et s'est fixé comme objectif de construire 1 000 maisons canadiennes cette année au Japon.

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**VENEZUELA — Les entreprises du groupe Fundemeca sont à vendre —**

Fondé le 7 février 1984 au Venezuela, le groupe Fundemeca comprend les entreprises suivantes :

- Fundemetal C.A. (Fundemeca) — fusion et transformation de l'aluminium
- Cobre y Plomo C.A. (Coploca) — entreposage des matières premières
- Aleaciones de Plomo C.A. (Aleploca) — fusion et transformation du plomb

# Le Centre des occasions d'affaires

- Decoplas C.A. — dérivés du cuivre et des matières plastiques

Ces quatre entreprises sont établies à des emplacements stratégiques, en bordure de la route nationale reliant San Joaquin et Guacara, dans le parc industriel d'El Tigre, dans l'État de Carabobo, au Venezuela. Elles ont accès à l'autoroute entre Caracas et Valencia et à la ville de Guacara, connue pour la vigueur de son expansion industrielle. Les installations du groupe Fundemeca sont situées à mi-chemin entre La Guaira et Puerto Cabello, les principaux ports du pays.

Le groupe est spécialisé dans le recyclage de divers types de produits en aluminium, en plomb et en cuivre, notamment les canettes de boisson usagées, les sections, les copeaux, les tôles ornementales et les tôles de toiture. Les alliages durs fabriqués à partir de ces matériaux, grâce à un procédé contrôlé et productif, servent pour les besoins de pression ou de fusion et pour la fabrication de coquilles métalliques, d'aluminium DEOX 95 (notamment de limaille et de pions destinés aux industries du fer et de l'acier), d'alliages 5000 et 6000 ainsi que d'alliages spéciaux. Les produits sont présentés sous la forme de limaille et de pions de 2,5, 10 et 22,5 kg.

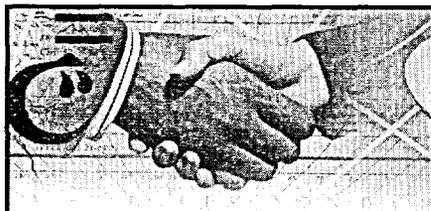
Fundemeca est en mesure de transformer n'importe quel type de déchets d'aluminium de même que l'aluminium de première fusion pour produire des alliages de première fusion à haute pureté, des alliages de deuxième fusion pour les besoins de pression ou de fusion, des coquilles métalliques et de l'aluminium DEOX.

Le groupe dispose d'une technologie moderne et d'un personnel ayant reçu une formation appropriée, ce qui le rend très compétitif. Fundemeca a également une bonne infrastructure routière, jouit de bons services publics, dispose de services douaniers pour l'exportation et l'importation et a accès à des sources d'énergie abondantes à bon prix (gaz, pétrole et électricité).

Le groupe Fundemeca est actuellement à vendre. Il s'agit d'une excellente occasion d'investir dans le secteur, compte tenu en particulier des avantages qu'offre le Venezuela sur le plan des coûts. En outre, l'entreprise est établie à 2 km de Puerto Cabello et du port de La Guaira. Son emplacement lui vaut un accès rapide aux centres de débris de fer, permettant de réaliser des économies considérables au titre du transport et d'avoir accès à d'importantes quantités de matières premières. Date limite : le 5 septembre 2000. Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Donna Parsons, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) n° du dossier : 000529-02089, internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=371fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=371fr)

**VIÊT-NAM — Systèmes SCADA pour les projets de distribution d'énergie** — Un appel d'offres a été lancé pour la conception, la construction et la mise en œuvre de systèmes d'acquisition et de contrôle des données (SCADA) dans trois villes — Bien Hoa (province de Dong Nai), Can Tho (province de Can Tho) et Da Lat (province de Lam Dong) — dans le cadre du projet de distribution d'énergie dans les régions centrale et méridionale du Viêt-nam (Région sud). Le projet est en partie financé au moyen d'un prêt consenti par la Banque asiatique de développement. On peut se procurer le jeu complet des documents d'appel d'offres pour 300 \$US (ou 4 200 000 DVN) non remboursables.

Voir page 23 — Occasions



## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

**G**eneral Motors et la Corporation commerciale canadienne font équipe afin de vendre dans le monde entier des véhicules blindés légers fabriqués à London, en Ontario, pour une valeur de 2,5 milliards de dollars.

Les efforts de maintien de la paix du Canada ont à juste titre attiré l'attention, au pays comme à l'étranger. En revanche, peu de gens connaissent l'importance à

# GM : un partenariat fructueux

cet égard d'une gamme de véhicules blindés légers (VBL) fabriqués par la Division diesel de la General Motors (GM) du Canada et vendus à des clients des quatre coins du monde dans le cadre de marchés gérés par la Corporation commerciale canadienne (CCC). Fabriqués



M. Bill Pettipas, directeur exécutif, Division Diesel de GM, M. Bob Mooder, gestionnaire, Projet VBL de la CCC; M. Keith Zerebecki, directeur général adjoint, Opérations de défense, Division Diesel de GM, et le personnel du bureau de projet de la CCC.

exclusivement par l'usine de GM à London, les VBL ont été utilisés au Koweït et, plus récemment, dans le cadre de missions de maintien de la paix au Kosovo et en Indonésie, où les casques bleus australiens les ont utilisés pour débarquer au Timor-Oriental.

## Le partenariat CCC-GM Canada

Ce partenariat entre la CCC et GM Canada existe depuis près de 20 ans et a contribué à porter les ventes de VBL à l'ex-

térieur du Canada à plus de 2,5 milliards de dollars américains.

« Les forces armées canadiennes sont un important acheteur de VBL, mais nous exportons aussi les deux tiers de notre production », indique M. Ken Yamashita, directeur des relations gouvernementales et des avantages industriels de la Division diesel de GM Canada à l'usine de London, en Ontario. « Nous avons travaillé étroitement avec la CCC pendant près de 20 ans

afin d'offrir à nos clients étrangers la possibilité de traiter de gouvernement à gouvernement. Ce partenariat est très fructueux, car les acheteurs des VBL profitent non seulement de la garantie de General Motors, mais aussi de celle qu'offre le gouvernement du Canada par l'intermédiaire de la CCC. »

Ce partenariat a été créé en 1982, au moment où GM Canada et la CCC ont obtenu un contrat concurrentiel du département de la Défense des États-Unis, prévoyant la fourniture de 771 VBL destinés au Marine Corps des États-Unis. Comme la valeur de ce seul contrat s'élevait à près de 1 milliard de dollars, la CCC a mis sur pied un bureau dans les locaux de l'usine de GM à London et y a assigné 15 employés affectés au domaine technique, à la négociation de contrats et au soutien. Depuis, les employés de la CCC à l'usine de GM se sont occupés de ventes à la garde nationale d'Arabie Saoudite, à l'armée australienne et à la garde nationale des États-Unis.

## Une intervention directe

« Le personnel chargé de notre projet doit avoir un programme d'intervention directe afin de répondre aux besoins de l'acheteur, de GM Canada et de la CCC », affirme M. Bob Mooder, directeur du bureau de la CCC à l'usine de GM. « Puisque nous sommes sur place, nous pouvons répondre rapidement aux demandes de renseignements,

## LA CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE



### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca) internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

certifier les propositions et offrir des conseils contractuels et techniques sur toutes les questions relatives aux contrats. C'est un système qui a fait ses preuves au cours des années. »

Les gouvernements étrangers qui sont des clients de GM Canada se rendent vite compte des avantages que comportent les transactions conclues avec GM par l'entremise de la CCC. Une fois qu'il ont la garantie de bonne exécution de la CCC, les acheteurs étrangers renoncent souvent à exiger une garantie bancaire ou une caution de bonne fin », explique M<sup>me</sup> Sherri Lillo, directrice, Commerce international.

« L'acheteur peut obtenir de meilleures conditions de paiement, ajoute-t-elle. Dans un marché à fournisseur unique, il évite les pertes de temps et d'argent qui sont associées aux appels d'offres, tout en étant assuré de profiter du même prix et des mêmes conditions que le gouvernement du Canada. Il tire aussi profit du

Voir page 23 - GM

**L**e commerce électronique est le plus important phénomène qu'ait connu le monde des affaires au cours des dernières années. Et cette épopée n'en est qu'à ses débuts, quoi que fasse le marché boursier pour corriger à court terme le prix des entreprises « point.com ».

du secteur privé veulent, eux aussi, suivre de près les documents à produire afin de s'assurer qu'aucune erreur n'est commise ou que des documents importants ne sont pas égarés.

Le temps et les fonds que les jeunes entreprises exportatrices canadiennes en

marché mondial en ligne. Pour leur part, les banques qui fournissent des capitaux à Northstar, soit la Banque Royale du Canada, la Banque de Montréal, la Banque HSBC Canada et la Banque Nationale du Canada, ont investi des sommes importantes dans leurs propres applications de financement en ligne des exportations. La SEE, qui garantit toutes les transactions de Northstar, vient tout juste de terminer une importante mise à niveau de son site internet : [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca)

L'ampleur des initiatives du gouvernement fédéral visant à faire du Canada un chef de file du commerce électronique est impressionnante. Un exemple parmi tant d'autres est la mise sur pied, par l'Agence des douanes et du revenu du Canada, d'une infrastructure en ligne permettant de réduire le coût des formalités administratives à toutes les étapes jusqu'au bureau des douanes du pays de destination.

Les tentatives visant à éliminer le plus possible les coûts annuels liés aux formalités administratives entourant le commerce électronique mondial — estimés selon l'ONU entre 400 milliards et 500 milliards de dollars — intéressent particulièrement les banquiers spécialisés dans le financement des exportations.

L'automne dernier, par exemple, on a mis en œuvre le projet Bolero. Ce projet vise à créer un système de messagerie sécurisé permettant la transmission de documents commerciaux électroniques, et à faire de ce système une norme qui serait par la suite universellement acceptée. Le projet Bolero est commandité par SWIFT, une coopérative offrant des services de messagerie à 6 500 institutions financières dans le monde entier.

La Banque HSBC Canada vient d'annoncer qu'elle participerait au projet Bolero. La Banque de Montréal participe à l'initiative « Trade Card », un projet similaire axé sur l'Amérique du Nord.

Chez NORTHSTAR, nous prévoyons nous laisser porter par la vague du financement à l'exportation électronique qui s'élèvera, sans aucun doute, de plus en plus haut.

Je vous invite à vous mettre de la partie et à vous jeter à l'eau avec nous.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Scott Shepherd, tél. : 1 800 663-9288, courriel : [s.shepherd@northstar.ca](mailto:s.shepherd@northstar.ca) internet : [www.northstar.ca](http://www.northstar.ca)

# « Surfer » sur la vague du financement des échanges électroniques interentreprises



par M. Scott Shepherd, PDG, NORTHSTAR Financement du Commerce International Inc.

La majorité des entreprises s'adonnant au commerce électronique ont centré leurs efforts sur la vente aux consommateurs.

Mais le véritable avenir en ligne du Canada, c'est la vente en direct entre entreprises dans un vaste marché numérique qui commence tout juste à prendre forme.

Quelle est la taille de ce marché? Des entreprises multinationales des industries automobile et pétrolière créent des sites internet où les fournisseurs peuvent déposer des soumissions en vue d'obtenir des contrats valant des milliards de dollars. Même ces entreprises, qui comme tant d'autres ont été touchées par le virus I LOVE YOU, n'hésiteront pas longtemps lorsqu'elles verront les économies substantielles qu'elles peuvent réaliser grâce à cette nouvelle génération d'applications du commerce électronique.

Alors que des entreprises de toutes tailles et de toutes sortes travaillent d'arrache-pied afin de se préparer à la révolution du commerce entre entreprises, les exportateurs, pour leur part, voient souvent la paperasserie administrative entraver leurs efforts pour se lancer dans le commerce électronique.

Bien entendu, les gouvernements veulent une trace écrite de tout article qui franchit les frontières de leur pays. Dans les transactions d'exportation, les acteurs

pleine croissance doivent consacrer aux formalités administratives ne constituent pas seulement un désagrément, mais

peuvent en fait représenter un véritable désavantage concurrentiel. En effet, les plus grandes entreprises disposent habituellement d'un vaste éventail de solutions pour le commerce électronique qui leur permettent de traiter avec les fournisseurs et les clients de façon plus économique.

Northstar, une firme dont la spécialité est de soutenir les efforts des exportateurs canadiens faisant preuve d'initiative en offrant du financement à leurs acheteurs, veut rectifier cette situation par tous les moyens électroniques.

C'est pourquoi nous avons affiché sur notre site internet les formulaires que doivent remplir les acheteurs et les exportateurs qui font affaire avec nous, de même que la « Déclaration des retombées pour le Canada » qui doit absolument être remplie afin que la Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre son soutien aux transactions financées par NORTHSTAR.

Cette mesure n'est qu'un début et ne représente qu'une part infime du large éventail de solutions en matière d'exportation électronique qui sont élaborées alors que les institutions financières canadiennes investissent des milliards de dollars afin de devenir les chefs de file du



M. Scott Shepherd,  
PDG, NORTHSTAR

Les gens d'affaires canadiens qui voyagent se faciliteront la vie en se procurant un carnet ATA (admission temporaire/temporary admission), sorte de « passeport des marchandises ». Le carnet ATA fait économiser du temps, des efforts et de l'argent aux gens d'affaires

niques est particulièrement avantageuse pour les raisons suivantes :

- Facilité d'accès : Vous pouvez télécharger et remplir les formulaires au moment qui vous convient le mieux. Veuillez compter trois jours ouvrables pour le traitement de la demande et

**Montréal**

Chambre de Commerce du Canada  
1255, rue Université, bureau 1510  
Montréal (Québec) H3B 3X2  
Tél. : (514) 866-4334  
Télé. : (514) 866-7296  
Courriel : carnetmontreal@chamber.ca

**Ottawa**

Chambre de Commerce du Canada  
350, rue Sparks, bureau 501  
Ottawa (Ontario) K1R 7S8  
Tél. : (613) 238-4000  
Télé. : (613) 238-7643  
Courriel : carnetottawa@chamber.ca

**Toronto**

Chambre de Commerce du Canada  
BCE Place, 181 Bay Street  
Heritage Building (Galleria)  
Toronto (Ontario) M5J 2T3  
Tél. : (416) 868-6415, poste 237  
Télé. : (416) 868-0189  
Courriel : carnettoronto@chamber.ca

**Vancouver**

Chambre de Commerce du Canada  
a/s The Vancouver Board of Trade  
999 Canada Place, bureau 400  
Vancouver (C.-B.) V6C 3C1  
Tél. : (604) 681-2111  
Télé. : (604) 681-0437  
Courriel : carnetvancouver@chamber.ca  
Siège social : carnet@chamber.ca

# Le carnet ATA

## Ne partez pas sans lui...



qui désirent exporter temporairement des marchandises canadiennes à titre d'échantillons commerciaux, de matériel professionnel ou de matériel de démonstration dans les foires et expositions organisées dans les 56 pays signataires de la Convention sur le carnet ATA.

Document de douane préparé en fonction des besoins du voyageur, le carnet ATA énumère les biens exportés provisoirement dans tel ou tel pays.

Nombre d'entreprises et d'organismes canadiens de divers secteurs (arts, sciences, sport, médias, mode, etc.) utilisent les carnets ATA qui leur évitent des formalités douanières longues et compliquées : il n'est pas nécessaire de remplir les formulaires de déclaration du pays, ni de verser une caution de garantie à chaque poste de douane. Pendant l'année de validité du carnet, le voyageur peut s'en servir aussi souvent qu'il le désire dans n'importe quel des 56 pays signataires.

La Chambre de Commerce du Canada est le seul organisme habilité à délivrer les carnets ATA. Le Système mondial des carnets est administré par le Bureau international des chambres de commerce et la Chambre de commerce internationale, dont le siège est à Paris, en France.

**Pour plus d'informations**, consulter le site internet de la Chambre de Commerce du Canada à l'adresse [www.chamber.ca/carnet](http://www.chamber.ca/carnet). Les formulaires de demande sont maintenant disponibles en version électronique (Excel ou MS-Word).

L'utilisation des formulaires électro-

la délivrance du carnet. Toutefois, au besoin, si la demande est communiquée tôt le matin, le carnet pourra être délivré par la poste le lendemain matin (moyennant un tarif d'urgence).

- Efficacité : Si un exportateur fait plusieurs demandes de carnet au cours de l'année, il lui suffit d'entrer, le cas échéant, les nouveaux renseignements, puis d'envoyer les documents requis par courrier électronique au bureau régional de son choix.

Vous pouvez aussi communiquer avec un représentant régional des Services de carnet, dont le bureau se trouve à :

## Les Russes arrivent

Les responsables du Programme de bourses Eltsine pour la démocratie sont à la recherche d'entreprises canadiennes désireuses d'accueillir de jeunes cadres russes prometteurs pour une période d'une à trois semaines l'automne prochain. Ce programme représente pour les entreprises canadiennes une possibilité unique d'établir des relations d'affaires avec de jeunes Russes particulièrement talentueux et de leur offrir une formation utile dans le domaine des affaires.

Quelque 25 jeunes cadres russes, venant surtout de l'Extrême-Orient russe et représentant une grande diversité de secteurs (notamment ceux de la fabrication, du commerce de détail, de la construction,

des richesses naturelles et des services), viendront au Canada en octobre 2000.

Les frais de séjour et de voyage sont couverts par le programme de bourses — les entreprises canadiennes ont seulement à montrer aux jeunes Russes comment elles exercent leurs activités. Tous les participants parlent anglais et souhaitent ardemment se familiariser avec les pratiques commerciales canadiennes et nouer des contacts au Canada.

Le programme, qui débutera en octobre, devrait comprendre une session d'introduction au Canada d'une semaine, une session de colloques de gestion d'une semaine et un stage de trois semaines dans des

Voir page 18- Les Russes

**S**ous l'égide d'Industrie Canada, de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), de Développement économique Canada pour les régions du Québec et de Diversification de l'économie de l'Ouest, le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) fournit un service intégré de renseignements commerciaux à partir d'un guichet unique. Les Centres, situés aux quatre coins du pays, répondent aux besoins de renseignements des propriétaires de jeunes entreprises et de PME, et les aident à se lancer dans l'exportation.

Les renseignements fournis couvrent 36 ministères et organismes du fédéral et un vaste éventail de ministères provinciaux et des sources non gouvernementales.

Les CSEC peuvent être joints de nom-

# Les centres de services aux entreprises du Canada : un service à guichet unique

breuses façons : téléphones sans frais, visites en personne, internet ou par courrier électronique. L'an dernier, ils ont répondu à quelque 886 000 demandes de clients et près d'un million de personnes ont consulté le site internet.

Les CSEC ont mis au point plusieurs

produits uniques, tels que le Plan d'affaires interactif ([www.rcsec.org/pai](http://www.rcsec.org/pai)), un produit primé qui est utilisé mensuellement par plus de 1 000 clients, ou l'Atelier en ligne sur la petite entreprise ([www.rcsec.org/alpe](http://www.rcsec.org/alpe)). Ces deux outils regroupent des renseignements complexes en fonction des besoins du client.

Le réseau des CSEC compte 12 centres de services (un par province et territoire) et 240 points d'accès partenaires situés dans diverses localités. En Colombie-Britannique, par exemple, le Centre de services aux entreprises et ses bureaux régionaux (Regional Access and Community Help ou REACH) offrent aux clients un programme informatisé convivial grâce auquel les jeunes entreprises peuvent procéder simultanément à leur inscription pour la TPS, la taxe provinciale, Revenu Canada et le Workers Compensation Board. Voilà un service à guichet unique!

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec le CSEC de votre province ou de votre territoire ou visiter le site internet [www.ressec.org](http://www.ressec.org) ✪



En décembre dernier, le réseau a reçu le prestigieux Prix d'excellence de la fonction publique pour le service à la clientèle à l'occasion de la 2<sup>e</sup> remise des Prix de la fonction publique présentés par M. Mel Cappe, greffier du Conseil privé. Assis, de gauche à droite, M. Alex Bertolini (Territoires du Nord-Ouest), M. Yvan Deslauriers (Info Entrepreneur, Québec), M<sup>me</sup> Barbara Gagnon-Thériault (Nouveau-Brunswick), M. Mel Cappe, M<sup>me</sup> Sandy Babcock (Yukon), M. Carl Kuhnke (Colombie-Britannique), M. John Ayling (Ontario). Debouts de gauche à droite, M<sup>mes</sup> Brenda McInnis (Île-du-Prince-Édouard), Nora Henderson (Nouvelle-Écosse), Shannon Coughlin (Manitoba), Diana Matsuda (Saskatchewan), Holly Palmer (Alberta), Beulah Bouzane (Terre-Neuve).

## Les Russes arrivent (Suite de la page 17)

entreprises canadiennes. Le tout se terminera par une session de bilan d'une semaine.

Les stages prévus visent à permettre aux participants d'acquérir une expérience pratique de l'exploitation d'une entreprise de leur secteur au Canada. Les responsables du Programme se proposent de conclure des contrats avec des entreprises pour la conception et la prestation de cours de formation spécialisés pour les Russes.

Le Programme de bourses Eltsine pour la démocratie est administré par Sigma VI, entreprise spécialisée en gestion de l'éducation et de la formation ayant des

bureaux à Montréal et à Ottawa. Sigma VI a signé un contrat avec l'Université de la Saskatchewan qui, conformément aux conditions liées à une contribution de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), est chargée de gérer le fonds en fiducie, d'effectuer les études stratégiques et d'établir des relations avec les anciens participants.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec le Programme de bourses Eltsine pour la démocratie, tél. : (613) 232-7622, courriel : [ydf@sigma6.ca](mailto:ydf@sigma6.ca) internet : [www.ydfp.org](http://www.ydfp.org)

*« J'ai été très heureux d'accueillir des stagiaires lauréats du Programme de bourses Eltsine pour la démocratie. Il est fort gratifiant de voir de jeunes gestionnaires d'une autre culture acquérir de nouvelles connaissances, et c'est encore mieux de savoir qu'on a contribué à cette initiative. C'est la deuxième fois que j'accueille des lauréats de ce programme et je recommanderais cette expérience à toute organisation canadienne, qu'elle envisage ou non d'établir des liens commerciaux avec la Russie. »*

Marcel Faggioni,  
président, MC Faggioni & Associates,  
Sudbury (Ontario). ✪

Le gouvernement du Canada souhaite recueillir les opinions des Canadiens sur la conclusion éventuelle d'un

ce pays s'établissait à 1,2 milliard de dollars. Singapour possède l'une des économies les plus concurrentielles du monde.

*Consultations préliminaires*

# Négociations avec Singapour

accord de libre-échange entre le Canada et Singapour.

Dotée d'un petit territoire et possédant peu de ressources naturelles, Singapour est très dépendante des échanges avec d'autres pays. Le Canada entretient de bonnes relations avec ce pays en matière de commerce et d'investissement. Ainsi, en 1999, la valeur des exportations canadiennes à destination de Singapour se chiffrait à 367 millions de dollars et celle des importations canadiennes en provenance de

Ces dernières années, son secteur manufacturier a délaissé la production à forte intensité de main-d'œuvre au profit d'une production à plus forte valeur ajoutée, et le secteur des services a pris une place prépondérante. En outre, Singapour est déterminée à se positionner comme économie fondée sur le savoir.

Le gouvernement du Canada désire connaître les intérêts et les préoccupations des Canadiens en ce qui concerne cette initiative avant de décider de la voie

à suivre. Il souhaite avoir des avis et des opinions sur les priorités, les objectifs et les enjeux de la conclusion éventuelle d'un accord de libre-échange avec Singapour. Les observations doivent porter sur les points suivants : champs d'intérêt liés à l'exportation et à l'importation; les règles d'origine; la « facilitation du commerce », par exemple, procédures douanières; l'investissement, les services ou la concurrence à l'ordre du jour des négociations; la protection de l'environnement, le respect des droits fondamentaux des travailleurs, les droits de la personne et autres préoccupations sociales.

Les observations doivent être envoyées avant le **31 juillet 2000**. Courrier postal : Consultations sur les négociations commerciales (Singapour), Direction de la planification de la politique commerciale (EAI), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Édifice Lester B. Pearson, 125, promenade Sussex, Ottawa ON K1A 0G6, téléc. : (613) 944-0757, courriel : [consultations@dfait-maeci.gc.ca](mailto:consultations@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Représentant de la SEE au Brésil *(Suite de la page 2)*

Le nouveau représentant de la SEE au Brésil est M. J. Claudio Escobar, qui aura son bureau au consulat général du Canada à Sao Paulo en vertu d'un accord spécial de colocation. M. Escobar sera directeur pour la région englobant le Brésil et les pays du Cône Sud.

Fort de plus de 24 ans d'expérience en commerce international et en expansion des affaires dans les Amériques, M. Escobar connaît à fond la région et ses marchés et il est rompu aux politiques commerciales, aux négociations commerciales, à la commercialisation et à la planification stratégique. Il a participé à de nombreuses conférences et il est l'auteur d'articles et de publications sur le commerce international et sur le milieu des affaires en Amérique latine. M. Escobar s'est joint à la SEE en février 1998 à titre de gestionnaire régional des marchés internationaux.

Les entreprises brésiliennes qui achètent des produits ou des services canadiens

peuvent bénéficier du savoir-faire de la SEE dans le domaine du financement des opérations commerciales, notamment sous forme d'assurance visant les lettres de crédit bancaires ou de conditions spéciales d'assurance et de financement à long terme pour des contrats, y compris par des programmes de financement structuré. La SEE a établi, par exemple, des lignes de crédit avec diverses institutions telles que la Banco do Brazil, Petrobras, Unibanco et la Bank of Boston. De plus, elle a établi des liens avec de nombreuses autres organisations, notamment BCP (à l'appui d'un projet de télécommunications sans fil sur large bande à Sao Paulo), CVRD, Billiton, Embratel, Telemig, Tele Norte Leste et Telo Centro Oeste.

« Le fait d'avoir un représentant permanent au Brésil devrait favoriser l'expansion des affaires pour les entreprises tant canadiennes que brésiliennes, ajoute M. Siegel. Notre objectif est de resserrer les relations

propres à aider les entreprises canadiennes et brésiliennes à accroître leurs exportations et leurs investissements. »

Le Brésil étant l'un des principaux partenaires commerciaux du Canada en Amérique latine, il est considéré par la SEE comme un marché stratégique en croissance. En 1999, la valeur des exportations et des investissements du Canada au Brésil ayant bénéficié de l'appui de la SEE a totalisé plus de 1,4 milliard de dollars.

Fondée en 1944, la SEE est une société d'État qui fonctionne comme une institution financière commerciale, ayant essentiellement pour mandat de fournir aux exportateurs et aux investisseurs canadiens des services de financement des opérations commerciales dans plus de 200 pays.

M. Escobar est au consulat général du Canada à Sao Paulo, tél. : (011-55-11) 5509-3456, téléc. : (011-55-11) 5509-3452.

Pour de plus amples renseignements, consulter l'adresse internet de la SEE à [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca) ✪

## La Méditerranée, une région aux débouchés prometteurs

# Mission commerciale au Maroc, en Algérie et en Espagne

MAROC, ALGÉRIE ET ESPAGNE — 10-20 octobre 2000 — L'Algérie, principal partenaire commercial du Canada en Afrique, et le Maroc, traversent actuellement une période de mutation politico-économique sans précédent. Résolument engagés dans la voie de l'économie de marché et de la mondialisation des échanges, ces deux pays offrent d'intéressantes perspectives aux entreprises canadiennes dans des domaines aussi variés que l'agro-alimentaire, les hydrocarbures, les mines, les télécommunications, l'environnement, la formation et la santé. Les nombreuses réformes entreprises sur les plans politique, législatif et socio-économique ont suscité des besoins considérables, et les produits et les services canadiens dont la qualité est reconnue sont très recherchés.

Solidement ancrée au sein du bloc européen tout en demeurant ouverte sur l'espace méditerranéen, l'Espagne jouit d'une économie florissante qu'atteste une croissance soutenue. Ce pays offre d'excellents débouchés aux entreprises canadiennes, notamment dans les secteurs des technologies de l'information, de l'environnement, du transport ainsi que de la

construction. Une ambitieuse politique de libéralisation et de privatisation mise en œuvre par le gouvernement a contribué à la multiplication des occasions d'affaires. Soutenue par une forte demande intérieure et un besoin continu de modernisation, l'Espagne se situe actuellement au 9<sup>e</sup> rang mondial des pays importateurs. Les investissements espagnols à l'étranger, notamment au Canada, ont par ailleurs augmenté de façon sensible ces dernières années.

Reflet du formidable potentiel de la région, les flux commerciaux hors services entre le Canada et ces trois pays ont atteint près de 2,85 milliards de dollars en 1999.

Cette mission, parrainée par la Banque de Montréal, Postes Canada, et la Société pour l'expansion des exportations, représente une occasion unique pour toutes les entreprises souhaitant renforcer leur visibilité dans ces pays ou conquérir de nouveaux marchés. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) vous invite à manifester votre intérêt.

**Pour tout renseignement**, communiquer avec la Direction du Maghreb et de la Péninsule arabe, MAECI, tél. : (613) 944-5987, téléc. : (613) 944-7431. ✽

## MINExpo International 2000

LAS VEGAS, NEVADA — 9-12 octobre 2000 — Des sociétés minières de partout dans le monde se réuniront à l'occasion de **MINExpo International 2000**, l'une des plus grandes expositions de matériel et de services destinés à l'industrie minière.

Une fois de plus, la CAMESE (association canadienne des exportateurs d'équipements et services miniers) organise un pavillon du Canada. « Pour les fournisseurs canadiens à la recherche de marchés d'exportation, cette foire est probablement la plus intéressante », explique M. Francis Bourqui, coordonnateur du marketing international à la CAMESE.

On prévoit qu'en 2000 cette foire organisée tous les quatre ans attirera plus de 40 000 exposants et employés de l'industrie. Dans le passé, 25 % des visiteurs du salon venaient de l'extérieur des États-Unis, ce qui fait de **MINExpo** une manifestation véritablement internationale.

Le pavillon du Canada est déjà presque entièrement réservé. Les entreprises canadiennes qui veulent être présentes doivent communiquer avec M. Francis Bourqui, CAMESE, tél. : (905) 513-0046, poste 303, téléc. : (905) 513-1834, courriel : [bourqui@camese.org](mailto:bourqui@camese.org) ✽

## MISSION À TAIWAN

TAIPEI — 1<sup>er</sup>-6 octobre 2000 — La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) s'associe au Bureau commercial du Canada à Taipei (BCCT) pour coordonner une mission commerciale à Taïwan à l'intention des entreprises qui exportent ou prévoient exporter des matériaux de construction ou des services liés au domaine de l'habitation ou à des domaines connexes. Le point de mire de cette mission sera le **Salon international du meuble et des matériaux de construction de Taipei**, qui se tiendra au Centre de commerce mondial de Taipei du 1<sup>er</sup> au 4 octobre prochains.

Le Salon est organisé par l'*Economic Daily News*, l'un des principaux journaux commerciaux de Taïwan. Il s'agit du plus grand événement du genre à Taïwan. La mission commerciale fournira aux entreprises canadiennes l'occasion de faire connaître leurs produits et leurs services et d'évaluer les possibilités du marché et les défis qu'il pose.

Les entreprises peuvent réserver un stand individuel pour participer aux activités de la mission ou occuper un espace dans un stand collectif réservé par la SCHL et le BCCT. Les participants canadiens auront la possibilité d'y présenter leur entreprise et leurs produits dans le cadre d'un colloque technique. Après le Salon, le BCCT organisera à l'intention de membres de la mission canadienne des séances de jumelage et de réseautage ainsi que des visites de chantiers de construction.

Les inscriptions seront traitées selon l'ordre de réception. Elles doivent être reçues au plus tard le **4 août 2000**.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Nellie Cheng, consultante principale en exportation à la SCHL, tél. : (604) 666-8064, téléc. : (604) 666-3020, courriel : [ncheng@cmhc-schl.gc.ca](mailto:ncheng@cmhc-schl.gc.ca) ou avec M. Joshua Hodgson, directeur adjoint et délégué commercial adjoint au BCCT, tél. (011-886-2) 2547-9555, téléc. : (011-886-2) 2712-7244, courriel : [joshua.hodgson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:joshua.hodgson@dfait-maeci.gc.ca) ✽

SAINT-HYACINTHE (QUÉBEC) — 15-17 octobre 2000 — Bioagral, organisme québécois sans but lucratif s'occupant du développement technologique et commercial des biotechnologies agroalimentaires, organise la 4<sup>e</sup> édition de **Bio Agro Contact 2000**.

**Bio Agro Contact 2000** est avant tout une réunion à caractère commercial, qui devrait donner lieu à des retombées économiques considérables. Elle a pour objectif de mieux faire comprendre le potentiel des biotechnologies agroalimentaires sur le plan industriel, de mettre en valeur les compétences commerciales des participants et de favoriser la mise en place de réseaux et les partenariats.

Dans le cadre de cette rencontre, des experts internationaux évoqueront les défis, les enjeux et les contraintes qui caractérisent le développement et la commercialisation des biotechnologies agroalimentaires dans leurs continents respectifs.

Les nouvelles sociétés canadiennes du secteur y seront présentées ainsi que les nouvelles technologies ayant un potentiel industriel et les outils électroniques à l'appui des activités de marketing. Un panel d'experts canadiens du domaine partagera sa vision de l'avenir et échangera avec le public lors d'un débat sur « l'innocuité des produits agroalimentaires issus de la

## La conférence-exposition Bio Agro Contact 2000

biotechnologie et les stratégies de communications aux consommateurs ».

Une exposition industrielle et institutionnelle organisée en parallèle présentera les dernières nouveautés en matière de matériel, de fournitures et de services, ainsi que les innovations les plus récentes dans la production végétale, animale et alimentaire. Soixante-quinze stands-vedettes

seront tenus notamment par des sociétés de capital de risque, des administrations publiques, des centres de recherche et des centres d'enseignement, des associations sectorielles et des parcs scientifiques.

Les activités en marge du programme comprennent :

- la remise du « Prix Excellence Bioagral », à la nouvelle entreprise canadienne la plus innovatrice au Canada dans le secteur des biotechnologies agroalimentaires;
- une soirée spéciale au Centre de recherche et de développement sur les aliments (CRDA) d'Agriculture et

Agroalimentaire Canada (visite, réception et dégustation d'aliments)

- la tenue de la 3<sup>e</sup> Rencontre internationale des parcs scientifiques agroalimentaires (pour les membres seulement).

Le 18 octobre, sous l'égide du Conseil national de recherches du Canada (CNRC), les entreprises

canadiennes auront l'occasion de rencontrer individuellement les membres des délégations étrangères présentes, notamment en provenance des États-Unis, de la France et du Brésil.

**Bio Agro Contact 2000** est commanditée, en partie, par Développement Économique Canada pour les régions du Québec, Agriculture et Agroalimentaire Canada et le ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec.

**Pour de plus amples renseignements,** contacter GroupEXPO & Conférence, tél. : (514) 521-4646, poste 227, téléc. : (514) 521-3193, courriel : [jvallieres@groupeexpo.com](mailto:jvallieres@groupeexpo.com), internet : [www.bioagral.qc.ca](http://www.bioagral.qc.ca) ✪



## La Maison de bois a pignon-sur-rue à Angers, en France



ANGERS, FRANCE — 29 septembre-2 octobre 2000 — Une belle maison de rondins, une cheminée rustique, des planchers de bois... voilà un des clichés typiques à propos du Canada. Mais il se pourrait que nos belles maisons de bois fassent des envieux.

En France, où le béton est roi puisqu'il entre pour 85 à 90 % dans les nouvelles constructions, la maison de bois commence à se faire une place. Le moment est donc bien choisi pour profiter de cette tendance : alors qu'à l'heure actuelle, les maisons de bois représentent environ 5 % des nouvelles constructions, elles devraient détenir 10 à 15 % du marché d'ici 10 ans.

On compte entre 100 000 et 150 000 nouvelles constructions résidentielles en France chaque année. L'industrie du bois est bien placée pour tirer parti des débouchés, mais elle doit se faire mieux connaître.

Angers, qui est située dans la vallée de la Loire, sera la ville-hôte de la 2<sup>e</sup> édition du **Salon de la Maison de Bois**, dans le cadre du **Carrefour international du Bois**. Des installations de plus de 35 000 m<sup>2</sup> accueilleront les exposants provenant de tous les secteurs de la construction, de la transformation du bois et de l'ameublement. Plus de 50 000 visiteurs sont attendus, la majorité venant sur invitation

spéciale. Trois autres salons se dérouleront simultanément sous la bannière du Carrefour : ceux de l'Immobilier, du Tourisme et de l'Habitation.

Target International, promoteur exclusif du salon au Canada, souhaite réunir de 20 à 30 entreprises canadiennes pour faire le saut de l'Atlantique jusqu'en France, qui est aussi la plaque tournante du marché européen. « Songez que la vallée de la Loire, où se déroulera la foire, compte à elle seule autant d'habitants que le Québec! », explique M. Roger Kemp de Stonex, une entreprise membre de Target International. Le potentiel est énorme, c'est évident. Et M. Kemp d'ajouter : « Ça vaut la peine de participer à une foire comme celle-ci afin de mieux se positionner et d'évaluer son potentiel avant d'investir davantage, de commander une

Voir page 22 - Maison

## Débouchés au Mexique pour la formation à distance canadienne

COLIMA, MEXIQUE — 6-8 septembre 2000

— Au cours de la dernière décennie, le secteur mexicain de la formation à distance a grandement renforcé ses compétences : auparavant synonyme de programmes médiocres et mal structurés et de résultats scolaires faibles, il jouit aujourd'hui d'une image beaucoup plus positive. Les Mexicains accordent de plus en plus d'importance aux systèmes de technologies de l'information et à l'accès aux réseaux de communications des organismes où ils étudient ou travaillent, et la formation à distance exerce de plus en plus d'attrait.

De leur côté, les universités, les écoles techniques et autres établissements d'enseignement ainsi que les entreprises reconnaissent que des systèmes de télécommunication plus performants leur permettent de proposer des programmes de qualité aux localités éloignées à des tarifs concurrentiels.

Le gouvernement mexicain est évidemment conscient du potentiel qu'offre la formation à distance. Avec une population jeune et de plus en plus nombreuse, le système éducatif est fortement sollicité et, alors qu'auparavant les budgets étaient insuffisants, la formation à distance peut remplacer les méthodes traditionnelles d'enseignement en classe, tout en étant d'un coût moindre et plus accessible. Un bon exemple est Telesecundaria, un réseau d'enseignement intermédiaire appuyé par la télévision, mis sur pied en 1968 pour répondre aux besoins de formation au-delà du cours primaire dans les régions rurales, où

le manque d'enseignants et le coût de construction des écoles avaient rendu l'enseignement très coûteux.

Le président Zedillo a confié la modernisation du système éducatif à l'Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE). L'ILCE est chargé de la production, de la distribution et de la promotion de programmes éducatifs et culturels. Les plus récentes productions font partie du programme de la télévision éducative mexicaine et sont transmises par le Réseau de satellites de la télévision éducative mexicaine (EDUSAT), qui appuie les enseignants dans les régions rurales éloignées.

Les experts prédisent que dans les cinq prochaines années on assistera à une croissance remarquable de la formation à distance au Mexique. Il s'agit donc d'une période cruciale pour les sociétés et établissements canadiens désireux d'offrir des produits et services de cette nature au Mexique. Les possibilités sont variées : logiciels de formation universitaire et technique, apprentissage technique et en entreprise, technologies de télécommunications, multimédia, enseignement des langues et des services de conseil dans les secteurs de la conception de programmes et de la formation.

La réputation dont jouit le Canada au Mexique en tant que chef de file de la formation à distance et des télécommunications a beaucoup facilité le travail du gouvernement fédéral et des gouvernements provinciaux ainsi que de certaines écoles et sociétés pour promouvoir nos services et technologies de formation à distance dans ce pays. Par exemple, en novembre 1999, une délégation mexicaine a participé à la conférence Téléapprentissage de Montréal. Des organisations de premier plan y étaient représentées, par exemple l'ILCE, l'ITESM, l'Universidad de Colima, l'Universidad de Regiomontana, l'Universidad de Monterrey, l'Universidad Autónoma de Guadalajara, l'Universidad de Guadalajara, l'Universidad

Iberoamericana et l'Association nationale des établissements d'enseignement supérieur (ANUIES).

Afin de stimuler davantage l'intérêt du Mexique envers la formation à distance canadienne, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) organise, en collaboration avec l'Association mexicaine d'éducation permanente (AMEC), un colloque sur la formation à distance canadienne, qui aura lieu à l'Universidad de Colima du 6 au 8 septembre prochains. Le colloque fera valoir les capacités canadiennes (produits et services), présentera le Canada comme un grand fournisseur de formation à distance de qualité et facilitera le développement d'occasions d'affaires.

Les établissements d'enseignement, les associations et les sociétés canadiennes du secteur ont intérêt à profiter de cette excellente occasion de s'implanter dans ce marché en plein essor.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Ted Mackay, délégué commercial, Direction du Mexique, tél. : (613) 995-0460, courriel : ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca ✱

## Maison de Bois

(Suite de la page 21)

étude de marché ou de chercher un distributeur. »

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour participer à cette occasion de réseautage, contacter M<sup>me</sup> Nadine Gaillardet, tél. : (514) 683-8108 (région de Montréal, de l'ouest du Québec et Ontario), ou M. Jean-Pierre Lafontaine, tél. : (819) 691-4025 (région du centre du Québec et de l'est du Canada). ✱



VANCOUVER — 18-19 octobre 2000 — Dans la foulée de la crise économique asiatique et de la reconstruction amorcée par les pays de l'Asie-Pacifique, la Fondation Asie Pacifique du Canada organise un sommet ayant pour thème « Positionner le Canada dans la nouvelle Asie ». Cet événement unique en son genre réunira des penseurs éminents et des décideurs de haut niveau des secteurs public et privé, qui examineront les perspectives d'avenir pour l'Asie et les relations Canada-Asie.

La Fondation Asie Pacifique, seul centre national d'études et de recherches non gouvernemental spécialisé dans les questions touchant l'Asie-Pacifique établi au Canada, a invité un groupe de Canadiens et d'Asiatiques de renom à participer à cet événement d'une durée de deux jours qui se tiendra au Centre for Dialogue de l'Université Simon Fraser. Parmi les principaux conférenciers d'Asie figurent MM. Eisuke Sakakibara, ancien vice-ministre des Finances du Japon, Kenneth Courtis, vice-président de Goldman Sachs, en Asie, et Richard Li, président de Pacific Century CyberWorks, à Hong Kong.

Le clou du Sommet Asie-Pacifique sera sans doute le Dialogue avec l'Asie, dans le cadre duquel trois éminents penseurs asiatiques seront invités à traiter la question « Qui sera en tête de file dans la nouvelle Asie? » En outre, d'éminents conférenciers du Canada et de l'Asie traiteront un certain nombre de questions clés au chapitre des relations Canada-Asie : l'image de marque du Canada sur les marchés asiatiques; les conséquences des méga-cités asiatiques pour la coopération au développement et les échanges commerciaux du Canada; les perspectives de l'immigration asiatique au Canada; et les nouveaux problèmes de sécurité qui touchent la région.

Quatre sessions où l'on présentera des scénarios politiques et économiques à moyen terme présentent un intérêt particulier pour les exportateurs canadiens. Quatre animateurs réputés dirigeront une série d'ateliers hautement interactifs portant sur l'analyse du risque et l'élaboration de scénarios pour la Chine, le Japon, la Corée et l'Inde. Ces ateliers fourniront aux participants des outils dont ils pour-

## Sommet organisé par la Fondation Asie Pacifique du Canada

ront tirer parti dans leur planification stratégique pour l'Asie.

Le site internet de la Fondation Asie Pacifique du Canada est une source d'information et d'analyses en ligne s'adressant aux gens d'affaires, ainsi qu'aux milieux gouvernementaux et universitaires, auxquels il propose par ailleurs des réseaux. Les principales composantes de ce site sont *Canada Asia News*, service de courrier électronique qui communique quotidiennement des nouvelles, glanées dans plus de 200 médias dans le monde, sur les relations Canada-Asie; *Briefings for Business*, renseignements à l'intention des chefs d'entreprises sur la manière de faire des affaires dans 12 grands marchés asia-

tiques; *Canada-Asie Commentaire*, bulletin électronique mensuel qui analyse les sujets chauds en Asie-Pacifique et leurs conséquences pour le Canada; et *Research Network*, réseau en ligne regroupant plus de 350 experts qui s'intéressent à tous les aspects des relations Canada-Asie.

Pour plus de renseignements sur la Fondation Asie Pacifique du Canada ou le Sommet Asie-Pacifique, consulter le site de la Fondation à [www.asiapacific.ca](http://www.asiapacific.ca) ✪

### Correction!!

Pour l'article Santé 2000 publié dans *CanadExport* du 15 juin, page 14, les adresses internet devraient se lire [www.sante2000.org](http://www.sante2000.org) et [www.isft2000.com](http://www.isft2000.com)

### OCASIONS D'AFFAIRES

(Suite de la page 14)

Date limite : le 15 septembre 2000. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), no du dossier : 000601-02132, internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=363fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=363fr)

ÉTHIOPIE — Matériel pour réseau de téléphonie mobile cellulaire — Djibouti Telecom a lancé un appel d'offres pour la fourniture, l'installation et la mise en service de matériel pour un réseau de téléphonie mobile cellulaire (GSM D 900). On peut se procurer les documents d'appel d'offres pour 100 000 FD ou l'équivalent en dollars US. Date limite : le 1<sup>er</sup> septembre 2000. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), n° du dossier : 000524-02006.

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) ✪

GM



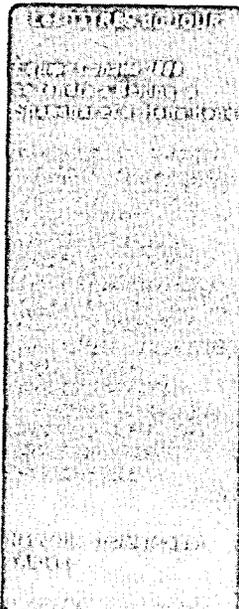
(Suite de la page 15)

savoir-faire de nos employés pour toutes les modalités du contrat.»

### Retombées économiques dans le sud-ouest de l'Ontario

En plus de contribuer aux résultats du Canada en matière d'exportation, le programme VBL a eu une incidence marquée sur l'économie du sud-ouest de l'Ontario. Le maire de London, M<sup>me</sup> Dianne Haskett, constate que le programme VBL a créé d'importantes perspectives d'emploi dans sa ville et a fortement contribué à sa croissance économique. « GM est une entreprise internationale très en vue, et nous avons toujours été très fiers qu'elle soit installée dans notre ville, affirme M<sup>me</sup> Haskett. Nous sommes particulièrement fiers du programme VBL, en raison de sa formidable contribution aux activités de maintien de la paix partout dans le monde. » ✪

# canadexport



## NOUVELLES COMMERCIALES

- **L'Afrique en direct**  
*Les affaires en marche*



- **De nouveaux records**  
*Le ministre Pettigrew lance le premier rapport annuel sur le commerce*
- **Participez à la consultation**  
*sur le commerce des services!*
- **Une vision pour l'avenir avec la CCC**
- **Profil du secteur de l'environnement de la Russie**  
*Aperçu du marché et*

## LE NOUVEL EXPORTATEUR DU MOIS

- **Une cybersociété du Nouveau-Brunswick se lance aux É.-U.**



## FOIRES & MISSIONS COMMERCIALES

- **AfricaRail2000 – Sur la voie des affaires**
- **Un pays des Antilles met en vedette la technologie, les produits et les services canadiens**
- **Grand salon de l'alimentation en Chine**
- **Salon 2000 de l'alimentation et boissons canadiennes**

## Eureka!

Plus besoin d'attendre le facteur!  
Le site de **CanadExport** vient de faire peau neuve :  
**[www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)**  
Profitez pleinement de ce nouvel outil!

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

JUL 12 2000

Publicité bouchée à oreille

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

# Scéno Plus gagnant



## DANS CE NUMÉRO

- 3 Équipe Canada : exemple de réussite
- 4 Le marché minier mexicain
- 6 Carrefour États-Unis
- 7 Financement des exportations et assurances
- 9 Symposium haute technologie au Japon
- 10 L'Agence spatiale européenne
- 11 Canada-Grèce : liens renforcés
- 12 La stratégie de développement de l'Ouest de la Chine
- 13 Occasions d'affaires
- 14 Bourses d'études de la SEE
- 15 Foires et missions commerciales
- 16 Conférences/colloques/réunions

« **T**out a commencé ici », de dire M. Maurice Rhéaume, directeur des communications chez Scéno Plus. « Nous avons déjà réalisé environ 40 bâtiments au Québec, lorsque le Cirque du Soleil, qui était à ce moment-là dans une période d'expansion, a fait appel à nous pour réaliser ses projets à Las Vegas et à Orlando. Nous n'avons donc choisi ni nos pays d'exportation ni nos clients. Ces derniers sont venus à nous naturellement grâce à notre collaboration avec le Cirque. »

Et c'est une chance, car les clients de Scéno Plus, des promoteurs immobiliers, se sont avérés être parmi les plus grands noms du monde du divertissement américain — entre autres Mirage Resorts, Walt Disney Imagineering, David Copperfield, Famous Players et Viacom Entertainment

Corporation. La société a ainsi eu accès à des contacts prestigieux et influents. « Nos projets américains constituent d'impressionnantes cartes de visite pour des clients éventuels, explique M. Rhéaume. Notre réputation n'est plus à faire et notre crédibilité est bien établie. »

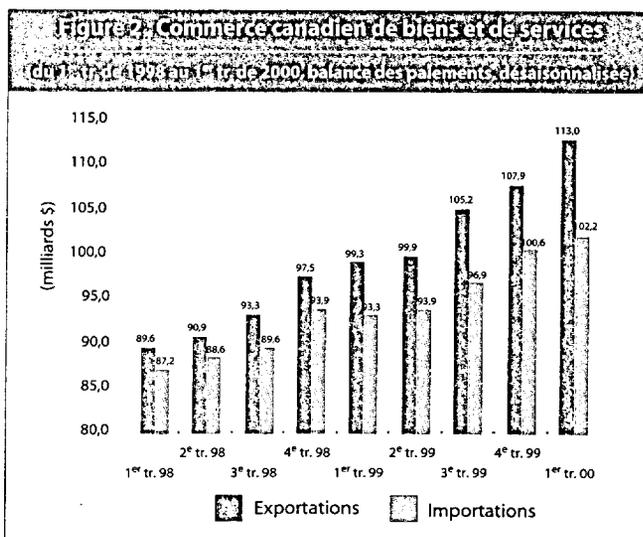
## L'importance du bouche à oreille

M. Patrick Bergé, président de Scéno Plus, aime rappeler comment, grâce à la construction du Paramount Montréal, un complexe cinématographique réalisé pour Famous Players (filiale de Viacom Entertainment), la société a obtenu, par l'intermédiaire de ce géant américain, la réfection du Paramount Opéra à Paris. « Tout se fait par le bouche à oreille, dit M. Bergé. Nos clients savent que nous

Voir page 2 – Scéno Plus

## Le Commerce canadien en revue (Voir l'encart)

Premier trimestre de 2000



La croissance des exportations de biens et de services au premier trimestre représente la 17<sup>e</sup> hausse trimestrielle consécutive depuis le premier trimestre de 1996. L'excédent est passé de 7,3 milliards de \$ au trimestre précédent à 10,8 milliards de \$ (voir la figure).

Source : Statistique Canada

Canada Express

Vol. 18, N° 13 –  
17 juillet 2000

VACANCES D'ÉTÉ  
Prochain numéro :  
le 1<sup>er</sup> septembre 2000

Canada

(Suite de la page 1)

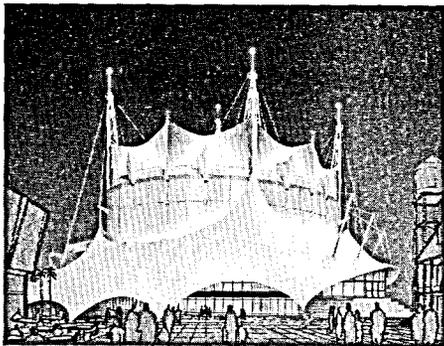
possédons un savoir-faire unique en architecture et en gestion de projets.»

Misant sur la qualité des projets réalisés et sur sa réputation, Scéno Plus n'a pas eu à faire d'autre publicité que celle du réseautage et du bouche à oreille.

Publicité bouche à oreille

# Scéno Plus gagnant

Aujourd'hui, pour diversifier ses marchés et augmenter la masse critique de ses projets, la société élabore pour la première fois un plan de commercialisation beaucoup plus dynamique. L'ouverture d'un bureau à Toronto en avril dernier s'inscrit dans cette stratégie de pénétration du marché nord-américain et de rayonnement à l'échelle internationale.



Le théâtre du Cirque du Soleil au Walt Disney World Resort, à Orlando, conçu par Scéno Plus.

## Direction de projet et travail d'équipe

« Il a fallu revoir notre image d'entreprise, définir nos services et nos marchés et mettre en valeur notre avantage concurrentiel, indique M. Rhéaume. L'obtention de subventions gouvernementales en dépend, et aussi la diversification des activités vers de nouveaux secteurs qui demandent une segmentation de marché et un ciblage plus précis comme ceux des complexes de divertissement (sports, jeux électroniques, restaurants à thème) et des centres commerciaux ». Il ajoute : « Nous venons de fonder Scéno Plus Architecture,

une firme d'architectes juridiquement distincte, qui nous permettra de nous positionner en tant que maîtres d'œuvre et non plus comme des sous-traitants ou des collaborateurs subalternes. » M. Rhéaume se dit convaincu que cette stratégie apportera à la société une notoriété et un rayon-

nement accrus.

De son côté, M. Bergé souligne l'importance du travail d'équipe : « On a déjà écrit que j'avais mis 12 000 heures dans un projet, mais ce n'est pas tout à fait juste. En effet, ce n'est pas Scéno Plus qui coule le béton, qui installe l'électricité, etc. Les projets sont réalisés en équipe et s'appuient sur une coordination serrée de l'ensemble des intervenants, des professionnels aux entrepreneurs en passant par le client et les artistes, tout en tenant compte des particularités propres à chaque projet. »

## Travail d'équipe : la place au fédéral

« Nous souhaitons jouer un rôle positif au sein d'une équipe, mais les gens ne comprennent pas immédiatement ce que nous faisons. »

M. Bergé reconnaît toutefois que le simple fait d'être canadien constitue un atout sur la scène internationale. « Dans nos relations avec les délégués commerciaux à l'étranger, nous visons surtout le long terme, explique M. Rhéaume. D'abord, nous les tenons au courant de nos activités pour qu'ils comprennent mieux notre secteur d'activité — l'architecture du divertissement. En retour, nous bénéficions graduellement d'occasions d'affaires. Nous sommes également inscrits dans la base WIN Exports et nous lisons bien sûr *CanadExport*. »

Il y a quelques mois, l'équipe s'est jointe à une mission commerciale avec le Centre de promotion internationale canadien afin de rencontrer des agents importants dans le secteur du divertisse-

ment sur la Côte d'Azur, à la technopole française de Sophia Antipolis, près de Nice. « Compte tenu des services qu'offre la mission pour l'organisation des rendez-vous et les déplacements, nous pouvons considérer cette initiative comme une véritable subvention », explique M. Rhéaume.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur Scéno Plus, qui a réalisé des projets aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et en Nouvelle-Zélande, contacter M. Maurice Rhéaume, tél. : (514) 529-4364, téléc. : (514) 529-9164, courriel : [rheaume@sceno-plus.com](mailto:rheaume@sceno-plus.com) internet : [www.sceno-plus.com](http://www.sceno-plus.com) ✦

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction : Patrick Marleau  
Mise en page : Yen Le  
Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Téléc. : (613) 992-5791  
Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet : [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

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

canadexport

« **U**n jour, nous avons reçu une lettre du gouvernement dans laquelle on nous invitait à nous joindre à la mission d'Équipe Canada 1997 en Asie du Sud-Est, » se souvient M<sup>me</sup> Vianne Timmons, doyenne de la Faculté

vétérinaire Kasetsart de Bangkok, concernant un projet d'élaboration d'un programme spécial, actuellement examiné par l'Agence canadienne de développement international (ACDI), d'une valeur potentielle de 750 000 \$, ainsi qu'avec

des créneaux différents. La complémentarité de leurs intérêts pourrait les conduire un jour à réaliser une action concrète concertée, sur la scène nationale ou internationale.

### Prochaine mission en novembre

« Nous participerons à la mission d'Équipe Canada à Beijing, Shanghai et HongKong en novembre! déclare M<sup>me</sup> Timmons. Ce voyage en Chine signifie une entrée sur le territoire de l'ACDI et constitue une belle occasion d'établir des réseaux avec nos collègues et de consolider les premières relations que nous y avons nouées. »

Tout est possible, dit-elle, enthousiaste : « études canadiennes, études sur l'Île-du-Prince-Édouard, éducation, bref, tous les projets imaginables. Tout ce qu'il nous faut, c'est un bon partenaire avec lequel édifier ces projets. »

M<sup>me</sup> Timmons a un conseil à donner

Au pays d'Anne... la maison aux pignons verts

## 3<sup>e</sup> mission pour l'UPEI

d'éducation de l'Université de l'Île-du-Prince-Édouard (UPEI). « Nous étions ravis, et pourtant songeurs quant aux coûts considérables que ce voyage entraînerait... avant de nous rendre compte de tous les avantages. »

Fondée il y a 30 ans, l'UPEI compte près de 2 400 étudiants de diverses disciplines, notamment les arts, les sciences, l'administration des affaires, la médecine vétérinaire, le génie, l'administration publique et l'éducation.

### Université ouverte sur le monde

Avant de participer aux missions d'Équipe Canada en Asie du Sud-Est (en 1997) et en Amérique du Sud (en 1998), l'UPEI avait déjà une longue pratique de la mise en place de réseaux à l'échelle internationale, illustrée par les partenariats qu'elle avait établis avec des établissements brésiliens, cubains, mexicains, américains, australiens, finlandais et français.

Néanmoins, selon M<sup>me</sup> Timmons, les missions ont apporté un élément nouveau : « Elles nous ont fait prendre conscience de certains aspects de la communication avec nos homologues étrangers. En effet, nous ne recevions jamais le même type de renseignements auquel nous pouvions nous attendre de la part de nos collègues canadiens. Au Chili, par exemple, les contacts se font selon un mécanisme plus officiel. Nos renseignements étaient souvent d'ordre général, difficiles à obtenir. Il fallait souvent se démener pour obtenir des détails. »

Malgré ces quelques obstacles culturels, la délégation de l'UPEI a connu un franc succès. Des protocoles d'entente ont été signés avec l'Université de médecine

l'Université Astral du Chili et l'Université Católica de Valparaiso. En éducation, cinq professeurs chiliens sont venus à l'UPEI pour se perfectionner et échanger leurs idées avec leurs homologues de l'Île-du-Prince-Édouard.

### Le « coût » de la réussite

M<sup>me</sup> Timmons a constaté qu'en général ces voyages en valaient réellement le coût. Il ne faut cependant pas croire que le succès remporté pendant une mission d'Équipe Canada tombe du ciel. « Pour y participer, il faut une préparation énorme. On doit déterminer l'itinéraire, établir un premier contact, réfléchir au programme, élaborer les projets... et ce, individuellement. Les fonctionnaires, l'Équipe, le premier ministre du Canada ou ceux des provinces ouvrent les portes, mais c'est ensuite à nous de jouer. »

Une fois le travail préliminaire accompli, les liens tissés durant le voyage restent, y compris ceux avec les représentants canadiens. « La collaboration est au cœur des rapports que nous avons établis avec les délégués d'autres établissements d'enseignements canadiens, explique M<sup>me</sup> Timmons. Nous avons échangé des idées et des renseignements et nous avons maintenu nos liens avec certains. »

Selon la doyenne, même si tous les établissements participants sont centrés sur le monde, ils visent des objectifs et



Des professeurs chiliens sur le campus de l'UPEI. De gauche à droite : M<sup>me</sup> America Cobo, M. Jorge Olivares, M<sup>me</sup> Ximena Martinez, le président de l'UPEI, M. Wade MacLauchlan, M. Sergio Zepeda, Jorge Catalan. En médaillon : la doyenne, M<sup>me</sup> Vianne Timmons.

à ceux qui désirent se joindre à Équipe Canada : « Ne croyez pas pouvoir vous décharger sur le personnel de l'Équipe de tout votre travail préliminaire. Établissez vous-mêmes vos premiers contacts. Planifiez les horaires, événements, rencontres avec les médias. Ne vous attendez pas à conclure des contrats sur-le-champ : il s'agit d'un investissement. Prenez l'initiative de relancer vos homologues étrangers. »

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Vianne Timmons, doyenne de la Faculté d'éducation de l'UPEI, tél. : (902) 566-0330, téléc. : (902) 566-0416, courriel : vtimmons@upepei.ca internet : www.upepei.ca \*

# MEXIQUE — Le marché

Présents dans 133 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



## Aperçu

Le Mexique dispose d'importantes réserves de presque tous les minéraux et métaux en demande sur les marchés mondiaux, et l'on estime qu'environ 85 % des ressources minérales de ce pays n'ont pas encore été exploitées, malgré le minerai de haute qualité et les coûts de production relativement peu élevés qu'on y trouve. Près de 10 380 mines sont en exploitation au Mexique. En outre, le gouvernement mexicain possède des millions d'hectares en réserve, dont il destine l'exploitation au secteur privé. Cette année, on prévoit réaliser des investissements d'une valeur approximative de 2,5 milliards de dollars dans des activités d'exploration et d'extraction, de nouveaux projets, l'expansion des usines et l'achat de nouvel équipement.

## Tendances

Il existe une tendance vers une plus grande intégration des activités minières en amont et en aval de l'extraction, sous l'effet de l'engagement des grands groupes miniers dans le

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie des métaux, l'équipement, services et technologies connexes en Amérique latine et Caraïbes.



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Marché minier

transformation. La sous-traitance de l'exploitation des mines constitue une autre tendance, à l'heure où un nombre croissant de sociétés minières mexicaines axent leurs activités sur le traitement et la commercialisation des minerais, plutôt que sur leur extraction.

dans ce secteur. En 1999, le marché mexicain de l'équipement et de la machinerie a atteint 1,2 milliard de dollars. Les compresseurs d'air, les outils de forage, les machines d'extraction, les véhicules surbaissés, les pompes à eau et les pièces de

l'investissement étranger. La loi mexicaine sur l'investissement étranger permet aux intérêts étrangers de détenir en totalité les sociétés et de les exploiter.

D'ici 2008, les droits de douane imposés sur tous les produits industriels importés du Canada seront éliminés en vertu de l'ALENA.

## Production minière et métallurgique au Mexique

Produit	1998	1999
Métaux précieux	2 894 081	2 156 969
Métaux non ferreux	901 165	718 018
Métaux et minerais ferreux	16 547 145	16 514 520
Métalloïdes	17 762 149	15 609 786
<b>Total (kg)</b>	<b>38 104 540</b>	<b>34 999 293</b>

Des règlements environnementaux plus stricts entreront en vigueur dans les années à venir, surtout en raison de la pleine participation du Mexique à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Il s'agit d'une occasion importante pour les entreprises canadiennes fournissant des procédés et des techniques de production écologiques.

### Débouchés

Certains des débouchés les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes se trouvent dans les segments de la maintenance, du forage et de l'extraction de l'industrie minière mexicaine.



Comme le Mexique importe tout le matériel minier lourd, les entreprises canadiennes trouvent de nombreux débouchés

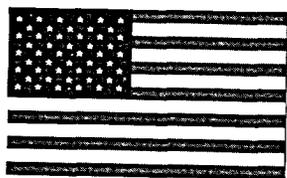
rechange sont particulièrement en demande. Il existe aussi un besoin pour de nouveaux systèmes, équipements et fournitures plus avancés technologiquement dans le domaine du génie minier. Cependant, les entreprises canadiennes font face à une importante compétition, non seulement d'entreprises des États-Unis mais aussi de la France, de l'Italie, du Royaume-Uni, de l'Allemagne et du Japon.

### Accès au marché

Il existe de nombreuses mesures incitatives visant à accroître la participation étrangère dans le secteur de l'exploitation minière, notamment l'élimination des restrictions à

### Ce marché vous intéresse ?

Pour en savoir davantage sur des débouchés particuliers et l'environnement concurrentiel, consultez le rapport complet préparé par le Centre des études de marché, qui s'intitule *Le marché minier au Mexique*. Vous y trouverez des stratégies de pénétration des marchés ainsi que des listes des activités promotionnelles, des principales personnes-ressources, des services de soutien et des sites Web utiles. Le rapport complet est disponible à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Attirer 200 femmes d'affaires

## Un cyber-événement

La Canadienne Ellie Rubin, célèbre auteure d'un best-seller et cofondatrice du Bulldog Group, donnera le coup d'envoi au **Women In Trade E-vent** qui se tiendra le **19 octobre 2000**, à l'hôtel Casino Windsor, en Ontario. Elle animera cette manifestation avec l'esprit d'entreprise bulldog dont elle a fait sa marque de commerce et qui a servi d'inspiration à d'autres entrepreneures ambitieuses et déterminées.

Axé principalement sur la communication, la collaboration et le commerce, ce forum du partenariat interentreprises réunira plus de 200 femmes cadres ou propriétaires d'entreprises du Canada et des États-Unis dans le but de favoriser l'établissement de nouveaux partenariats et de mieux tirer parti des débouchés qu'offre le commerce électronique.

Au déjeuner, des membres et des invitées du Women's Economic Club (WEC) de Detroit se joindront au groupe. La conférencière invitée sera M<sup>me</sup> Elizabeth Collett, PDG de Chalk.com et ancienne directrice principale du développement d'entreprise et de la planification stratégique chez Yahoo. Chalk.com est une entreprise vouée au cybercommerce qui fournit, sur séquence vidéo, de l'information au sujet des produits les plus populaires.

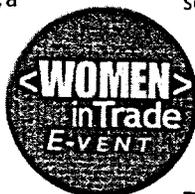
D'autres conférences au programme porteront sur des sujets connexes dont :

alliances stratégiques, gestion des relations et des communications avec la cyberclientèle, logistique au niveau mondial, fiscalité et prix internationaux et la sécurité des transactions en direct.

La journée sera clôturée par une réception visant à favoriser l'établissement de réseaux, puis par un dîner et un spectacle. La troupe **Totally Unrehearsed**

Theatre donnera une performance comique sur l'univers du commerce transfrontalier, des femmes d'affaires et du commerce électronique. Des membres et des invitées de la National Association of Women Business Owners (NAWBO) seront présentes au dîner-conférence.

La coordination du **Women In Trade E-vent** est assurée par le consulat général



### LE QUÉBEC AUX ÉTATS-UNIS : NOUVEAU SITE INTERNET

Cette année, la Délégation générale du Québec à New York a célébré la Saint Jean-Baptiste en inaugurant un nouveau site internet complet et détaillé ([www.quebecusa.org](http://www.quebecusa.org)). Baptisé Le Québec aux États-Unis, ce site regorge d'information sur le Québec et sur les rapports entre la province et les États-Unis. Il comporte notamment des sections bien étoffées sur le commerce et l'investissement. ✪

du Canada à Detroit, en collaboration avec WEC, NAWBO — Greater Detroit Chapter — et Ontario Exports Inc.

Pour plus de détails, consulter [www.WomenInTrade.com](http://www.WomenInTrade.com) ou communiquer avec M<sup>me</sup> Anne Cascadden, agente de commerce international au consulat général du Canada à Detroit, tél. : (313) 567-2208, poste 3357, téléc. : (313) 567-2164, courriel : [anne.cascadden@dfait-maeci.gc.ca](mailto:anne.cascadden@dfait-maeci.gc.ca) ✪

### ASTUCIEUX... VIRTUELLEMENT



NEW YORK — 13-15 novembre 2000 — Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) participera à la **SMARTsourcing Conference and Exposition**. Cette conférence-exposition offrira aux décideurs du milieu des affaires et du domaine de la technologie de l'information (TI) un aperçu complet de la situation générale des services, des services de commerce électronique aux services traditionnels de TI. Les fournis-

seurs de services de commerce électronique et de TI pourront faire connaître leurs produits et leurs services à des décideurs clés de divers secteurs d'activité industriels et commerciaux. De plus, les dernières tendances, idées et possibilités en commerce électronique seront présentées et analysées par des chefs de file lors de colloques, de groupes de discussion et de forums.

Voir page 8 – Soyez

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**U**n développeur de logiciels québécois perce aux États-Unis avec un produit à la fine pointe de la technologie et avec le concours de la Corporation commerciale canadienne (CCC).

M. André Rodrigue, vice-président, Ventes et Marketing, chez Ovalsys International Inc. de Longueuil (Québec), négociait les

déclare M. Rodrigue. « Plus on approchait de la conclusion des négociations et du contrat, plus la valeur ajoutée des services offerts par la CCC aux exportateurs devenait évidente. »

Ovalsys est un chef de file mondial dans le domaine du logiciel d'« analyse de renseignements », un outil qui permet aux organismes d'application de la loi

# Exporter au nom de la loi

modalités d'une première vente à un important organisme américain d'application de la loi lorsqu'il a appris la nouvelle : puisque le contrat était visé par les règles de l'Accord sur le partage de la production de défense (APPD) entre le Canada et les États-Unis, la transaction devait se faire par l'intermédiaire de la CCC. M. Rodrigue a d'abord pensé qu'il ne s'agissait là que d'une étape supplémentaire à franchir pour traiter avec le gouvernement américain.

« J'ai découvert par la suite que les services de la CCC étaient gratuits aux entreprises canadiennes traitant avec le département de la Défense des États-Unis aux termes de cet accord »,



M<sup>me</sup> Victoria MacKenzie, gestionnaire de projet, Affaires É.-U. à la CCC

d'enquêter facilement et efficacement sur les comportements criminels. Le Digital Interception and Collection Equipment (DICE) mis au point par Ovalsys est un système très recherché qui

enregistre et recueille des renseignements à partir de conversations téléphoniques enregistrées sur ordre d'un tribunal. Ce système entièrement numérique extrapole ensuite les caractéristiques des appels pour mettre les enquêteurs sur la piste et conduire éventuellement

à l'arrestation des suspects.

Les caractéristiques du DICE ont attiré l'attention du Counter-Drug Technology Assessment Center (CTAC), organisme central du gouvernement américain chargé de la recherche-développement (R-D) dans le cadre de l'application des lois antidrogue. Ce qui a joué en faveur d'Ovalsys, c'est que l'entreprise était disposée à adapter son système aux exigences propres aux lois américaines bien différentes des normes canadiennes, et qu'elle pouvait le faire. Grâce au système DICE, les agents des forces de l'ordre peuvent tout de suite repérer et lire des extraits de conversations préenregistrées, et stocker sur un CD l'équivalent de ce que peuvent contenir 18 cassettes.

« La technologie approuvée par le CTAC est tôt ou tard utilisée par l'ensemble des organismes d'application de la loi aux États-Unis, explique M. Rodrigue, d'où l'importance de cette vente pour nous. On a collaboré fort avec le client aux activités de R-D pour élaborer un système

## LA CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE



### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales. Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour plus de renseignements, s'adresser à la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : info@ccc.ca internet : www.ccc.ca

parfaitement adapté à ses besoins. »

Ovalsys est un chef de file mondial en ce type de logiciel, mais il ne lui est pas arrivé souvent, au cours de ses 10 années, d'avoir à négocier un contrat international aussi complexe. « Pour ajouter à la complexité de la transaction, l'acheteur est nul autre que le département de la Défense, précise M. Rodrigue. Vu le nombre d'organismes en cause, nous aurions eu du mal à assumer seuls l'administration du contrat. On s'est rapidement rendu compte à quel point la participation de la CCC était précieuse. »

La CCC a fait office de maître d'œuvre et a aidé Ovalsys à s'y retrouver dans les procédures complexes qu'impliquent les ventes internationales. Selon M<sup>me</sup> Victoria MacKenzie, de la CCC, Ovalsys illustre bien ce que la CCC peut apporter aux petites entreprises : « Nous avons grandement facilité les négociations contractuelles. Il y avait de nombreux intervenants, beaucoup de formalités à remplir et il s'agissait, pour

Voir page 8 - Ovalsys

## Vous voulez faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Il vous suffit de taper sur une touche du clavier pour accéder à des débouchés que présentent le site internet ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)) de la General Services Administration (GSA) — organisme qui facilite les achats du gouvernement américain, « premier consommateur au monde » — et celui de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)). On trouvera une liste d'autres marchés éventuels de la GSA au site de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et, à l'occasion, dans *CanadExport*.

**L'**économie américaine a connu une période de croissance spectaculaire ces dernières années. Le hasard a voulu que cette vigueur soutienne l'écono-

depuis 1986-1987, année où le déficit s'était chiffré à 160 milliards de dollars (soit environ 3,5 % du PIB à l'époque), ce qui avait eu un effet déstabilisateur marqué. Les taux de

le reste du monde. Le déficit se comblera naturellement à mesure que l'économie américaine et le dollar ralentiront, alors que d'autres économies et d'autres devises continueront de prendre de la vigueur.

*Le déficit commercial américain : une menace?*

# La stabilité mondiale

Par Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

mie mondiale en des moments très difficiles — les crises en Asie, en Russie et au Brésil ont en effet comprimé la demande, alors que les dépenses des États-Unis ont maintenu la croissance économique mondiale.

Pendant cette période, les États-Unis ont importé beaucoup plus qu'ils n'ont exporté. La balance des paiements américaine a affiché un déficit record de 340 milliards de dollars en 1999 (3,7 % du PIB), et le déficit dépassera probablement 400 milliards en 2000. Cela signifie que l'économie américaine emprunte chaque jour plus de 1 milliard de dollars au reste du monde afin de poursuivre ses fortes dépenses.

On n'avait pas assisté à un tel déséquilibre

change étaient très instables et d'aucuns attribuent aux tensions internationales concomitantes le krach des marchés boursiers de 1987.



M. Stephen S. Poloz de la SEE

Devrions-nous craindre une répétition de ces événements? Probablement pas, car la conjoncture actuelle est fondamentalement différente. Dans les années 1980, le déséquilibre de la balance des paiements des États-Unis tenait à un énorme déficit public — ce qu'on a appelé le problème du double déficit. À l'heure actuelle, le gouvernement affiche un excédent et le déficit des paiements courants est presque entièrement attribuable à l'effet conjugué de la forte croissance économique des États-Unis et de la faible croissance dans

Des signes de plus en plus nombreux indiquent que ce processus de rééquilibrage à l'échelle mondiale est engagé. Plutôt que de menacer la stabilité mondiale, le déficit des paiements courants des États-Unis a au contraire contribué à la rehausser au cours des trois dernières années de crises. Maintenant que la situation est redevenue normale, la balance des paiements des États-Unis devrait s'améliorer régulièrement pendant un ou deux ans. ✱

## Ovalsys Inc.



(Suite de la page 7)

Ovalsys, d'une première expérience sur ce marché. Nous avons recommandé et négocié une clause de remboursement des coûts, ce qui a permis à Ovalsys de réclamer le remboursement de ses frais deux fois par mois, ainsi qu'une clause garantissant qu'Ovalsys conserverait la propriété de son équipement.»

La procédure de paiement rapide par l'entremise de la CCC représentait un avantage considérable pour Ovalsys, une entreprise de petite taille mais en pleine expansion. Avant de conclure cette vente, l'entreprise avait vendu son logiciel à divers organismes canadiens d'application de la loi. « Avec la CCC, le paiement est très rapide et le service de suivi de l'exécution du contrat est aussi très utile, précise M. Rodrigue. La CCC nous a aidés à négocier un contrat favorable avec notre client. Et après le marché américain, nous visons le marché de l'Amérique du Sud.»

L'entrée en fonction du système DICE vendu au CTAC est prévue pour l'été 2000. Ovalsys a reçu nombre d'autres propositions du gouvernement américain et la CCC s'occupe, au nom d'Ovalsys, à ce qu'elles se soldent par des ventes. « Nous collaborons avec nombre de petites entreprises comme Ovalsys pour les aider à pénétrer ces marchés, souligne M<sup>me</sup> MacKenzie : il y a là un nombre infini d'occasions d'affaires.» ✱

## Soyez astucieux... (Suite de la page 6)

Lancée en 1999, la conférence-exposition SMARTsourcing s'inscrit dans la série de conférences sur les stratégies de commerce électronique (e-Business Strategy Conference Series) produite par le BrainStorm Group. Le calendrier pour 2000 s'inspirera du succès remporté par la série présentée en 1999. (Pour renseignements sur cette série, consulter le site internet [www.brainstorm-group.com](http://www.brainstorm-group.com))

Le MAECI aura un kiosque où seront présentées les compétences de l'industrie canadienne de la TI. Celles-ci seront mises en valeur selon une méthode de haute technicité grâce au site internet « Foire commerciale virtuelle » d'Industrie Canada (<http://vts.ic.gc.ca>), qui servira de forum de représentation aux entre-

prises canadiennes qui ne peuvent assister à la conférence.

Pour tirer parti de cette occasion unique de faire connaître le savoir-faire de votre entreprise, envoyez un profil commercial complet de votre entreprise à M<sup>me</sup> Rosalind Patterson, Industrie Canada, courriel : [patterson.rosalind@ic.gc.ca](mailto:patterson.rosalind@ic.gc.ca)

Pour plus de renseignements sur la SMARTsourcing Conference and Exposition et pour y participer, communiquer avec M. André Leblanc, délégué commercial, consulat général du Canada à New York, tél. : (212) 596-1670, courriel : [andre.leblanc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:andre.leblanc@dfait-maeci.gc.ca), ou avec M. Steve Flamm, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2000, courriel : [steve.flamm@dfait-maeci.gc.ca](mailto:steve.flamm@dfait-maeci.gc.ca) ✱

# Le commerce canadien en revue

## Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada

Premier trimestre de 2000

*Ce rapport trimestriel sur le commerce et l'investissement fait état de la croissance économique du Canada au cours du premier trimestre de 2000 et souligne les résultats au plan du commerce et de l'investissement dans des secteurs et des marchés clés.*



### Les exportations canadiennes font un bond de 20 % et alimentent la croissance et la création d'emplois

Entraînée par les exportations, l'économie canadienne a connu une forte croissance au premier trimestre de l'année 2000. Le produit intérieur brut (PIB) réel a connu une hausse de 4,9 %, menée par une progression de 20 % des exportations par rapport au trimestre précédent. Les investissements des entreprises, les dépenses à la consommation et le revenu personnel ont tous affiché des gains marqués. Le marché de l'emploi est demeuré dynamique, avec la création nette de 110 300 nouveaux emplois. Parallèlement, le dollar canadien s'est assaini par rapport à la plupart des principales devises, déterminant ainsi des prix plus élevés pour les ressources naturelles du Canada.

La croissance des exportations de biens et de services au premier trimestre a marqué la 17<sup>e</sup> hausse trimestrielle consécutive depuis le premier trimestre de 1996. L'excédent sur marchandises a atteint les 12 milliards \$ — niveau qui

Voir page 3 — Les exportations

### Faits saillants du commerce et de l'investissement

La progression des exportations de marchandises a dépassé de beaucoup la croissance solide des importations de marchandises, permettant ainsi à l'excédent trimestriel sur marchandises d'atteindre 12 milliards \$. Parallèlement, la croissance des exportations de services a continué de dépasser la croissance des importations de services, phénomène qui a réduit le déficit chronique sur services.

L'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) a été le troisième en importance enregistré jusqu'à maintenant, alors que les entreprises canadiennes ont poursuivi la diversification de leurs activités sur les marchés du monde. De leur côté, les placements de portefeuille étrangers au Canada ont atteint au cours de ce trimestre un niveau sans précédent, faisant contre-poids à un ralentissement de l'apport d'investissements étrangers directs.

### Plus de trois ans de progression trimestrielle des exportations pour le Canada

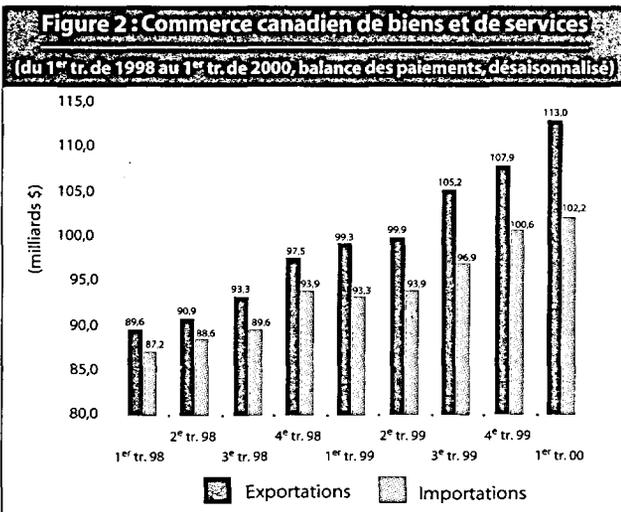
La valeur des exportations de marchandises a atteint 99,1 milliards \$ au premier trimestre de 2000 — une hausse de 4,7 % par rapport au trimestre précédent. Tous les secteurs ont contribué à la hausse des recettes d'exportation, mais plus de 50 % du gain global était attribuable aux exportations dans le domaine de l'énergie ainsi que dans le secteur des machines et de l'équipement.

La croissance de la valeur des exportations du secteur de l'énergie était en grande partie attribuable à la hausse des prix du pétrole brut et raffiné (l'indice des prix de l'énergie de la Banque du Canada est passé de 95,9

**Figure 1 : Indicateurs économiques et commerciaux du Canada**

Pourcentage de variation/niveau  
1<sup>er</sup> tr. de 2000 par rapport au 4<sup>e</sup> tr. de 1999

PIB réel (variation annualisée)	4,9 %
Emploi (augmentation)	110 300
IPC (variation par rapport au trimestre précédent)	
Ensemble des composants	2,3 %
Composants de base (exclut les aliments et l'énergie)	1,1 %
\$CAN en devise US (1 <sup>er</sup> tr.: niveau moyen)	0,6905
Exportations de biens et de services (variation par rapport au trimestre précédent)	20,0 %
Importations de biens et de services (variation par rapport au trimestre précédent)	6,5 %



Source : Statistique Canada

Voir page 2 — Faits saillants



**Faits saillants** — Suite de la page 1

au quatrième trimestre de 1999 à 106,3 au premier trimestre de 2000). La hausse des prix a aussi fortement contribué à la progression des exportations de biens industriels.

La hausse des exportations de machines et d'équipement au premier trimestre a été concentrée dans les télécommunications, les machines industrielles et les produits destinés au secteur de l'aviation. Les exportations canadiennes de produits pour le secteur de l'aviation n'ont pas été touchées par la grève de 38 jours chez Boeing, qui a pris fin en mars. En outre, l'élimination complète des droits de douane sur de nombreux produits des technologies de l'information (TI) à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2000, conformément à l'Accord sur les technologies de l'information (ATI) de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) signé en décembre 1996, annonce, pour les trimestres à venir, une performance encore plus solide des exportations pour les fabricants canadiens du secteur des machines et de l'équipement.

La valeur des importations de marchandises a atteint 87 milliards \$ pour le premier trimestre, soit 1,6 % de plus qu'au trimestre précédent. La croissance globale des importations a été ralentie par les baisses enregistrées pour les produits de l'automobile et les biens de consommation.

Du point de vue des destinations, les exportations vers les États-Unis ont augmenté de près de 4 milliards \$ : il

s'agit d'une augmentation de 4,9 % sur le précédent trimestre, ce qui a notamment entraîné une forte hausse de l'excédent du commerce bilatéral du Canada. Les ventes ont augmenté de 5,4 % vers l'Union européenne (UE), de 1,6 % vers le Japon, de 8,9 % vers les autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et de 4,7 % vers les autres pays. La croissance des importations canadiennes a été assez largement répartie entre les partenaires commerciaux du Canada, exception faite d'une baisse de 4,8 % des importations en provenance du Japon.

**Amélioration de la balance commerciale pour les services**

La valeur des exportations canadiennes de services a atteint 13,8 milliards \$, soit 2,8 % de plus pour les trois premiers mois de cette année qu'au trimestre précédent. Ces augmentations ont eu un effet sur les voyages et tous les modes de transport. Une augmentation générale dans les services commerciaux a été enregistrée, laquelle a compensé

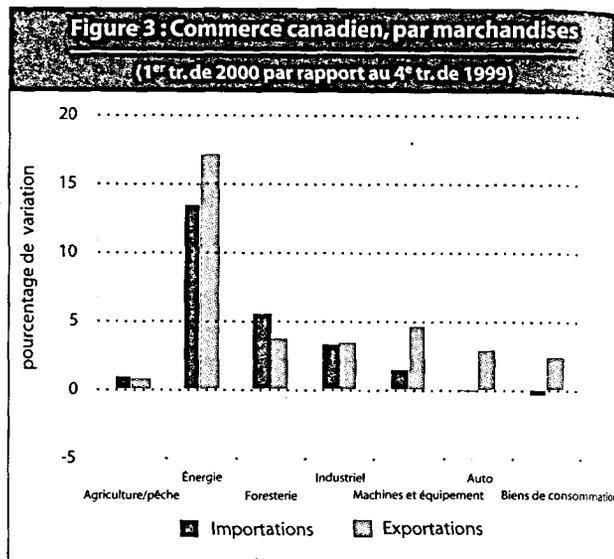
une baisse modérée dans les services d'assurance, de location d'équipement, d'architecture et de génie, ainsi que dans divers autres services techniques.

La progression des exportations de services, allée à une baisse des importations, a ramené le déficit du Canada à 1,3 milliard \$ au cours du trimestre — la troisième baisse trimestrielle consécutive. Le déficit au chapitre des voyages est pour sa part à son plus faible niveau depuis le milieu de 1986.

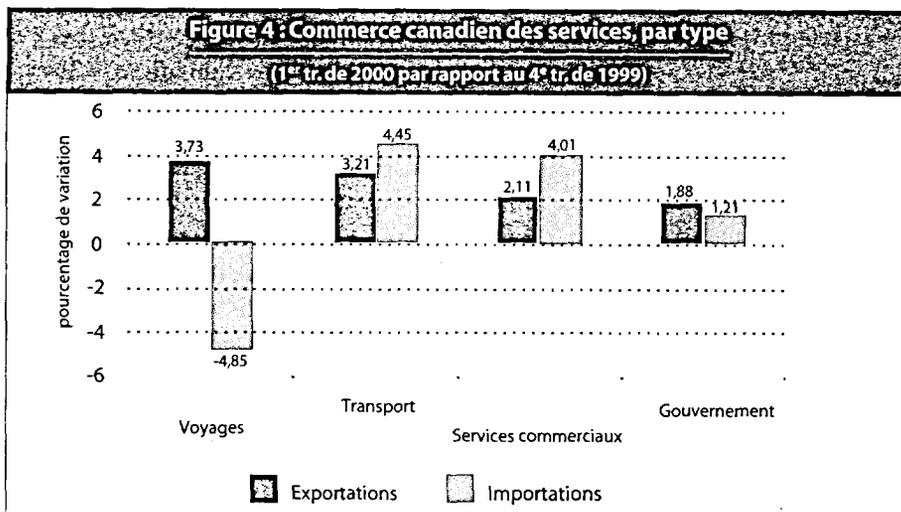
**Forte hausse de l'investissement direct canadien à l'étranger**

L'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) a atteint 13 milliards \$ au premier trimestre de 2000, dont 12,5 milliards \$ aux États-Unis. Ce chiffre s'explique par plusieurs acquisitions très importantes de firmes américaines au cours du premier trimestre.

Après trois trimestres de rentrées massives, l'investissement étranger direct (IED) a été ramené à 4,4 milliards \$ au premier trimestre. Toutefois, les placements de portefeuille ont connu une forte augmentation, en raison d'un apport record de 22,8 milliards \$ d'investissements étrangers dans des titres canadiens, principalement dans des entreprises spécialisées dans la technologie.

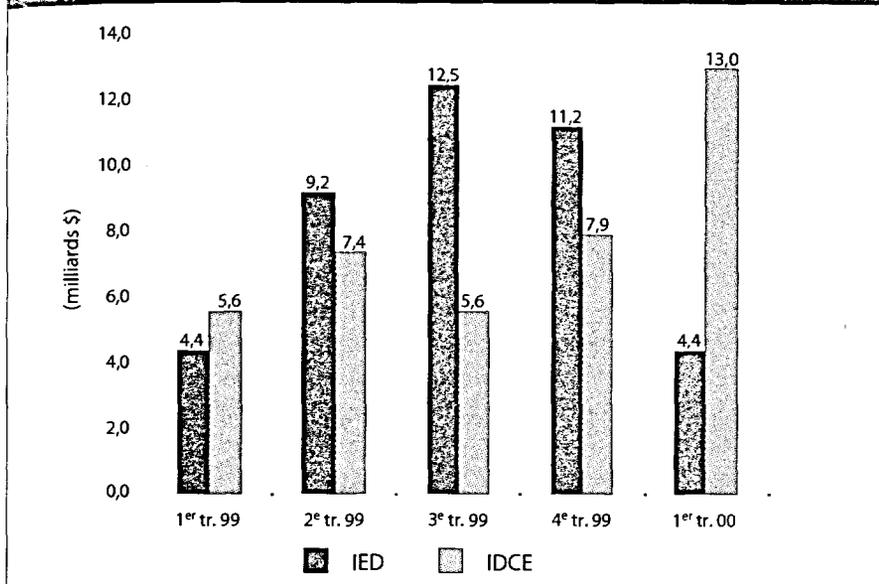


Source : Statistique Canada



Source : Statistique Canada

**Figure 5 - Investissement étranger direct au Canada (IED) et investissement direct canadien à l'étranger (IDCE), 1999-2000**



Source : Statistique Canada

**Les exportations** — Suite de la page 1

n'a été dépassé qu'une seule fois auparavant. Enfin, alors qu'un faible recul du déficit a été enregistré dans le commerce des services, le solde courant du Canada a atteint un excédent de 4,8 milliards \$.

La croissance forte et durable de l'économie américaine (marquée par une hausse de 5,5 % au premier trimestre de 2000), jumelée à l'amélioration du climat économique en Europe et en Asie, et la vigoureuse croissance en Amérique latine ont contribué à créer une forte demande pour les biens et les services canadiens. Au même moment, l'augmentation de la demande de biens importés au Canada a été en grande partie alimentée par l'essor de l'économie canadienne — un signe de santé économique.

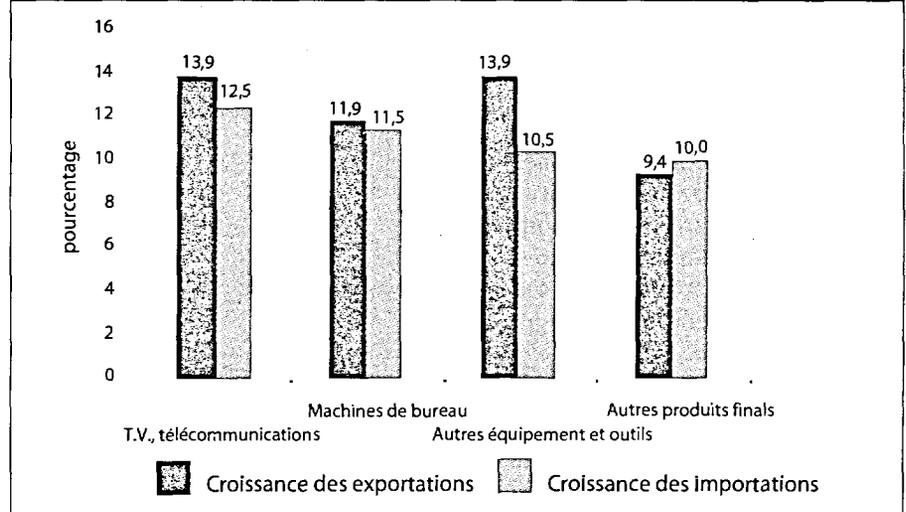
# Nouvelles

## Le commerce et la nouvelle économie : l'expérience canadienne

La mondialisation et la technologie sont les deux principales forces qui alimentent ce qui est maintenant convenu d'appeler la « nouvelle économie ». Les fabricants du secteur des technologies de l'information et les fournisseurs de services numériques sont à l'avant-scène des changements qui déterminent non seulement la transformation des structures de l'économie intérieure — mais aussi le cadre du commerce international — c'est-à-dire les produits que vendent les Canadiens, les partenariats qu'ils établissent et les méthodes commerciales qu'ils privilégient.

Entre autres facteurs, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, l'Accord de libre-échange nord-américain et d'autres accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux ont tous contribué à instaurer un contexte international propice aux échanges commerciaux des produits et des services de la nouvelle économie. Par exemple, le niveau élevé d'inté-

**Figure 6 - Commerce des autres machines et équipement, principaux sous-groupes, croissance annuelle, dollars courants, 1980-1999**



Source : Statistique Canada

gration entre le Canada et les États-Unis dans le domaine des télécommunications a favorisé un volume élevé des exportations et des importations de matériel de transmission et de commutation ainsi que de modems. Le partage de la production dans le secteur des semi-conducteurs a aussi mené à des échanges commerciaux actifs entre les deux pays.

Depuis une vingtaine d'années, les exportations et les importations canadiennes d'ordinateurs, de produits de télécommunications et d'autres produits de pointe ont de façon générale augmenté de plus de 10 % par année. Tandis que la croissance des exportations dépassait en général celle des importations (figure 6), le volume des

importations se maintenait constamment au-dessus de celui des exportations; il en est résulté un déficit commercial persistant pour toutes ces catégories de produits. En 1999, le déficit commercial du Canada pour le secteur des autres machines et équipement (qui représente les produits de la nouvelle économie, dont les machines et équipement de bureau et le matériel de télécommunications) a atteint 31 milliards \$.

Dans l'ensemble des exportations des autres machines et équipement, la part des téléviseurs et du matériel de télécommunications et du matériel connexe est passée de 23,4 %, en 1980, à 29,6 % en 1999. La part des autres outils et équipement<sup>1</sup> a été de 37,5 % en 1999; elle était de 29,4 % en 1980.

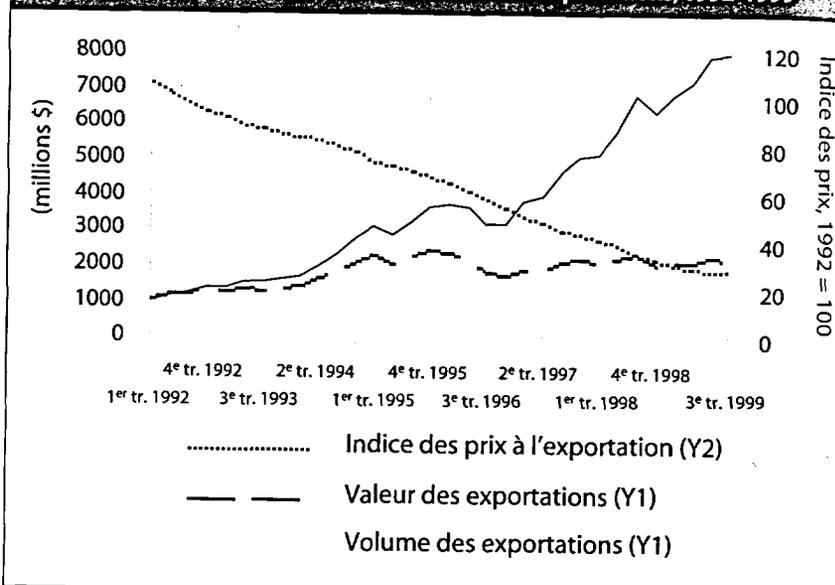
Pendant la même période, on a pu constater une baisse légère de la part des machines et équipement de bureau, qui est passée de 19,3 % en 1980 à 17,1 % en 1999. Ce recul reflétait néanmoins une forte baisse des prix des ordinateurs et du matériel informatique sur la scène commerciale internationale, où l'indice des prix a baissé de 72 % pour les exportations et de 64 % pour les importations entre 1992 et 1999.

En dollars constants cependant, la valeur des exportations de machines et d'équipement de bureau a connu une hausse importante, témoignant de la forte demande des partenaires commerciaux du Canada et de la capacité du pays à soutenir la concurrence internationale (figure 7). En fait, la croissance annuelle moyenne entre 1992 et 1999 a été estimée à 30,2 %, comparativement à une progression d'environ 12,6 % du volume pour tous les autres sous-groupes des autres machines et équipement. À la suite des gains de volume et des baisses de prix, la valeur des exportations de machines et d'équipement de bureau au Canada s'est stabilisée à peu près au niveau de 1995, après avoir atteint un sommet de 2,5 milliards de dollars au quatrième trimestre de 1995 (figure 8). Depuis 1992, les importations de machines et d'équipement de bureau ont aussi augmenté,

tant en valeur qu'en volume, bien que plus lentement que les exportations. En résumé, le Canada a tiré des avantages considérables des échanges bilatéraux de produits de la nouvelle

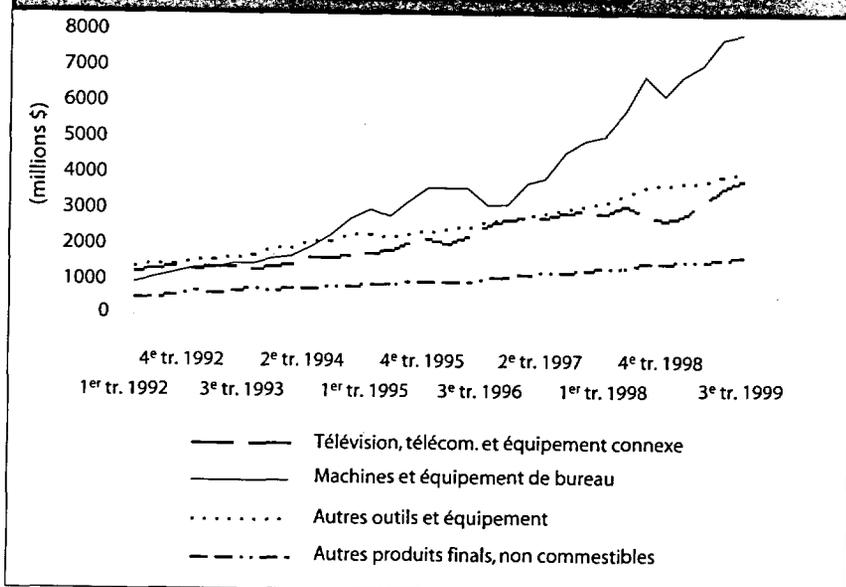
économie, et est en bonne position pour saisir les nouvelles possibilités qu'offrent encore ces produits dans un marché mondial en plein essor.

**Figure 7 : Exportations de machines et d'équipement de bureau**  
Indice des prix à l'exp., valeur et volume des exportations, 1992-1999



Source : Statistique Canada

**Figure 8 : Exportations d'autres machines et équipement**  
dollars constants de 1992, 1992-1999



Source : Statistique Canada

1 Comprend l'équipement de chauffage et de réfrigération, le matériel de cuisine, le matériel électrique d'éclairage et de distribution, les instruments de mesure de laboratoire, d'optique et médicaux, ainsi que les outils à main et autres.

**L**e marché japonais de la technologie de l'information (TI) est très lucratif pour les entreprises qui y réussissent.

Mais l'une des principales difficultés des exportateurs canadiens de logiciels, de matériel et de services est que, jusqu'à récemment, les Japonais ne voyaient pas le Canada comme un fournisseur de produits et de services de haute technologie. La mission d'Équipe Canada à Osaka et à Tokyo en 1999 a marqué un tournant dans la reconnaissance du Canada comme une importante source de technologie de pointe pour la « nouvelle économie » du Japon. Afin d'exploiter cet intérêt récent pour les technologies canadiennes, nos missions ont mis sur pied une série d'activités qui met les fournisseurs canadiens en contact direct avec des acheteurs japonais afin de lever quelques-uns des principaux obstacles auxquels font face les exportateurs canadiens, à savoir le coût élevé de l'exercice d'activités commerciales au Japon, la barrière des langues et de la culture, et l'éloignement du marché.

Pour exploiter le succès de la mission d'Équipe Canada et mieux faire connaître le Canada comme un pays de haute technologie, l'ambassade du Canada à Tokyo a organisé, il ya deux mois, de concert avec le consulat général à Osaka, la Direction du Japon et le Centre du commerce international de Toronto, le premier **symposium annuel sur la haute technologie : Solutions canadiennes à la globalisation.**

Ce symposium de trois jours (deux à Tokyo et un à Osaka) avait pour objet de présenter les capacités du Canada en TI et de susciter des occasions d'affaires pour les PME canadiennes qui ont ou non

l'expérience du marché japonais. Quatre conférenciers canadiens représentant le secteur fort diversifié de la TI du Canada

ont permis aux entreprises de TI qui se lancent sur le marché japonais comme à celles qui y sont bien établies de faire

# Symposium haute technologie



et des représentants de 26 des principales sociétés canadiennes de ce secteur ont donné des conférences d'information et participé à des expositions de réseautage qui ont accueilli plus de 700 décideurs importants de l'industrie des TI du Japon.

Les jours où il n'y avait pas de conférence, le personnel de l'ambassade a organisé plus d'une vingtaine de rencontres interentreprises à l'intention des sociétés canadiennes nouvelles venues sur ce marché; bon nombre des participants ont tiré parti de ces journées pour développer les rapports qu'ils avaient établis avec des gens d'affaires japonais durant les séances de réseautage. Quatre sociétés canadiennes ont profité de l'occasion que leur offrait ce symposium pour annoncer leur intention d'ouvrir une filiale au Japon, et un certain nombre de représentants d'entreprises et de conférenciers canadiens se sont prêtés à des entrevues avec les médias, faisant ainsi profiter le Canada d'une couverture médiatique appréciable et positive dans la presse japonaise.

Le symposium sur la haute technolo-

gogie a permis aux entreprises de TI qui se lancent sur le marché japonais comme à celles qui y sont bien établies de faire connaître leurs produits et leurs services et de créer de nouveaux circuits de distribution dans un nouveau segment du secteur japonais des TI. Il a aussi contribué à renforcer l'image du Canada comme centre



Les participants canadiens au Symposium sur la haute technologie au Japon.

d'excellence en haute technologie dans le marché de plus en plus mondialisé de la TI.

« J'ignorais que l'on pouvait trouver au Canada d'aussi nombreuses technologies multimédia de pointe », a affirmé l'un des participants au symposium, M. Yukio Sakamoto, cadre supérieur du Groupe multimédia chez NTT Data, à Osaka. « Nous pensons que nous devons aller aux États-Unis pour trouver des produits ou des services de ce genre. »

**Pour plus d'information** sur les débouchés qu'offre le marché japonais des TI et sur les événements inscrits au calendrier du secteur japonais des TI, communiquer avec M. David Bostwick, Direction du Japon, MAECI, courriel : [david.bostwick@dfait-maeci.gc.ca](mailto:david.bostwick@dfait-maeci.gc.ca) avec M. Andrew Smith, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Tokyo, courriel : [andrew.smith@dfait-maeci.gc.ca](mailto:andrew.smith@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Mark Scullion, consul et délégué commercial, consulat général du Canada à Osaka, courriel : [mark.scullion@dfait-maeci.gc.ca](mailto:mark.scullion@dfait-maeci.gc.ca) ou consulter le site internet [www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka)

## Forum commercial Kansai-Ouest canadien

KYOTO, JAPON — 19-21 octobre 2000 — Lancé en 1995 à Osaka par le Vancouver Board of Trade, la Chambre de commerce et d'industrie d'Osaka et le consulat général du Canada à Osaka, le **Forum des gens d'affaires Kansai-Ouest canadien (KCWBF)** réunit des entreprises et des associations de gens d'affaires du Canada et du Japon. Le Forum offre un appui inter-

entreprises qui favorise l'établissement de liens commerciaux et le jumelage d'entreprises des deux pays.

Le Kansai — une conurbation de 22 millions d'habitants qui comprend les villes d'Osaka, de Kyoto et de Kobé — représente l'un des géants de l'économie mondiale. Cette région est en effet à l'origine de plus

Voir page 14 - Forum

**A**u XXI<sup>e</sup> siècle, la coopération internationale est le mot d'ordre dans l'exploration et l'exploitation de l'espace. Aucun pays ne peut absorber seul les coûts de programmes dont les bénéficiaires ne connaissent pas de frontières, depuis l'observation de la terre pour comprendre notre

*La coopération Canada-Europe*

# L'Agence spatiale européenne

*environnement planétaire jusqu'aux télécommunications multimédia, en passant par la navigation par satellite.*

Depuis plus de 20 ans, le Canada et l'Europe coopèrent étroitement dans le domaine spatial. Le mois dernier, le gouvernement du Canada et l'Agence spatiale européenne (connu sous le sigle anglais ESA) ont signé, en présence du premier ministre Jean Chrétien, un nouvel accord de coopération de 10 ans qui permettra aux entreprises canadiennes de bénéficier encore d'avantage de cette coopération.

« Avec ce nouvel accord de coopération, nous tablons sur une fière tradition de concertation par le biais de la recherche et du développement spatial », a déclaré M. Chrétien. « Cet accord constitue un modèle de coopération internationale qui continuera d'être un moteur de l'innovation, des échanges de connaissances et de compétences, et de la création d'alliances entre nos pays, nos agences et des industries spatiales pour répondre aux besoins des générations futures de partout dans le monde. »

Le Canada est le seul pays non européen à avoir conclu un tel accord, ce qui permet à l'industrie canadienne de participer directement aux programmes de développement technologique et aux programmes de satellites en télécommunications, d'observation de la terre et de navigation par satellite.

## L'Agence spatiale européenne

Dotée d'un budget annuel de plus de 5 milliards de dollars, l'ESA est une organisation internationale regroupant 15 pays et employant 1 700 personnes, notamment des Canadiens, dans ses établissements situés à Paris (France), Noordwijk

(Pays-Bas), Darmstadt (Allemagne) et Frascati (Italie). Le mandat principal de l'ESA est le développement des sciences et des techniques spatiales à des fins pacifiques et l'instauration d'une industrie spatiale compétitive.



Après la signature du nouvel accord Canada-ESA de 10 ans, le président de l'Agence spatiale canadienne, M. W.M. Evans (à gauche), serre la main du directeur général de l'ESA, M. Antonio Rodotà, sous les applaudissements du premier ministre Jean Chrétien (à gauche) et du président du conseil de l'ESA, M. A. Bensoussan.

## Industrie canadienne

L'industrie canadienne profite directement de la participation du Canada aux programmes de l'ESA. Ainsi, depuis 1979, près d'une centaine de sociétés canadiennes de haute technologie ont obtenu quelque 400 contrats d'une valeur totale de 300 millions de dollars, ce qui leur a permis de faire connaître leur expertise

auprès des maîtres d'œuvres européens et de réaliser avec ceux-ci des alliances stratégiques afin de développer des produits innovants pour les marchés des télécommunications et de la télédétection.

Avant de lancer en 1995 son propre satellite RADARSAT, le Canada a participé au programme de Satellite européen de télédétection (ERS), bénéficiant ainsi de nombreux transferts technologiques et de l'expérience opérationnelle de l'ESA, notamment dans le traitement des données. Depuis, RADARSAT est devenu le premier satellite commercial d'imagerie radar au monde.

Grâce à l'Accord Canada-ESA, l'industrie canadienne participe activement à la R-D sur de grands projets internationaux de télécommunications de nouvelle génération en bande large. Ainsi, dans le cadre du programme ARTES (Advanced Research in Telecommunications Systems) de l'ESA, des sociétés canadiennes telles que EMS Technologies (Sainte-Anne, Qué.) et COM-DEV (Cambridge, Ont.) travaillent avec les grands maîtres d'œuvres européens tels Alcatel, Matra Marconi Space et Alenia, sur des systèmes qui offriront bientôt aux consommateurs de nouveaux services de télécommunications à haut débit pour la téléphonie mobile, la messagerie, la vidéo-conférence et l'internet.

Dans le domaine de l'exploration spatiale, la société SED Systems de Saskatoon, spécialisée dans les stations terrestres, s'est vu confier la construction d'une antenne géante de 35 m de diamètre en Australie pour le compte de l'ESA. Cette antenne servira à commander et à recevoir les signaux des sondes interplanétaires qui seront bientôt lancées aux confins de notre système solaire.

## Avantages pour le Canada

La coopération Canada-ESA profite aussi à l'ensemble des Canadiens. Par exemple, les images des satellites ERS (et bientôt ENVISAT), complétant celles obtenues par RADARSAT, aident à la surveillance des glaces dans l'océan Arctique, à l'exploration géologique, à l'agriculture et à la gestion des catastrophes naturelles.

En Colombie-Britannique, un projet financé par l'ESA et par l'Agence spatiale canadienne (ASC) et réalisé par MacDonald, Voir page 13 - L'Agence

**E**ffectuée peu après deux missions commerciales canadiennes en Grèce cette année, la visite au Canada du président grec, M. Constantinos Stephanopoulos, du 27 mai au 2 juin, a marqué une étape importante dans le développement des relations Canada-Grèce.

Parmi la délégation de 115 personnes accompagnant le président Stephanopoulos figuraient le sous-ministre de l'Économie nationale, M. Ioannis Zafeiropoulos, et plus de 25 représentants d'entreprises. Cette visite a contribué à un renforcement marqué des relations bilatérales qu'entretiennent la Grèce et le Canada sur les plans social, culturel, commercial et de l'éducation.

### Promotion du commerce

Pendant sa visite d'une semaine, le président Stephanopoulos a rencontré notamment le premier ministre, M. Jean Chrétien, la ministre du Patrimoine canadien, M<sup>me</sup> Sheila Copps — qui revenait tout juste d'une réunion en Grèce avec son homologue — et les premiers ministres Lucien Bouchard et Mike Harris. Par ailleurs, à Montréal et à Toronto, il a participé à des forums de gens d'affaires réunissant des dirigeants d'entreprises d'un large éventail de secteurs d'activité. M. Stephanopoulos a également assisté à la signature d'un protocole d'entente entre l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada et la Chambre de commerce canado-hellénique.

De grandes entreprises canadiennes comme TVX Gold, Nortel, Oerlikon, Bombardier, SNC-Lavalin et d'autres ont

eu plusieurs fois l'occasion de rencontrer le président et les membres de la délégation grecque. Ces sociétés font partie des 24 entreprises ayant participé deux semaines plus tôt à la mission commerciale en Grèce dirigée par M. John Cannis,

prochaines années, alors que la Grèce entreprend, en vue des Jeux olympiques de 2004, un vaste programme de modernisation de son infrastructure militaire et de son infrastructure nationale de base, pour lequel elle prévoit dépenser 60 mil-

Visites, missions de haut-niveau



# Canada—Grèce : liens renforcés

secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie, M. John Manley.

Lors de réunions de haut niveau, des décideurs du gouvernement, des milieux des affaires, de l'économie, de la culture et de l'éducation ont discuté de questions bilatérales; ces réunions ont été très fructueuses pour les entreprises participantes et ont permis de faire beaucoup mieux connaître le Canada à la Grèce. Au mois de février, le ministre de l'Industrie et du Commerce du Québec, M. Guy Julien, avait dirigé une mission d'entreprises québécoises en Grèce.

L'an dernier, les échanges entre le Canada et la Grèce ont progressé de 23 %. Dans la foulée des deux missions commerciales, les entreprises canadiennes explorent activement des occasions d'affaires évaluées à plus de 1 milliard de dollars. La croissance des échanges entre les deux pays devrait se poursuivre dans les

liards de dollars américains au cours des cinq prochaines années.

### Culture et éducation

La culture et l'éducation ont été des thèmes très importants de la visite du président Stephanopoulos, ainsi qu'en a témoigné le versement final de la contribution de 400 000 \$ de la Grèce pour la création d'une chaire d'études helléniques à l'Université McGill et la présentation d'un chèque de 300 000 \$ au Musée royal de l'Ontario. Au cours de discussions concernant les possibilités d'affiliation avec plusieurs universités, dont l'Université York, l'Université d'Ottawa, l'Université de Montréal, l'Université Concordia et l'Université McGill, le président Stephanopoulos a bien montré l'importance qu'il attache aux relations dans ce domaine.

Les prochaines années seront importantes pour la Grèce : elle se joindra à l'Union monétaire européenne, assurera la présidence de l'Union européenne en 2003 et sera l'hôte des Jeux olympiques de 2004. Les rapports commerciaux et culturels établis entre le Canada et la Grèce permettront au Canada de demeurer un partenaire précieux de la Grèce, qui jouera un rôle clé dans le sud-est de l'Europe et dans la région de la Méditerranée orientale.

Pour tout renseignement sur les débouchés en Grèce, communiquer avec M. Jean-Louis Robitaille, délégué commercial, Direction de l'Europe du Sud, MAECI, tél. : (613) 996-4484, téléc. : (613) 995-8783, courriel : jean-louis.robitaille@dfait-maeci.gc.ca ✪

## Mission NEXOS en pharmaceutiques

MILAN, ITALIE — 7-9 novembre 2000 — Le consulat général du Canada à Milan, en Italie, organise une mission NEXOS (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) à l'intention des fabricants canadiens de produits pharmaceutiques en vrac et génériques, de produits intermédiaires, d'ingrédients et de produits chimiques fins, et des sous-traitants et des établissements de recherche.

Le CPhI, Salon mondial des spécialités pharmaceutiques, est consacré principalement aux ingrédients pharmaceutiques et aux produits intermédiaires. Il s'agit de l'événement annuel le plus important dans ce secteur. Le CPhI a réuni l'an dernier à Francfort, en Allemagne, 951 exposants et 15 454 visiteurs, et l'on s'attend à ce que l'événement prenne encore de l'ampleur cette année.

Voir page 14 — Mission

**U**ne délégation de gens d'affaires canadiens dirigée par le secrétaire d'État (Asie-Pacifique), M. Raymond Chan, a visité l'intérieur de la Chine du 28 mai au 3 juin 2000.

Cette visite avait pour objet de tirer parti des débouchés découlant de la « stratégie de développement de l'Ouest », récem-

ment annoncée par le gouvernement central devrait donner lieu à une restructuration économique et à un accroissement de l'investissement dans tous les secteurs de l'économie.

### La Chine investira dans 10 régions

Le gouvernement s'est engagé à faire des investissements majeurs dans les 10 régions

les règlements visant l'acquisition de droits miniers ou de droits d'utilisation des terres seraient plus souples, et des projets pilotes ont été mis sur pied pour simplifier le processus d'approbation des projets de développement des secteurs miniers et pétroliers de certaines régions.

### Les projets prioritaires : les points forts du Canada

Bon nombre des grands projets d'immobilisations prioritaires déjà prévus ont trait à la construction de routes, de chemins de fer et d'aéroports, au développement énergétique (y compris l'installation de pipelines), à la conservation des eaux et à la protection de l'environnement — domaines de spécialisation des entreprises canadiennes. Par exemple, la Chine a annoncé qu'elle a l'intention de construire un gazoduc de 4 200 km qui traversera huit provinces et municipalités.

Les administrations locales des régions de l'Ouest ont donné plus d'ampleur à leurs plans respectifs d'expansion économique. La province du Shaanxi envisage la construction de 52 000 kilomètres de routes à un coût de 203 milliards RMB (40,6 milliards \$ CAN). Les autorités de la région de Ningxia se sont engagées à doubler les sommes investies dans les projets d'immobilisations à revenu fixe, qui atteindront au moins 110 milliards RMB (22,2 milliards \$ CAN) entre 2001 et 2005. La municipalité de Chongqing a annoncé la mise en œuvre, au cours des 10 prochaines années, d'importants projets d'infrastructure évalués à 240 milliards RMB (48,5 milliards \$ CAN).

### Mission d'Équipe Canada en Chine

La mission d'Équipe Canada, qui se rendra à Beijing, Shanghai et Hong Kong en novembre 2000, examinera les débouchés créés par la stratégie de développement de l'Ouest de la Chine. Les entreprises canadiennes participantes pourront se renseigner directement auprès des fonctionnaires et des décideurs chinois.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Cynthia Bernier, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-6987, téléc. : (613) 943-1068, courriel : [cynthia.bernier@dfait-maeci.gc.ca](mailto:cynthia.bernier@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Débouchés pour le Canada

# La stratégie de développement de l'Ouest de la Chine

ment annoncée par les autorités chinoises, et de promouvoir les compétences commerciales du Canada dans cette vaste région en plein essor. Les représentants d'une quinzaine d'entreprises canadiennes œuvrant dans les secteurs des mines, du pétrole, des télécommunications, des transports et des services professionnels ont visité Beijing, la région de Xinjiang et le Sichuan. La mission était organisée par l'ambassade du Canada à Beijing et le Conseil commercial Canada-Chine. Elle a suscité un vif intérêt auprès des entreprises et des pouvoirs publics chinois et les perspectives d'exportation semblent prometteuses.

Mis en œuvre à la fin des années 1970, le programme de réforme économique de la Chine a graduellement transformé la plupart des régions occidentales et méridionales du pays, dynamisant les centres urbains, élevant le niveau de vie et stimulant l'activité économique dans le secteur privé. Mais les provinces intérieures et occidentales de la Chine n'ont pas évolué au même rythme : l'investissement n'y a pas progressé autant, ce qui a limité la croissance économique et le développement des compétences en gestion, de l'infrastructure et de l'éducation. La

suivantes : les provinces de Shaanxi, de Gansu, de Qinghai, de Sichuan, de Yunnan et de Guizhou, les régions autonomes ethniques de Ningxia, de Xizang (le Tibet) et de Xinjiang, et la municipalité de Chongqing. Ces régions couvrent 5,4 millions km<sup>2</sup>, soit 57 % du territoire national. Leur population combinée, 280 millions d'habitants, constitue 23 % de l'ensemble de la population chinoise. Il convient de noter qu'on y trouve la moitié des réserves prouvées d'énergie du pays (charbon, pétrole et gaz naturel) de même que des ressources minières, forestières et agricoles considérables.

Les principaux objectifs de la stratégie consistent notamment à octroyer au moins 60 % des prêts de la Banque de développement de la Chine aux régions intérieures et à encourager les gouvernements étrangers et les institutions financières internationales à investir dans ces régions. Pour accélérer le développement de la Chine occidentale, le gouvernement central adoptera aussi des politiques d'accès préférentiel et des incitatifs fiscaux dont les investisseurs pourront se prévaloir. Par exemple, le ministère des Terres et des Ressources naturelles a déclaré que



Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**ALGÉRIE — Construction et exploitation de centrales électriques** — SONELGAZ invite les investisseurs étrangers et nationaux à soumissionner la conception, le financement, la construction, l'exploitation, l'entretien et la propriété d'une ou de plusieurs centrales d'une puissance totale de 2 000 MW. L'adjudicataire aura en outre la responsabilité de vendre l'électricité produite sur le marché intérieur et à l'étranger. SONELGAZ est le seul acheteur sur le marché intérieur (400 MW) et l'exportation se fera en collaboration avec

SONELGAZ. Date limite: le 2 octobre 2000. Coût des documents : 3 000 \$; garantie obligatoire : 2 500 \$ par MW. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le n° de dossier 000606-02209 du COAI. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=402fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=402fr)

**SUÈDE — Vin de glace** — Le Conseil de développement économique cherche une entreprise canadienne pour mettre sur pied une entreprise de production de vin de glace dans le nord de la Suède. Le raisin serait cultivé dans de grandes serres équipées de plafonds ajustables pour contrôler le gel des raisins. L'Union européenne financera les deux tiers du

projet, la municipalité d'Arvidsjaur le reste. Le directeur du Conseil de développement économique a déjà à sa disposition le plan d'affaires et les ressources voulues. Date limite : le 15 août 2000. Communiquer avec M<sup>me</sup> Jaclyn Jerome, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le n° de dossier 000620-02418. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=483fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=483fr)

**GRÈCE — Véhicules aériens télépilotes** — La Direction générale de l'armement a lancé un appel d'offres international pour la fourniture de deux véhicules aériens télépilotes (VAT) à moyen rayon d'action pour la surveillance de champ de bataille pour les Forces terrestres. Date limite : le 11 septembre 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel: [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le n° de dossier 000609-02284. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=432fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=432fr)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

## L'Agence spatiale européenne (Suite de la page 10)

Dettwiler and Associates (Richmond, C.-B.) utilise un éventail de technologies spatiales pour améliorer les communications sur le terrain dans la lutte contre les incendies de forêts.

À Terre-Neuve, la société C-CORE a été placée par l'ESA à la tête d'un consortium international visant l'application de technologies mises au point pour le secteur spatial dans des opérations entreprises dans des milieux terrestres ou marins difficiles tels que les plates-formes de forage, les mines et les régions arctiques. Les retombées économiques ont largement dépassé l'investissement initial de l'ESA.

### Renseignements

Pour tout renseignement sur les marchés

de l'ESA, communiquer avec M. Gilles Leclerc, conseiller (Affaires spatiales, scientifiques et technologiques), ambassade du Canada à Paris, tél.: (011.33) 1.44.43.28.12, téléc.: (011.33) 1.44.43.29.98, courriel: [gilles.leclerc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gilles.leclerc@dfait-maeci.gc.ca)

L'ESA ([www.esa.int](http://www.esa.int)) publie ses appels d'offres sur l'internet <http://emits.esa.int/>

Les sociétés peuvent aussi consulter l'ASC, qui est chargée de gérer la relation Canada-ESA. Communiquer avec M. Virendra Jha, directeur général, Technologies spatiales, ASC à St-Hubert (Québec), tél.: (450) 926-4600, téléc.: (450) 926-4612, courriel: [virendra.jha@space.gc.ca](mailto:virendra.jha@space.gc.ca)

**A**vis aux étudiants canadiens de premier et deuxième cycles! Si vous poursuivez des études en commerce ou en économie avec spécialisation en

de promouvoir une culture de l'exportation et la formation de spécialistes du domaine. Les bourses seront décernées au cours des trois prochaines années, et les

un comité indépendant de représentants des universités et du milieu des affaires.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Mary Grover-Leblanc, tél.: (613) 597-8689, courriel: [mgrover-leblanc@edc-see.ca](mailto:mgrover-leblanc@edc-see.ca) internet: [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca) \*

*La SEE: 1 million de dollars!*

# Bourses d'études

commerce international, en relations internationales ou en finances, vous pourriez être admissible à une bourse pouvant atteindre 3 000 \$! Les lauréats se verront aussi offrir des emplois d'été et des stages coopératifs des plus intéressants de la Société pour l'expansion des exportations (SEE)!

Le nouveau programme national de bourses d'études de la SEE a pour objet

bourses d'études du deuxième cycle seront offertes à partir de 2001.

Le programme, qui est administré par l'Association des universités et collèges du Canada (AUCC), s'inscrit dans le cadre de la Stratégie éducation et emploi jeunesse de la SEE.

Les demandes de bourses se feront sur mise en candidature des facultés d'universités et de collèges sélectionnés dans tout le pays. Les lauréats seront choisis par

## Mission NEXOS

*(Suite de la page 11)*

En 1999, le marché international des ingrédients pharmaceutiques représentait 27 milliards de dollars américains, plus de 70 % de la demande étant concentrée en Amérique du Nord et en Europe occidentale. Pour les entreprises canadiennes, le salon offre une occasion unique de repérer, dans le domaine de la fabrication ou de la technologie, des partenaires éventuels parmi les exposants et les visiteurs de partout dans le monde.

Cette mission comprend une séance d'information au consulat général du Canada, une participation au CPHI étalée sur deux jours, des activités axées sur la création de partenariats organisées par l'ASCHIMFARMA (l'association italienne des fabricants d'ingrédients pharmaceutiques), et une assistance sur place quant à la création de partenariats ou à la logistique.

Pour plus de détails sur le CPHI, consulter le site internet [www.cphi.com](http://www.cphi.com)

Pour obtenir des renseignements sur la mission NEXOS, communiquer avec M<sup>me</sup> Sandra Marchesi, consulat général du Canada à Milan, tél.: (011-39-02) 6758 3351, téléc.: (011-44-20) 6758 3900, courriel: [sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca).

La date limite pour s'inscrire est le 22 septembre. \*

## Forum commercial à Kansai *(Suite de la page 9)*

de 3 % du PNB mondial, soit plus que la Corée, Taïwan, Hong Kong et la Thaïlande réunis. Si le Kansai était un État indépendant, il se classerait au septième rang des économies dans le monde. Le Japon est le deuxième partenaire commercial du Canada, la valeur du commerce bilatéral ayant totalisé 23 milliards de dollars en 1998.

Centre d'entreprises spécialisées dans les technologies de l'information, le Kansai abrite certaines des sociétés qui se retrouvent en tête du classement des 500 entreprises les plus performantes de la revue *Fortune* et qui sont parmi les plus influentes dans le domaine du commerce international. On trouve notamment de grands noms comme Sanyo, Nintendo, Omron et Panasonic (Matsushita électrique). À Kyoto, on estime à environ 300 le nombre d'entreprises de haute technologie qui ont vu le jour ces dernières années et, comme au Canada, l'économie du Kansai repose en grande partie sur les PME.

Le Forum Kyoto 2000 comprendra un volet « contacts » entièrement nouveau, garantissant aux entreprises canadiennes

des occasions de nouer d'importantes relations d'affaires et de bénéficier d'un meilleur accès au marché.

Ce volet s'ajoute aux services de présentation et d'appui déjà offerts par les diverses organisations publiques et privées qui sont les partenaires du Forum. En outre, les missions diplomatiques du Canada à Tokyo et à Osaka s'emploient à mettre sur pied des colloques sectoriels et des programmes de rayonnement à l'intention des entreprises offrant des produits et des services dans le secteur des soins de santé et dans celui des communications sans fil, et ce pour les régions du Kansai et de Tokyo.

Pour plus de renseignements sur le Forum des gens d'affaires Kansai-Ouest canadien ainsi que sur les modalités d'inscription aux fins du jumelage d'entreprises, consulter le site internet [www.kansai-canada.com](http://www.kansai-canada.com) ou communiquer avec le Secrétariat canadien du Forum, tél.: (604) 921-8196, téléc.: (604) 921-8192, courriel: [info@kansai-canada.com](mailto:info@kansai-canada.com) \*



BRUXELLES, BELGIQUE — 23-24 octobre 2000 — L'ambassade du Canada à Bruxelles organise une mission NEXOS (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) dans le domaine de l'environnement. Cette mission comprend un colloque d'une demi-journée à l'ambassade du Canada, des visites sur place ainsi qu'une visite au **Salon de l'environnement IFEST 2000**, qui se tiendra à Gand, du 24 au 27 octobre.

IFEST 2000 aura lieu une semaine après le Salon Pollutec de Lyon, en France.

## Mission NEXOS en Belgique dans le domaine de l'environnement

Il sera facile aux entreprises de combiner les deux salons. De même, les représentants d'entreprises et d'établissement de recherche auront l'occasion de prendre part aux journées d'études sur les transferts de technologie prévues les 26 et 27 octobre, en marge du Salon IFEST 2000.

Situés au cœur de l'Europe, la Belgique (et le Luxembourg aussi) représentent, dans le domaine de l'environnement, des marchés dont la valeur était estimée en 1998 à quelque 2,7 milliards de dollars et 0,2 milliard de dollars respectivement.

Pour plus de renseignements sur ce secteur, consulter le site internet [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Pour plus de détails sur la mission ou sur les inscriptions, communiquer avec M<sup>me</sup> Fabienne De Kimpe, attachée aux affaires commerciales à l'ambassade du Canada, Bruxelles, tél.: (011-32-2) 741-0621, téléc.: (011-32-2) 741-0606, courriel : [fabienne.de-kimpe@dfait-maeci.gc.ca](mailto:fabienne.de-kimpe@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/brussels](http://www.dfait-maeci.gc.ca/brussels) ✱

## Le bricolage rapporte au Royaume-Uni

LONDRES, ROYAUME-UNI — 21-23 janvier 2001 — Compte tenu de la forte participation canadienne au salon de janvier dernier, le haut-commissariat du Canada à Londres se prépare pour l'édition 2001 du **United Kingdom DIY and Home Improvement Show** (salon du bricolage et de la rénovation domiciliaire).

En janvier, la Section commerciale du haut-commissariat a coordonné l'établissement du stand national du Groupe Canada, qui regroupait 23 entreprises canadiennes — sept PME exposant ensemble et 16 entreprises déjà présentes au salon par l'intermédiaire de distributeurs britanniques établis. Cette participation témoigne du succès grandissant que connaissent les fabricants canadiens de produits de bricolage et de quincaillerie au Royaume-Uni.

La Section commerciale a également fourni au Groupe Canada des services à valeur ajoutée avant et pendant le salon, notamment une étude détaillée sur le marché du bricolage au Royaume-Uni, une liste établie à l'avance renfermant les noms de distributeurs et d'acheteurs importants desservant les six grandes chaînes de magasins de bricolage de grande surface du Royaume-Uni, des campagnes de publicité et de commercialisation menées avant le salon auprès des principaux médias spécialisés et des acheteurs et distributeurs, une séance d'information sur le marché et une série de visites de certains grands magasins de détail.

Les participants canadiens ont vivement apprécié ces activités, qui leur ont permis de se familiariser directement avec le marché de détail du bricolage au Royaume-Uni, de se renseigner sur les prix ainsi que les caractéristiques de l'emballage et du merchandising dans le pays, et de repérer les marques concurrentes éventuelles.

Une vitrine de produits canadiens mettait en valeur la diversité des produits canadiens de bricolage déjà offerts sur le marché britannique, et a permis de recueillir les noms d'autres représentants de distributeurs ou d'importateurs. La visite au salon du haut-commissaire du Canada, M. Roy MacLaren, a été une marque d'appui du Groupe Canada et a attiré de nombreux représentants des médias.

Les services à valeur ajoutée fournis par la Section commerciale ont donné des résultats concrets pour tous les participants canadiens : trois entreprises ont signé des contrats avec des distributeurs du Royaume-Uni (et dans un cas avec d'autres distributeurs européens) au cours du salon, tandis que d'autres participants ont réalisé d'importantes ventes ou signalé un intérêt sérieux de la part d'importants détaillants britanniques de grande surface.

Pour plus de renseignements sur le salon ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Simon Smith, agent commercial, haut-commissariat du Canada à Londres, tél.: (011-44-20) 7258-6600, téléc.: (011-44-20) 7258-6384, courriel : [simon.smith@dfait-maeci.gc.ca](mailto:simon.smith@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Le salon STI<sup>2</sup>

BRUXELLES, BELGIQUE — 19-22 septembre 2000 — Le Salon STI<sup>2</sup> (Service et Technologie pour l'industrie et l'installation) est le plus important salon industriel en Belgique, et il se doublera cette année d'un autre événement consacré aux échanges à caractère technologique, le **STI Partner Meeting Event** (rencontre de partenariat), auquel les entreprises canadiennes sont invitées à participer.

L'établissement de partenariats en Belgique peut constituer un excellent tremplin vers le marché de l'Union européenne. Le salon STI<sup>2</sup> constitue une vitrine de choix pour les segments clés de la production industrielle : équipement industriel, hydraulique et pneumatique (composants), électromécanique, sous-traitance industrielle, éclairage, électrotechnique, climatisation et régulation du climat. Les 20 et 21 septembre, le **STI Partner Meeting Event** offrira un lieu de rencontre privilégié aux entreprises, aux laboratoires de recherche et aux universités qui souhaitent acquérir des technologies et du savoir-faire, élargir leurs marchés, participer à des projets de développement et

Voir page 16 - Le salon STI<sup>2</sup>

## Premier Congrès international et exposition du personnel infirmier

MONTRÉAL — 19-23 novembre 2000 — Des milliers d'infirmières et d'infirmiers en provenance de 52 pays francophones participeront cet automne au 1<sup>er</sup> Congrès international des infirmières et infirmiers. Initiative conjointe de l'Ordre des infirmières et infirmiers du Québec (OIIQ) et de l'Association nationale française des infirmières et des infirmiers diplômés ou étudiants (ANFIIDE), ce congrès a pour thème le partage des connaissances entre les membres du personnel infirmier de différentes cultures.

### Un congrès pour pionniers

Le Congrès permettra aux participants d'actualiser leurs connaissances, de réfléchir sur les orientations qui marqueront l'avenir de leur profession et de créer des réseaux avec des collègues d'autres pays. En assistant au lancement officiel du Secrétariat international des infirmières et infirmiers de l'espace francophone (SIDIEF) et à la tenue de son 1er Sommet, les participants prendront part à la création d'un vaste réseau international de membres du personnel infirmier.

Le programme comprend :

- des séances de formation continue portant sur les nouvelles découvertes (laparoscopie, télésanté, gestion axée sur les résultats et gestion de la qualité totale des soins infirmiers); des ateliers thématiques portant sur les soins généraux en médecine et en chirurgie, les services d'urgence, les soins intensifs, les soins postopératoires, les soins

à domicile, les soins gériatriques, les services périnataux, la santé mentale et d'autres sujets,

- un symposium sur la coopération internationale, portant sur des partenariats institutionnels canado-libanais et canado-marocain,
- des forums internationaux,
- des communications par affichage, assorties d'occasions de rencontrer les auteurs de projets infirmiers novateurs,
- un programme de visites professionnelles dans des établissements de pointe.

Plusieurs personnalités sont associées au Congrès, notamment M<sup>me</sup> Louise Arbour, juge de la Cour Suprême du Canada, M. John Ralston Saul, écrivain et critique social, M. David Levine, directeur de

l'Hôpital d'Ottawa, et M<sup>me</sup> Céline Galipeau, journaliste.

### Ne manquez pas l'exposition !

L'exposition qui aura lieu dans le cadre du Congrès, comprendra des pavillons de pays francophones, notamment des pavillons canadiens et québécois. Des exposants présenteront leurs nouveaux produits et services, dans des stands individuels de différentes tailles — équipements et instruments pour usage personnel ou en établissement, matériel informatique et logiciels, publications, systèmes de surveillance,

fournitures, médicaments, produits homéopathiques, aliments naturels, produits pour la santé et services professionnels variés. L'exposition se déroulera pendant quatre jours, du 19 au 22 novembre.

Pour de plus amples renseignements ou pour s'inscrire, contacter GroupEXPO & Conférence, tél.: (514) 521-4646, poste 227, téléc.: (514) 521-3193, courriel : [groupexpo@groupexpo.com](mailto:groupexpo@groupexpo.com) internet : [congres2000.oiiq.org](http://congres2000.oiiq.org) ✪



DU 19 AU 23 NOVEMBRE

## Le salon STI<sup>2</sup> (Suite de la page 15)

trouver des partenaires dans les domaines clés auxquels est consacré ce salon commercial.

Pour plus d'information sur le Salon STI<sup>2</sup>, consulter le site internet à l'adresse [www.sti2.bitf.be](http://www.sti2.bitf.be). On peut s'inscrire au STI Partner Meeting Event directement à [www.birc.technopol.be/sti.htm](http://www.birc.technopol.be/sti.htm)

Pour obtenir d'autres détails sur ces

deux événements ou des renseignements sur le marché, communiquer avec M<sup>me</sup> Fabienne De Kimpe, attachée aux affaires commerciales à l'ambassade du Canada, Bruxelles, tél.: (011-32-2) 741-0621, téléc.: (011-32-2) 741-0606, courriel : [fabienne.de-kimpe@dfait-maeci.gc.ca](mailto:fabienne.de-kimpe@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/brussels](http://www.dfait-maeci.gc.ca/brussels) ✪

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Numérc

COCS  
A1  
LA  
16  
RE  
18  
septembre  
1,  
2000  
copy 1

!  
dre du  
de  
s pavil-  
osants  
uits et  
s de

nts  
en  
for-  
ca-  
lance,

pro-  
sion-  
a  
embre  
ments  
XPO &  
ste  
:  
net:

ments  
me  
aires  
ada,  
élec.:  
ne.  
et:

e

**Canada**



~~LATEST ISSUE~~  
~~DERNIER~~  
~~NUMERO~~

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
**OTTAWA**

AUG  
AOUT 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

*Au-delà du commerce*

# Investir au Canada

## DANS CE NUMÉRO

- 3 Nouvel exportateur du mois
- 4 Espagne — Produits et services de santé
- 6 Carrefour États-Unis
- 7 Financement des exportations et assurances
- 8 La biotechnologie en Italie
- 9 Mission biotech au Danemark et en Suède
- 10 La marché japonais de la santé
- 11 Le marché dynamique chinois des TIC
- 13 Occasions d'affaires
- 14 Foires et missions commerciales
- 15 Conférences

## Un message du Ministre

*De nombreux Canadiens sont conscients du rôle essentiel du commerce dans notre économie. Ils sont cependant moins nombreux à connaître l'importance de l'investissement étranger au Canada.*

En ma qualité de ministre du Commerce international, je suis bien conscient de l'importance du commerce pour l'économie canadienne. Le commerce est le moteur de notre économie. Plus d'un emploi sur trois au Canada dépend de notre succès sur les marchés étrangers. En 1999, la valeur des exportations de produits et de services a augmenté de 11 %, atteignant 410 milliards de dollars, soit 43 % du produit intérieur brut du Canada. Dans une large mesure, notre réussite sur les marchés du monde nous



*Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew*

a aidés à ramener le taux de chômage à 6,6 %, son niveau le plus bas en 25 ans.

### Investissements étrangers positifs

Or, 30 % des emplois au Canada sont attribuables à l'investissement étranger  
*Voir page 2 — Investir*



**Prix d'excellence à l'exportation 2000**

## LES FINALISTES DES PRIX À L'EXPORTATION CANADIENNE 2000

*En prévision des Prix qui seront décernés le mois prochain, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a dévoilé le nom des 25 finalistes en lice pour le plus grand honneur décerné dans le domaine de l'exportation au Canada, à savoir les Prix d'excellence à l'exportation canadienne. Un maximum de 10 entreprises lauréates, dont une sera également nommée « Entreprise exportatrice de l'année », recevront leur prix à l'occasion d'un gala qui se tiendra à Halifax, en Nouvelle-Écosse, le 2 octobre, dans le cadre du 5<sup>e</sup> Congrès annuel de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, qui aura lieu du 1<sup>er</sup> au 3 octobre.*

Les commanditaires qui se joindront aux Prix d'excellence sont l'Agence de promotion économique du Canada atlantique — qui remettra le Prix mérite à l'exportation pour les PME — la Société pour l'expansion des exportations, Rogers Media Inc. et l'Alliance.

« Vu le rôle de plus en plus important que jouent les exportations dans l'économie canadienne, il faut mettre à l'honneur les entreprises qui sont en tête dans le domaine du commerce international, a déclaré M. Pettigrew. Plusieurs régions et collectivités d'un bout à l'autre du Canada bénéficient des succès de ces entreprises,  
*Voir page 12 — Prix*

Vol. 18, N° 14 —  
1<sup>er</sup> septembre 2000

**MISSIONS COMMERCIALES  
DU MINISTRE**  
*Voir page 14*

**Canada**

(Suite de la page 1)

direct (IED) et aux activités commerciales des filiales d'entreprises étrangères. Non seulement l'investissement étranger attire le capital et crée des emplois hautement spécialisés, mais il accroît aussi la capacité du Canada sur le plan de la technologie.

Le Canada offre une infrastructure économique stable et stimulante, des salaires raisonnables, une main-d'œuvre bien formée et loyale, le meilleur traitement fiscal pour la recherche et le développement parmi les pays du G-7, un régime national de soins de santé qui

établies au Canada pour dresser, à l'intention des investisseurs étrangers, un tableau fidèle du Canada. Les responsables de PIC sont prêts à aider les cadres à réunir des arguments en faveur d'investir dans un emplacement canadien — arguments qui devraient impressionner les conseils d'administration du monde entier.

Je pense également que de nombreux lecteurs de *CanadExport* souhaiteraient avoir une idée du type d'information sur l'investissement que peut offrir PIC. Je suis donc ravi d'apprendre que, à compter de ce numéro, *CanadExport* publiera plus de nouvelles sur l'investissement au Canada. J'espère que cette combinaison de renseignements sur le commerce et sur l'investissement sera tout aussi utile à ses lecteurs qu'elle l'a été pour l'économie canadienne. J'invite tous les gens d'affaires du Canada à se joindre à nous pour promouvoir l'investissement au Canada.

# Investir au Canada

L'investissement nous donne accès à la technologie mondiale et à des connaissances spécialisées en gestion, qui accroissent notre productivité et nous rendent plus concurrentiels sur la scène internationale.

L'investissement est fructueux dans les deux sens. Si, au Canada, il crée des emplois et offre un accès à la technologie la plus récente, à l'étranger l'investissement canadien a aussi ses avantages. Si

l'on sait que près de 50 % des échanges mondiaux concernent des entreprises affiliées, il est évident que l'investissement des entreprises canadiennes à l'étranger contribue fortement à notre succès en exportation, tout en étant une source de dividendes, de redevances et d'autres recettes. Il y a lieu de souligner que l'ensemble des investissements canadiens à l'étranger dépasse effectivement le niveau des IED au Canada. Le commerce et l'investissement sont étroitement liés; ils se complètent et ils contribuent également à la capacité concurrentielle du Canada sur la scène internationale et à sa prospérité intérieure. Les exportations et les investissements sont à l'origine de richesse et de débouchés pour les localités, grandes ou petites, partout au pays.

## L'avantage canadien

Lorsqu'une entreprise décide de s'établir au Canada ou d'y élargir ses investissements, cette décision comporte de nombreux avantages. Beaucoup d'investisseurs de l'étranger le savent, mais un trop grand nombre ne le sait pas. Des mythes dépassés perdurent, qui ignorent que le Canada est rapidement devenu un chef de file mondial de la technologie. Il faut mieux faire connaître les avantages du Canada et dissiper les mythes.

réduit les coûts des entreprises et un accès facile aux grands marchés des États-Unis — soit un ensemble impressionnant d'atouts. De plus, en investissant au Canada, une société s'intègre à l'un des plus grands pays commerçants du monde et elle jouit d'un plein accès au soutien et aux connaissances spécialisées et novateurs de la Société pour l'expansion des exportations et des délégués commer-



ciaux du Canada en poste dans 130 bureaux dans le monde.

Or, même ces avantages ne pourront attirer les décideurs en matière d'investissement s'ils n'en sont pas conscients.

Des cadres canadiens

et des cadres d'origine étrangère à l'emploi d'entreprises établies au Canada m'ont dit apprécier les avantages qu'ils trouvent à exercer leurs activités à partir du Canada. Bon nombre d'entre eux constatent que diriger leur entreprise à partir du Canada accroît les marges de profit, particulièrement sur les marchés américains. Cependant, lorsque leurs entreprises doivent décider où prendre de l'expansion, ils doivent pouvoir leur présenter des arguments solides en faveur du Canada pour atteindre la région de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

## Appui à l'investissement

La promotion des avantages qu'offre le Canada en matière d'investissement est du ressort de Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), un programme conjoint du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada. Les responsables de PIC travaillent en collaboration avec les provinces, des ministères fédéraux et le personnel de direction d'entreprises

Le Ministre du Commerce international  
Pierre S. Pettigrew

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction : Patrick Marleau  
Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Télec. : (613) 992-5791  
Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet : [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

**L**histoire de *Heartspace Associates* commence en janvier 1998, à l'occasion d'une mission auprès des organismes d'achat des Nations Unies organisée par le Centre de commerce international de Winnipeg (CCI - Winnipeg) conjointement avec le consulat général du Canada à New York.

Bien que cette mission n'ait pas été conçue directement en fonction du secteur de l'éducation, elle a permis à Heartspace de se préparer plus rapidement pour l'exportation, explique M<sup>me</sup> Joanne Klassen, fondatrice et présidente : « Grâce à cette mission, nous sommes devenus plus performants dans notre recherche de débouchés car nous avons appris ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire. »

Quand M<sup>me</sup> Klassen est rentrée à Winnipeg, elle a commencé à envisager l'avenir de son entreprise en fonction des marchés au sud : « J'ai tout d'abord élaboré un plan sur cinq ans, explique-t-elle, pour obtenir le concours de cinq collèges ou universités au Canada et autant aux États-Unis en vue d'offrir notre programme de certificat en rédaction thérapeutique (*transformative writing*) qui aide les gens à transformer leur vie par l'écriture. »

L'entreprise a adopté au départ une approche réaliste ciblant une région à la fois, l'objectif à long terme étant de pénétrer l'ensemble du marché américain.

### Partenaires en formation

C'est alors qu'une occasion inespérée s'est présentée : une lettre de M. Charles Hatzipanayis, délégué commercial au CCI-Winnipeg, invitant Heartspace à se joindre à la mission « Partenaires en formation », menée à Washington (D.C.) dans le cadre du programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers.

M<sup>me</sup> Klassen a immédiatement commencé les préparatifs, regroupant des échantillons et lançant des invitations par courrier électronique. Elle se dit toutefois extrêmement reconnaissante de l'aide qu'elle a eue de la part des agents des administrations publiques.

« M<sup>me</sup> Cynthia Stevenson [agent de promotion commerciale] de l'ambassade du Canada à Washington [qui a mis au point la mission « Partenaires en formation » en collaboration avec un cabinet de

formation de Virginie, Management Concepts] nous a prêté main forte et était toujours à nos côtés en cas de difficulté. Elle nous a fourni de l'information complémentaire sur la mission et sur la taille du marché américain, et nous a aidés à

# Opération É.U. thérapeutique

organiser des rencontres avec des partenaires éventuels en formation. »

« Je voudrais également remercier M. Hatzipanayis, qui nous a invités à une mission idéale pour notre entreprise.



M<sup>me</sup> Joanne Klassen, fondatrice et présidente de Heartspace Associates.

Après nous avoir envoyé l'invitation, il nous a téléphoné à plusieurs reprises pour suivre le dossier, nous a accompagnés durant la mission et nous a présentés à des vis-à-vis, et nous a fait des suggestions durant et après la mission pour que nous en profitions au maximum. Il nous a aussi aidés à nous inscrire à la base de données WIN Exports [voir encadré p. 9]. La mission a en outre permis d'établir des réseaux avec les autres participants canadiens », ajoute M<sup>me</sup> Klassen.

### Un atelier qui ouvre des portes

C'est dans ce contexte que Heartspace a accepté une proposition de sous-traitance faite par CORE (Centre for Organizational Renewal and Effectiveness) Consulting, entreprise de Virginie spécialisée dans la consultation et la formation des ressources humaines. En juin, Heartspace a donné un premier atelier de deux jours aux États-Unis, qui a attiré 20 participants, dont 10 qui avaient participé à la mission

« Partenaires en formation ». D'autres ateliers conjoints sont prévus en octobre, et Heartspace étudie actuellement des occasions d'affaires prometteuses au Maryland, au Michigan et à Hawaï.

« Les Américains s'intéressaient beau-

coup à nos ressources au Canada », explique M<sup>me</sup> Klassen, elle-même née au Michigan et établie au Canada depuis 1975. « Nous avons aussi l'avantage de parler la même langue et d'ailleurs, il n'y a pas de barrière culturelle entre nos deux pays. »

### Les raisons de la réussite

Selon M<sup>me</sup> Klassen, un facteur en particulier était prépondérant : une mission parfaitement adaptée à l'entreprise, qui portait spécifiquement sur un secteur (l'éducation) que tous les participants connaissaient et comprenaient parfaitement.

M<sup>me</sup> Klassen a cependant quelques suggestions pour les nouveaux exportateurs.

- Ayez un but clairement défini et des objectifs précis.
- Prévoyez du temps après la mission pour prendre contact avec des gens, faire des appels de suivi et rencontrer d'autres personnes.
- Personnalisez votre suivi, donc n'utilisez pas les lettres types ni le télécopieur.
- Gardez le contact.
- Remerciez les personnes qui vous ont aidés.
- Ayez recours au « test de l'ascenseur » : si vous n'arrivez pas à exposer, en passant, votre argument de vente dans un ascenseur entre deux étages, modifiez-le.

### Un produit prometteur

Le service vedette de Heartspace Associates est un certificat de rédaction thérapeutique reconnu par l'Université de Winnipeg et par d'autres établissements d'enseignement. « Les gens apprennent à

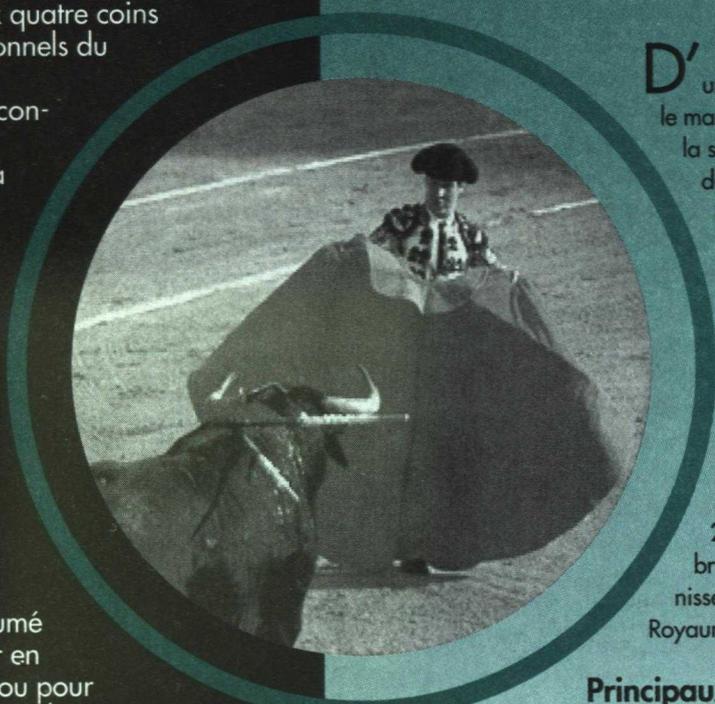
Voir page 9 — Heartspace

# ESPAGNE — Produits

Présents dans 134 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



D'une valeur de plus de 70 milliards de dollars, le marché espagnol des industries de la santé offre de toute évidence des débouchés aux fournisseurs canadiens. Le secteur des produits pharmaceutiques valait 12,2 milliards \$ en 1998, en hausse de 10 % par rapport à l'année précédente. Le tiers de ce marché est approvisionné par l'étranger. Le marché du matériel médical, estimé à 3,3 milliards \$ en 1998, est fortement tributaire des importations, puisque 20 % seulement du matériel est fabriqué au pays. Les principaux fournisseurs étrangers sont les États-Unis, le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne.

## Principaux secteurs de croissance

### Produits pharmaceutiques

Dans le secteur des produits pharmaceutiques, on prévoit une hausse de la demande pour les médicaments génériques et les médicaments en vente libre parce que le Fonds monétaire international fait pression pour que les médicaments génériques soient plus largement disponibles. En 1998, les médicaments vendus étaient majoritairement des médicaments d'ordonnance; les

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les industries de la santé en Europe



Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Services de santé

milliards de médicaments en vente libre ont représenté 725 millions \$ sur un marché total de 12,2 milliards \$.

Le nombre des sous-secteurs importants de l'industrie pharmaceutique augmentent ceux des médicaments utilisés

radiologiques et respiratoires. Ce sont tous des segments qui connaissent une croissance rapide. De même, la demande devrait augmenter dans le segment de la prothétique et de l'orthopédique, qui représente actuellement 7 % de

des soins de santé et leur administration. Sept communautés autonomes ont déjà plein pouvoir sur leurs propres services de santé. Dans toutes les autres communautés, les services sont assurés par le gouvernement central, par l'entremise de l'Institut national de la santé (*Instituto Nacional de la Salud*). Malgré le programme de décentralisation, les avantages offerts par le régime de soins de santé (gratuité des soins médicaux et subvention des médicaments d'ordonnance) sont les mêmes dans tout le pays.

## Le marché espagnol des industries de la santé – Indicateurs clés

Population totale (1999)	39,1 millions
Dépenses totales en soins de santé (1998)	65,8 milliards \$
Marché des produits pharmaceutiques (1998) (nutraceutiques compris)	12,2 milliards \$
Marché du matériel médical (1998)	3,3 milliards \$
Marché des services de santé (1998)	50,3 milliards \$
Nombre d'hôpitaux et de centres de soins primaires	2 846
Nombre de pharmacies	18 619

pour le traitement du cancer et pour les thérapies des maladies cardiovasculaires et respiratoires. On prévoit également une progression de l'importation d'antibiotiques et de plasma sanguin humain, car il en manque en Espagne.

### Nutraceutiques

On prévoit une forte croissance du marché des nutraceutiques, évalué actuellement à 164,3 millions \$. La demande dans le segment des extraits d'herbe en particulier devrait doubler d'ici 2002.



### Matériel médical

Les segments du marché du matériel médical qui présentent d'excellents débouchés commerciaux sont ceux des appareils électromédicaux,

l'ensemble du marché du matériel médical. Pour des raisons d'économie, il est probable que le marché des appareils pour les soins à domicile et celui des appareils servant aux chirurgies peu effractives prospéreront.

### Le système de soins de santé espagnol

Le ministère de la Santé (*Ministerio de Sanidad y Consumo*) est l'autorité suprême en ce qui concerne les services de soins de santé du pays. Toutefois, un programme de décentralisation est en train de conférer plus d'autonomie aux instances locales en ce qui concerne la prestation

### Cela vous intéresse ?

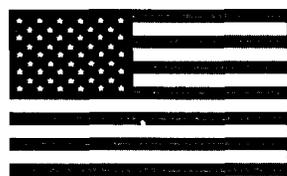
Pour en savoir davantage sur les possibilités, les homologations et les stratégies de pénétration du marché, lisez la version intégrale du rapport *Marché des produits médicaux et des services de santé – Espagne*. Ce rapport, produit par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux, se trouve à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

www.infoexport.gc.ca

Est-ce un marché pour vous ?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Produits et services de santé

Consultez nos études de marché



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Sommet

## Biotechnologie

SAN DIEGO, CALIFORNIE — 30-31 octobre 2000 — Les organisateurs de CALBIO-SUMMIT 2000 invitent les chefs d'entreprises canadiennes de biotechnologie à se joindre à leurs collègues du sud de la Californie lors de cette rencontre internationale.

Cette année, le Sommet comportera un volet particulier, le forum CONNECT sur le partenariat d'entreprises, qui devrait attirer plus de 1 500 directeurs généraux et financiers des centres de biotechnologie commerciale de la Californie, du Canada, de l'Allemagne, de l'Australie et d'Israël.

Les groupes de discussion, les forums sur le capital-risque et les séances privées qui s'y tiendront constituent une occasion inégalée de rencontrer des personnes qui influencent le développement de la biotechnologie, des partenaires commerciaux et des financiers du monde entier.

Pour participer au forum CONNECT ou pour s'inscrire à l'une des rencontres les plus passionnantes du secteur de la biotechnologie en Amérique du Nord, communiquer en ligne à l'adresse : [www.calbiosummit.org](http://www.calbiosummit.org)

Pour tout renseignement, joindre M. Brantley Haigh, agent de l'expansion des affaires, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 346-2761, courriel : [brantley.haigh@dfait-maeci.gc.ca](mailto:brantley.haigh@dfait-maeci.gc.ca) ✪

*Du nouveau sur l'internet*

### ÉTUDE DU MARCHÉ DE L'ÉLECTRONIQUE 2000

Une nouvelle étude de marché sur le secteur de la fabrication de produits électroniques aux États-Unis est maintenant accessible au site internet du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Préparée par le consulat général du Canada à Atlanta, elle fournit une liste détaillée des débouchés à explorer et des clients américains éventuels dans le sud-est des États-Unis.

Plus de 40 % des entreprises interrogées ont indiqué qu'elles aimeraient recevoir de l'information de vendeurs canadiens, ce qui témoigne de l'existence d'une demande robuste qui devrait continuer de croître dans ce secteur au cours des prochaines années. Selon l'étude, les PME canadiennes qui désirent tirer profit de ces conditions favorables ont intérêt à faire appel à des agents locaux indépendants, méthode la plus économique et la plus efficace.

L'étude de marché se trouve à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) sous la rubrique Études de marché : Technologies de l'information et télécommunications. ✪

## La défense : mission et salon à San Diego

SAN DIEGO, CALIFORNIE — 23-25 janvier 2001 — Le consulat général du Canada à Los Angeles organise une mission commerciale dans le domaine de la défense qui comportera une Journée du Canada au Space and Naval Warfare Systems Command (SPAWAR), des visites à la foire commerciale et à la conférence annuelles de la Armed Forces Communications and Electronics Association (AFCEA West 2001) et une réception-réseautage.

Les fournisseurs retenus pourront participer à une exposition d'une journée au SPAWAR Systems Center pour y présenter leurs produits et leurs services aux direc-

teurs de programmes et à leur personnel technique. AFCEA West, la plus importante foire commerciale militaire de l'ouest des États-Unis, est une occasion de rencontrer en personne le personnel du département de la Défense et les principales autorités contractantes. La réception offre la possibilité de rencontrer des homologues américains.

Pour tout renseignement ou pour participer, joindre M. Jeffrey Gray, agent de l'expansion des affaires, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 346-2752, téléc. : (213) 346-2767, courriel : [jeffrey.gray@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jeffrey.gray@dfait-maeci.gc.ca) ✪

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

Lorsqu'il s'agit de vêtements pour le froid, les fabricants canadiens possèdent sans contredit un avantage concurrentiel. C'est le cas d'une entreprise de Winnipeg, Raber Glove Manufacturing Co. Ltd., qui, en raison de son savoir-faire et de ses compétences en matière de fabrication de vêtements pour la saison froide, est un des

Raber Gloves a été fondée en 1941 par M. Abraham (Harry) Raber, qui a émigré de Russie (aujourd'hui l'Ukraine) en 1925. Lorsqu'il a créé Raber Glove Manufacturing Co., il s'est associé à son fils Israël qui, en 1985, s'est adjoint son propre fils, Howard, actuellement vice-président des ventes. La petite entreprise familiale fabrique une

Un fabricant manitobain relève le gant

# Des gants gagnants

fournisseurs du ministère de la Défense nationale (MDN) depuis près de 60 ans.

À l'heure actuelle, Raber traite avec d'autres organismes militaires. Ainsi, depuis une dizaine d'années, les militaires allemands utilisent ses doublures de bottes en laine. Le président de la société, M. Israël (Sunny) Raber, attribue l'expansion de ses activités au bouche à oreille — et au soutien de la Corporation commerciale canadienne (CCC).

vaste gamme de mitaines et de gants de cuir pour le travail, les sorties et les activités courantes ainsi que des articles spéciaux pour grands froids. Les doublures de bottes pour climat polaire, à double épaisseur de laine, sont fabriquées conformément aux exigences du MDN et sont portées avec les mukluks que fabrique une autre entreprise canadienne, Acton International Inc., du Québec.



Corporation  
Commerciale  
Canadienne

Le printemps dernier, Raber Gloves a réalisé son contrat le plus récent — la livraison de 3 000 paires de doublures de bottes d'une valeur de 100 000 \$ au ministère allemand de la Défense, par l'entremise de la CCC à titre d'entrepreneur principal pour les ventes à l'exportation.

La gestionnaire de projet de la CCC, M<sup>me</sup> Suzanne Gougeon, précise que le contrat avec l'Allemagne, qui prévoyait l'achat de mukluks et de doublures, illustre bien de quelle façon la Corporation peut rapprocher deux entreprises canadiennes : « Les deux sociétés profitent des débouchés découlant de leur collaboration, de dire M<sup>me</sup> Gougeon, et la CCC est heureuse de servir de catalyseur. »

Les Raber apprécient l'appui de la Corporation : « La CCC nous a toujours fourni de l'aide et des conseils utiles lorsque nous en avons besoin, indique M. Howard Raber. Et nous recevons toujours nos paiements dans les délais prévus. Notre association avec la CCC est profitable et sans heurts. »

Alors que le soutien de la CCC a facilité la vente des doublures de bottes, la

## LA CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE



### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales.

Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour renseignements, joindre la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : info@ccc.ca internet : www.ccc.ca

réputation des gants de motocyclette de Raber Gloves s'est étendue d'une toute autre façon : les agents la Gendarmerie royale du Canada (GRC) portent depuis 30 ans des gants de crispin de Raber lors de leur célèbre Carrousel, ce qui a stimulé la demande (et les contrats) de gants de motocycliste et d'autres types de gants de la part de services policiers de tout le continent.

Un de ces services policiers, les State Trooper du Rhode Island, est représenté dans le nouveau film de Jim Carrey, *Moi, moi-même et Irène*. Cette année, on verra Carrey porter les gants de Raber dans tous les cinémas de l'Amérique du Nord — avec les retombées prometteuses que l'on peut imaginer.

Pour plus de renseignements sur Raber Glove, communiquer avec M. Howard Raber, tél. : (204) 786-2469, téléc. : (204) 775-7846, courriel : raber@raberglove.com internet : www.raberglove.com

## Faire affaires avec le gouvernement fédéral américain?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassade.ducanada.org](http://www.ambassade.ducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation Commerciale Canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

**A**vec des dépenses publiques et privées totalisant 23 milliards de dollars, le marché pharmaceutique de l'Italie se classe au cinquième rang dans le monde. À l'heure actuelle, il affiche un taux de crois-

### Tendances

Les principaux fabricants italiens sont Menarini, Recordati, Bracco, Sigma-Tau, Chiesi, Alfa Wasserman et Dompé. Ces PME adhèrent aux principes de la mon-

promouvoir les possibilités de partenariat commercial et en investissement. Voici le site internet d'Assobiotech : <http://italytech.com/hc/Directories/>

Farindustria, puissant regroupement des fabricants italiens de produits pharmaceutiques, constitue une excellente source d'information sur l'industrie pharmaceutique italienne. Voici son site internet, en italien seulement : [www.servizi.farindustria.it](http://www.servizi.farindustria.it)

Pour plus de renseignements, communiquer avec le consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 67581, téléc. : (011-39-02) 6758-3900, courriel : [milan-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:milan-td@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada.it](http://www.canada.it) \*

### Aperçu du marché

# La biotech en Italie

sance annuel d'environ 5 % et les importations représentent approximativement 35 % de l'ensemble des ventes.

En 1999, l'Italie n'a consacré que l'équivalent de 1,1 % de son produit intérieur brut à la recherche et au développement (R-D) dans le domaine pharmaceutique, ce qui la place, avec l'Espagne, derrière tous les autres pays de l'Union européenne (UE) à ce chapitre. Bien que toutes les grandes sociétés pharmaceutiques multinationales possèdent des usines de fabrication en Italie, souvent à la suite de l'acquisition d'une entreprise italienne, la croissance du secteur de fabrication local n'a pas été notable en raison de politiques nationales peu favorables et de l'absence de mesures incitatives dans le domaine de la R-D.

### Débouchés

Les ventes des produits grand public ont augmenté de 5,1 % par rapport à 1998 et leur valeur équivaut actuellement à environ 4 % de la valeur totale du marché. Ces produits représentent des possibilités d'exportation intéressantes pour les entreprises canadiennes. L'intérêt croissant que suscite la médecine parallèle stimule la demande de produits nutraceutiques et de remèdes naturels, particulièrement d'herbes médicinales, de produits homéopathiques et de produits de contrôle du poids. Les produits génériques représentent encore une très faible part du marché, mais la situation ne devrait pas s'améliorer de sitôt. Dans la biotechnologie liée aux soins de santé, le chiffre d'affaires a atteint 1,4 milliard de dollars en 1998, les importations constituant le gros des ventes, car la capacité sectorielle de l'Italie se limite essentiellement aux produits de diagnostic et aux vaccins.

dialisation. Après avoir affermi leur position au sein de l'UE, elles s'apprêtent à mettre au point une stratégie visant à pénétrer le riche marché nord-américain. Ainsi, les PME du secteur pharmaceutique appartenant à des intérêts italiens pourraient chercher à conclure de nouvelles ententes de partenariat et d'octroi de licences, à accorder des contrats de R-D et à confier des essais cliniques à des entreprises canadiennes de taille comparable.

### Contraintes et exigences

Les produits pharmaceutiques doivent être enregistrés auprès du ministère de la Santé de l'Italie. La méthode d'enregistrement la plus simple est celle prévue en vertu de l'Accord de reconnaissance mutuelle (ARM) pour laquelle la période d'attente est relativement courte (150 jours en moyenne). D'après les dispositions de l'Accord, les produits pharmaceutiques enregistrés dans un État membre de l'UE peuvent être enregistrés dans n'importe quel autre État membre. L'application de l'ARM entre le Canada et la Communauté européenne relativement aux produits thérapeutiques (qui est actuellement en période de transition) pourrait grandement faciliter l'enregistrement des produits pharmaceutiques canadiens en Italie. Pour plus de renseignements, consulter le site internet de Santé Canada à [www.hc-sc.gc.ca/hpb-dgps/herapeut/htmlfrn/intagree.html](http://www.hc-sc.gc.ca/hpb-dgps/herapeut/htmlfrn/intagree.html) ou celui du consulat général du Canada à Milan à [www.canada.it/fr/ser\\_com/soins\\_santé/procedure\\_reg.html](http://www.canada.it/fr/ser_com/soins_santé/procedure_reg.html)

Assobiotech, division de la biotechnologie de l'Association italienne des fabricants de produits pharmaceutiques, souhaite organiser des activités conjointes avec le consulat général du Canada à Milan pour

## Mission NEXOS en pharmaceutiques

MILAN, ITALIE — 7-9 novembre 2000 — Le consulat général du Canada à Milan organise une mission NEXOS (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) pour les fabricants canadiens de produits pharmaceutiques en vrac et génériques, de produits intermédiaires, d'ingrédients et de produits chimiques fins, et les sous-traitants et les établissements de recherche.

Le CPhI, Salon mondial des spécialités pharmaceutiques, est consacré principalement aux ingrédients pharmaceutiques et aux produits intermédiaires. Il s'agit de l'événement annuel le plus important dans ce secteur. Le CPhI a réuni l'an dernier à Francfort, en Allemagne, 951 exposants et 15 454 visiteurs, nombres qui seront sans doute dépassés cette année.

En 1999, le marché international des ingrédients pharmaceutiques représentait 27 milliards de dollars américains, plus de 70 % de la demande étant concentrée en Amérique du Nord et en Europe occidentale. Pour les entreprises canadiennes, le salon offre une occasion unique de repérer, dans le domaine de la fabrication ou de la technologie, des partenaires éventuels parmi les exposants et les visiteurs de partout dans le monde.

Voir page 13 - Mission NEXOS

Plus de 60 % des entreprises scandinaves des secteurs pharmaceutique et de la biotechnologie sont concentrées dans la Medicon Valley, région transfrontalière comprenant le sud de la Suède et Copenhague, au Danemark. Au cours des trois dernières années, plus de 1 milliard de dollars ont été investis dans la biotechnologie et la région, qui compte maintenant plus de 100 entreprises spécialisées dans les sciences de la vie, et qui accueille chaque année entre 8 et 10 nouvelles entreprises importantes.

La Medicon Valley est devenue un haut lieu de la biotechnologie comparable à la Silicon Valley au regard des connaissances et du dynamisme des activités de R-D. Selon les résultats d'une enquête récente sur la production scientifique, elle se classait au troisième rang en Europe sur les plans de la recherche et de la biomédecine, derrière Londres et Paris.

La région emploie plus de 40 000 travailleurs dans le secteur médical, et les exportations annuelles se chiffrent à plus de 7 milliards de dollars.

Plus d'une douzaine de sociétés d'investissement en capital de risque et d'investisseurs institutionnels de la Medicon Valley se concentrent principalement sur la biotechnologie; pour trois d'entre eux, HealthCap, BankInvest et la Medicon Valley Capital, ce secteur constitue le seul point de mire.

### Débouchés

Des débouchés s'offrent aux entreprises canadiennes à la recherche de transferts de connaissances et de technologies, de coentreprises axées sur la biotechnologie,

ou qui s'intéressent à la recherche et aux essais cliniques ainsi qu'au financement de projets, notamment dans les domaines suivants : recherche sur le cancer; géné-

*Mission au Danemark, en Suède*

# Débouchés biotech

tique; allergologie; endocrinologie moléculaire et métabolisme; maladies neuro-dégénératives et signalisation cellulaire; physiologie; biométhodes

La vente et la distribution d'autres produits biomédicaux novateurs de même que l'octroi de licences représentent aussi des possibilités d'affaires intéressantes pour les sociétés canadiennes.

### Mission d'exploration

DANEMARK ET SUÈDE — 13-17 novembre 2000 — Les entreprises de biotechnologie sont invitées à une mission Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS) à la Medicon Valley.

Grâce à des programmes d'activité spécialement adaptés aux besoins de chaque participant, la mission de cinq jours s'emploiera à promouvoir les technologies et les produits canadiens en Scandinavie. Elle comportera des séances d'information, des rencontres individuelles avec des représentants d'entreprises et un forum de partenariat de la conférence **Bio Scandinavia**, à Copenhague, du 15 au 17 novembre.

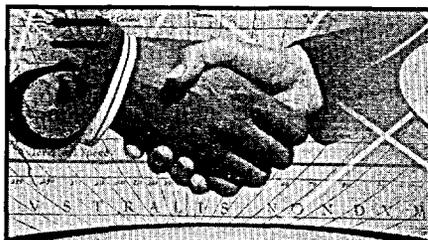
Pour renseignements, voir [www.ebdgroup.com/bio2000/bio2000\\_2bioscandinavia.htm](http://www.ebdgroup.com/bio2000/bio2000_2bioscandinavia.htm)

Pour information sur les débouchés,

joindre M<sup>me</sup> Stephanie Oscarsson, agente de promotion commerciale, ambassade du Canada à Stockholm, tél.: (011-46-8) 453 3017, courriel : [stephanie.oscarsson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:stephanie.oscarsson@dfait-maeci.gc.ca) ou M. David Horup, agent commercial, ambassade du Canada à Copenhague, tél.: (011-45-33) 48 32 58, courriel : [david.horup@dfait-maeci.gc.ca](mailto:david.horup@dfait-maeci.gc.ca)

Pour renseignements sur le marché suédois des sciences de la vie : [www.canadaemb.se/fra/life.htm](http://www.canadaemb.se/fra/life.htm)

Pour s'inscrire à la mission (date limite : le 30 septembre), joindre M. Emmanuel Skoulas, délégué commercial, Section pour l'expansion du commerce en Europe, MAECI, tél.: (613) 995-6565, courriel : [emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca](mailto:emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca) ✪



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.



## Heartspace Associates *(Suite de la page 3)*

rédigé avec confiance et de façon claire, explique M<sup>me</sup> Klassen. Ils développent leurs aptitudes en rédaction ainsi que d'autres talents en parallèle, notamment les relations personnelles et la gestion du stress.»

Les cours spécialisés visent tous les aspects des résultats individuels et ceux de l'entreprise, soit la planification stratégique, le développement des qualités de chef, la gestion du personnel, la résolution de conflits, la prise de décision et la formation d'un esprit de corps.

Heartspace entend non seulement créer sous peu une « cyber-école », mais la Grèce fait aussi partie des rêves de l'entreprise, confie M<sup>me</sup> Klassen. Et avec l'aide de délégués commerciaux comme M. Hatzipanayis, ces rêves pourraient bien se concrétiser rapidement.

Pour avoir plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Joanne Klassen, courriel : [jklassen@pangea.ca](mailto:jklassen@pangea.ca) internet : [frontpage.pangea.ca/heartspace](http://frontpage.pangea.ca/heartspace) ✪

**L**e Japon, qui compte environ 126,6 millions d'habitants et dont le PIB s'élève à 4,59 billions de dollars, offre d'importantes perspectives commerciales aux exportateurs canadiens dans pratiquement tous les secteurs.

mente plus rapidement que la moyenne des importations. Les sous-secteurs les plus prometteurs sont les appareils d'imagerie diagnostique, les produits orthopédiques, les matériels cardiovasculaires et les dispositifs implantables.

enregistre la croissance la plus rapide. La demande de produits devrait aussi augmenter rapidement dans les segments de l'arthroplastie moins invasive et de la révision.

# La santé au Japon

L'industrie de la santé au Japon, dont la valeur s'élevait à 390 milliards de dollars en 1998, offre des perspectives commerciales intéressantes aux fournisseurs canadiens de technologies médicales. Le Japon est le deuxième marché des appareils médicaux (26 milliards de dollars) et l'un des pays les plus avancés dans le domaine des services de soins de santé.

## Appareils médicaux

Le marché japonais des appareils médicaux, dont la valeur atteignait 26 milliards de dollars en 1998, est le deuxième en importance dans le monde. Environ un tiers du marché japonais des instruments et de l'équipement médicaux est alimenté par l'importation, et cette proportion aug-

La valeur des importations d'appareils d'imagerie par résonance magnétique (IRM) a enregistré une croissance impressionnante, atteignant 98,4 millions de dollars à la fin de mars 1999. La valeur des importations d'appareils d'électrodiagnostic et de pièces connexes a atteint 95 millions de dollars au premier trimestre de 1999, représentant déjà 36 % du total enregistré en 1998.

La valeur du marché japonais de l'orthopédie devrait croître à un taux annuel moyen de 30 % au cours des deux prochaines années, pour atteindre 1,6 milliard de dollars en 2002. Les prothèses de la hanche constituent le segment qui



## Télesanté/Télémedecine

Le marché japonais de la télesanté/télémedecine évolue grâce aux efforts déployés par le ministère de la Santé et du Bien-être social pour garantir aux habitants de toutes les régions l'accès au même traitement médical de qualité.

Bien que l'industrie en soit encore à ses débuts, les entreprises canadiennes peuvent contribuer au développement de ce marché potentiellement lucratif.

Au Japon, les applications de téléradiologie, de télépathologie et de soins à domicile avec télé-assistance et les systèmes de surveillance des patients sont particulièrement intéressants, et il est prévu que ce marché connaîtra une hausse marquée une fois que les questions de réglementation et de remboursement auront été réglées. La demande de produits et de services connexes — notamment la technologie de soutien non médical, telle que les logiciels de gestion des données sur les patients — et la prestation de services de soins de santé devrait aussi croître sensiblement, puisque le vieillissement de la population fera grimper la demande de ce type de service. ✪

## Mission canadienne en soins de santé

TOKYO, KYOTO/OSAKA, JAPON — 14-22 octobre 2000 — L'ambassade du Canada à Tokyo, en collaboration avec le consulat général du Canada à Osaka, la Direction du Japon du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Industrie Canada, est en train d'organiser une mission canadienne au Japon sur les technologies de soins de santé. La mission sera une occasion unique de promouvoir les produits et les services médicaux au Japon. Elle vise les entreprises canadiennes qui s'intéressent à la télémedecine, à la téléradiologie, à l'informatique dans le domaine de la santé, à l'imagerie médicale, de même qu'à la gestion d'institutions et d'établissements.

Au programme : le Colloque sur les technologies canadiennes de soins de santé à Tokyo et à Kyoto, où les entreprises canadiennes auront l'occasion de

présenter leurs produits et leurs services; le Forum des gens d'affaires Kansai/Ouest canadien ([www.KansaiCanada.com](http://www.KansaiCanada.com)), les 19 et 20 octobre (qui coïncidera avec le colloque de Kyoto), qui offrira des possibilités accrues de réseautage; une visite des installations de la société Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. (Panasonic) et de la société Shimadzu à Kyoto; et des programmes adaptés aux sociétés, y compris, sur demande, des séances de travail sur le réseautage.

Pour information, joindre M. David Bostwick, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2460, téléc. : (613) 944-2397, courriel : [david.bostwick@dfait-maeci.gc.ca](mailto:david.bostwick@dfait-maeci.gc.ca) ou M. Yasujiro Yabe, agent de commerce, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6260, téléc. : (011-81-3) 5412-6247, courriel : [yasujiro.yabe@dfait-maeci.gc.ca](mailto:yasujiro.yabe@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka) ✪

## Mission TI japonaise

VANCOUVER, OTTAWA, TORONTO — 1<sup>er</sup>-7 octobre 2000 — Pour promouvoir l'activité commerciale entre le Canada et le Japon, la Japan External Trade Organization (JETRO) organise une mission japonaise sur les technologies de l'information (TI) au Canada. De 30 à 40 entreprises japonaises rencontreront des firmes canadiennes, assisteront à des colloques et visiteront des sociétés et des installations de recherche.

La mission qui démarre à Vancouver (2 octobre), ira à Ottawa (4 octobre) et à Toronto (5 octobre).

Pour plus d'information, communiquer avec M. Tyson Garbe, tél. : (416) 861-0000, poste 227, courriel : [garbet@jetro.go.jp](mailto:garbet@jetro.go.jp) ✪

**L**e secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) sera au cœur de la mission commerciale d'Équipe Canada qui se rendra en Chine en novembre prochain, et il fera l'objet de colloques commerciaux sur le marché chinois et le marché de Hong Kong.

Le gouvernement canadien et les milieux d'affaires internationaux s'attacheront à accentuer la présence canadienne sur cet énorme marché, autrement dit, élargir les entreprises existantes et intensifier l'investissement dans le secteur des TIC en Chine.

### De nombreux débouchés

La Chine est un des marchés les plus importants du monde pour les TIC et un de ceux qui se développent le plus rapidement. Évalué à 48 milliards de dollars américains, il affiche depuis sept ans un taux de croissance composé de 30 % par an. À ce rythme, il vaudra 174 milliards de dollars américains d'ici 2004. Ces sept dernières années, la part de la Chine sur le marché mondial des TIC a augmenté plus que celle de tout autre pays dans le monde, à l'exception du Brésil.

Avec plus de 40 millions d'abonnés au téléphone mobile et un taux de croissance estimé à 17 %, la Chine deviendra bientôt le deuxième marché du téléphone cellulaire du monde.

On compte actuellement plus de 10 millions d'internautes en Chine, et ce nombre devrait quadrupler tous les ans. D'ici 2005, il devrait y avoir plus d'internautes en Chine que dans tout autre pays.

La perspective de l'adhésion de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'ouverture aux étrangers du marché florissant des TIC (surtout les télécommunications) offrent aux entreprises canadiennes des débouchés énormes.

Mais il est important pour les entreprises canadiennes d'établir fermement leur présence et d'acquérir un avantage concurrentiel sur le marché des TIC où la concurrence est très vive. La prochaine mission commerciale d'Équipe Canada en Chine donnera justement aux entreprises canadiennes l'occasion de le faire.

### Équipe Canada

Des colloques auront lieu dans les trois villes où se rendra Équipe Canada, soit Beijing, Shanghai et Hong Kong. Ils porteront

surtout sur divers secteurs prioritaires pour le marché chinois. Voici ce qui est prévu pour le secteur TIC de Hong Kong :

- « Hong Kong : Capitale asiatique des technologies de l'information » portera sur les possibilités de partenariat avec

### SHANGHAI

Avec 200 millions d'habitants et le pouvoir d'achat le plus élevé de la Chine, le delta du Yangzi est un marché des TI à lui seul. Il s'agit d'un marché commercial dynamique qui a vu bien des premières

## Technologies de l'information et de la communication

# Gros marché chinois

des entreprises locales, particulièrement pour les investissements;

- « Le marché des télécommunications de Hong Kong » traitera du marché de la téléphonie mobile, pour la technologie et les services canadiens de pointe;
- « Éducation : produits et services » insistera sur l'utilisation des TI dans l'apprentissage et la formation.



en Chine, notamment le premier système de vérification des cartes de crédit pour le commerce électronique, le premier réseau DWDM de toute la Chine, le premier réseau de services téléphoniques international, le premier réseau GSM acceptant le protocole WAP (le plus grand réseau GSM de Chine) et le premier FSI câblé de Chine.

Le Canada, qui a pris conscience du potentiel immense qu'offre ce pays, était également représenté dernièrement à EXPO COMM 2000 (grande foire commerciale sur les TI) et à CIAPR 2000 (forum de haut niveau sur l'informatisation des villes dans la région Asie-Pacifique). Plus de 25 entreprises canadiennes du secteur des TIC ont participé au forum et exposé dans le pavillon canadien.

### HONG KONG

Le Canada est un participant bien établi et respecté sur le marché des TIC de Hong Kong, qui a importé pour environ 250 millions de dollars de produits de haute technologie canadiens l'an dernier, principalement des commutateurs de télécommunications, de l'équipement de réseau et des produits logiciels. Plus de 25 entreprises canadiennes de pointe ont des bureaux régionaux à Hong Kong.

Après la mission commerciale HKII2000 (16-19 mars) à l'occasion de laquelle le sous-ministre de l'Industrie du Canada, M. Kevin Lynch, s'était rendu à Hong Kong en compagnie de représentants de 25 entreprises canadiennes, beaucoup d'entreprises de Hong Kong ont manifesté le désir de s'associer à des entreprises canadiennes. Elles s'intéressent aux technologies du commerce électronique (interentreprise

### Pleins feux sur la région

Toutes nos missions diplomatiques en Chine s'occupent activement de la promotion des secteurs de l'information et des communications. La situation dans les différentes régions se présente comme suit :

### BEIJING

En juin, on a présenté le Canada comme un chef de file mondial dans les solutions pour le commerce électronique au **Symposium Canada-Chine** sur le commerce électronique qui avait lieu pendant la **Conférence et l'exposition sur l'internet en Chine (Chinalnet) 2000**. Le secrétaire d'État (Asie-Pacifique), M. Raymond Chan, y a rencontré le ministre de l'Information et de l'Industrie, M. Wu Jichuan, afin de parler de coopération bilatérale dans le domaine du commerce électronique.

Les représentants canadiens et les 17 entreprises qui accompagnaient M. Chan ont participé à une série d'activités de haut niveau, dont une table ronde sur les politiques, ouverte par le vice-ministre de l'Information et de l'Industrie, M. Zhang Chunjiang, et à un colloque technique. Ils ont également présenté leurs solutions d'avant-garde dans le pavillon canadien.

et entreprise à consommateur), à l'accès à l'internet à large bande (LNPA et modems câblés), au sans-fil (protocole WAP, 3G mobile et LMDS), ainsi qu'au matériel et aux services de communication par satellite.

Hong Kong est un marché prometteur pour les entreprises du secteur des TI parce qu'il offre une excellente source de capitaux et une porte d'entrée idéale vers les marchés asiatiques, y compris celui de la Chine continentale. Le Canada possède une main-d'œuvre qualifiée et talentueuse en ce qui concerne les TI et de nombreux liens personnels étroits avec Hong Kong. Hong Kong a besoin de solutions ingénieuses, alors que le Canada a besoin de capitaux et de marchés pour utiliser ses talents. La complémentarité semble naturelle. À tel point, en fait, que quatre contrats d'investissement représentant 25 millions de dollars ont été signés pendant la semaine de la mission commerciale HKII2000.

#### GUANGZHOU

En 1999, le secteur des TIC a maintenu un taux de croissance de 30 % avec une production de 170 milliards de RMB, ce qui en fait le premier secteur et le principal

## Le marché chinois des TIC (Suite de la page 11)

moteur du développement économique durable dans la province de Guangdong.

Le nombre d'abonnés au service téléphonique fixe a passé la barre des 10 millions (11 % du chiffre national). Guangdong compte plus de 5 millions d'abonnés au téléphone cellulaire (environ 17 % du nombre total en Chine). Parallèlement, plus de 8 millions de personnes (10 % du pays) reçoivent la télévision par câble dans la province. Guangdong se classe au deuxième rang pour ce qui est du nombre d'abonnés à l'internet (1,15 million).

#### CHONGQING

Le programme Développement de la Chine occidentale est une initiative récente du gouvernement chinois visant à remédier aux disparités régionales entre les villes côtières à croissance rapide et les provinces intérieures sous-développées. On accorde une attention de plus en plus grande au rôle essentiel des TI dans l'expansion économique.

En conséquence, des services des TI

ont été créés dernièrement au sein du gouvernement de la province de Sichuan et de l'administration municipale de Chongqing, dans les deux cas avec pour mandat élargi de promouvoir le développement des TI sur leurs territoires respectifs. Bien que la responsabilité principale à l'égard des TI ait été transférée des Commissions des sciences et de la technologie aux toutes nouvelles Commissions de la technologie de l'information, les premières continueront de jouer un rôle important dans le processus décisionnel de la province de Sichuan et de la ville de Chongqing en ce qui concerne les TI.

**Pour renseignements** sur Équipe Canada et sur les secteurs et colloques ciblés, joindre la Direction Équipe Canada, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, internet : [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca)

**Pour tout renseignement** sur les TIC en Chine, communiquer avec M. Marcel Belec, MAECI, tél. : (613) 995-6962, courriel : [marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/china](http://www.dfait-maeci.gc.ca/china) \*

## Prix d'excellence à l'exportation (Suite de la page 1)

et de nombreuses autres comme elles, sur les marchés du monde. Ces entreprises renforcent aussi les économies locales en créant des emplois et en offrant de nouveaux débouchés commerciaux.»

Depuis 1983, les Prix d'excellence ont honoré plus de 200 entreprises qui ont réussi à élargir leur activité commerciale au-delà des frontières du Canada. Plus de 43 % du produit intérieur brut est tributaire du commerce, et les entreprises des secteurs de la technologie et du savoir jouent un rôle clé dans cette évolution. « Les finalistes représentent le nouveau visage du commerce au Canada, a fait remarquer le Ministre. Elles font partie de la nouvelle économie, en offrant des produits et des services qui incarnent une véritable innovation. »

Prises collectivement, les entreprises finalistes ont généré des exportations valant plus de 903 millions de dollars. Elles ont en outre soutenu 6 149 emplois en 1999, et 52 % d'entre elles réussissent dans des

secteurs d'activités reposant sur le savoir — des produits de télécommunications et des logiciels, jusqu'à l'éducation et les soins de santé. Les fabricants, notamment des secteurs de la défense, du bâtiment, du mobilier et du vêtement, comptent pour 32 % des finalistes. De plus, 16 % des entreprises choisies œuvrent dans le secteur primaire et se spécialisent dans un large éventail de domaines, depuis la production et la transformation à base de bois dur jusqu'aux produits de l'aquaculture destinés à la restauration de luxe.

Le Canada, dont les exportations de biens et de services ont atteint les 412 milliards de dollars en 1999, est l'une des principales nations commerçantes du monde et le pays du G-7 qui axe le plus ses activités commerciales sur l'exportation : un emploi sur trois est lié au commerce international. Ces résultats remarquables sont attribuables, en partie, aux quelque 3 500 entreprises qui ont présenté leur candidature au cours des années en vue

de recevoir un des Prix d'excellence à l'exportation. On juge les finalistes en fonction de plusieurs critères, dont leur capacité à soutenir la concurrence à l'échelle mondiale, leur esprit d'innovation, leur volonté de prendre des risques et leur engagement envers l'excellence.

#### Finalistes des Prix 2000

##### NOUVELLE-ÉCOSSE

- Survival Systems Limited, Dartmouth

##### NOUVEAU-BRUNSWICK

- Groupe Savoie Inc., Saint-Quentin

- Spielo Gaming International, Dieppe

##### QUÉBEC

- DUO VAC INC., Laval

- Éditions L'artichaut, Rimouski

- GEBO Industries (Canada) Inc., Laval

- Gildan Activewear Inc., Saint-Laurent

- GROUPE ADF INC., Terrebonne

- Les Entreprises David Lauzon Ltée, Papineauville

- Thorburn Equipement Inc., Pointe-Claire

Voir page 16 - Prix

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**MAROC — Matériel électrique de 60 kV pour une centrale électrique** — Avis transmis par l'ambassade du Canada au Maroc. Processus d'adjudication de l'Office national de l'électricité n° SP 40 068 : fourniture et installation de matériel électrique et d'une station de 60 kV dans la centrale hydro-électrique de Aït Messaoud (reliée au barrage du même nom) dans la province de Béni Mellal. La centrale sera dotée de deux turbines-génératrices (puissance totale de 6,4 MW), utilisant un débit de 40 m<sup>3</sup> sous une chute nominale de 18 m. Le projet est financé par le Fonds arabe pour le développement économique et social et par le Fonds koweïtien pour le développement économique arabe. Date de clôture : le 24 octobre 2000. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le n° de dossier 000714-02796. Pour de plus amples détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=721fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=721fr)

**GRÈCE — Véhicules automobiles** — Avis

# Le Centre des occasions d'affaires

transmis par le consulat du Canada à Nicosie (Chypre). Appel d'offres portant sur la fourniture de véhicules automobiles neufs pour le parc des services de télécommunications chypriotes. Catégories recherchées : berline de gabarit moyen, sedan avec ou sans hayon de gabarit moyen, camionnette de gabarit moyen et petit, fourgonnette mixte de type Bonnet, fourgon de type Bonnet, W/P à fibre optique spécial de type Bonnet, break 4RM diesel, break 4RM à essence, camion léger 4RM à cabine double, camion léger à cabine simple, camion de marchandises court à cabine simple, à empattement court (remorque à benne basculante et grue). Spécifications : conduite à droite; moteur à essence à 4 temps ou diesel; direction assistée; servofreins à double circuit; boîte de vitesses synchronisée manuelle; airbag côté conducteur; barres d'impact sur les portières avant; climatisation. Date de clôture : le 6 octobre 2000. Coût des documents : 2 434 \$ - 29 215 \$. Communiquer avec M. Daniel Lemieux,

COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le n° de dossier 000713-02763. Pour de plus amples détails : [www.cytanet.com.cy/cyta/tenders](http://www.cytanet.com.cy/cyta/tenders) et [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=666fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=666fr)

**INDE — Véhicule/remorque ferroviaire/routier** — Avis transmis par le bureau du haut-commissariat à Chandigarh (Inde). Appel d'offres pour la fourniture d'un véhicule ferroviaire/routier pour la Rail Coach Factory (Chandigarh). Ce véhicule doit pouvoir transporter 600 tonnes sur rails. Date de clôture : le 31 octobre 2000. Coût des documents : 2 000 \$US. Communiquer avec M<sup>me</sup> Carol Ann Guzzo, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le n° de dossier 000724-02946. Pour de plus amples détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=771fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=771fr)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements



Centre des occasions d'affaires internationales

## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

## Mission NEXOS (Suite de la page 8)

Cette mission comprend une séance d'information au consulat général du Canada, une participation au CPhi étalée sur deux jours, des activités axées sur la création de partenariats organisées par l'ASCHIMFARMA (l'association italienne des fabricants d'ingrédients pharmaceutiques), et une assistance sur place quant à la création de partenariats ou à la logistique.

Pour plus de détails sur le CPhi, consulter le site internet [www.cphi.com](http://www.cphi.com)

Pour obtenir des renseignements sur la mission NEXOS, communiquer avec M<sup>me</sup> Sandra Marchesi, consulat général du Canada à Milan, tél.: (011-39-02) 67581, téléc.: (011-44-20) 6758 3900, courriel : [milan-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:milan-td@dfait-maeci.gc.ca).

La date limite pour s'inscrire est le 22 septembre. ✪

## Dernier rappel pour les missions commerciales du ministre Pettigrew!

Tel qu'indiqué dans le numéro de *CanadExport* du 4 juillet 2000, le ministre Pettigrew dirigera ce mois-ci, du 11 au 15 septembre, une mission commerciale en Europe centrale — Hongrie, Slovaquie, République tchèque et Slovénie. Les entreprises canadiennes, en particulier les PME qui souhaitent étendre leurs activités dans la région, sont invitées à y participer.

Le Ministre dirigera ensuite, le mois prochain, une mission commerciale plurisectorielle au Maroc, en Algérie, en Espagne et au Portugal, du 10 au 21 octobre (également annoncée dans le numéro de *CanadExport* du 4 juillet).

Les missions sont parrainées par la Banque de Montréal, Postes Canada et la Société pour l'expansion des exportations.

L'Algérie, principal partenaire commercial du Canada en Afrique, et le Maroc connaissent actuellement des changements politiques et économiques sans précédent. Fervents adeptes de l'économie de marché et de la mondialisation du commerce, ces deux pays offrent des occasions d'affaires intéressantes aux entreprises canadiennes de secteurs aussi divers que l'agroalimentaire, le pétrole et le gaz, l'exploitation

minière, les télécommunications, l'environnement, la formation et les soins de santé.

Rattachée à l'Union européenne, tout en étant tournée vers la Méditerranée, l'Espagne, qui jouit d'une économie florissante, offre d'excellents débouchés aux entreprises canadiennes, en particulier dans les secteurs des technologies de l'information, de l'environnement, des transports et de la construction. De son côté, le Portugal est un marché très prometteur où les entreprises trouveront de nouveaux débouchés, notamment dans les secteurs de l'environnement, des télécommunications, de la construction, du gaz naturel et de la défense.

En 1999, les échanges commerciaux (à l'exclusion des services) entre le Canada et ces quatre pays s'élevaient à près de 3,25 milliards de dollars.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction Équipe Canada, MAECI, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, ou consulter le site internet [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca). Le MAECI vous enverra une trousse d'invitation avec information et formulaires d'inscription. Inscrivez-vous sans tarder car les places sont limitées. ✪

## Débouchés dans le domaine des TI au cœur de la région industrielle du Mexique

MONTERREY, MEXIQUE — 24-26 octobre 2000 — Les responsables des entreprises canadiennes devraient penser à participer à **Expo Comm Mexico NORTE/ine-B Mexico 2000**, les salons régionaux (exposition et conférence) les plus importants et les plus dynamiques des secteurs des télécommunications et des technologies de l'information dans le nord du Mexique.

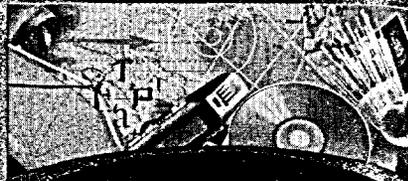
Ces activités fournissent toutes deux une occasion idéale de stimuler les ventes, d'accroître la notoriété des marques et de recruter des représentants et des distributeurs locaux pour les télécommunications et les solutions de commerce électronique, et aux fins de réseautage.

Les participants auront l'occasion de rencontrer plus de 8 000 décideurs du secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans cette région prospère en plein essor.

ine-B, l'exposition et conférence sur le commerce électronique qui progresse le plus rapidement au monde, a été ajoutée au programme **NORTE 2000**. Diverses technologies internet y seront présentées et les principales entreprises du domaine y donneront des conférences et des ateliers d'information.

Monterrey abrite les sièges sociaux d'environ la moitié des entreprises et des conglomérats (*Grupos*) des secteurs industriel et bancaire du Mexique, notamment

# Softworld 2000



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

HALIFAX — 15-18 octobre —  
Plusieurs agents du Service des délégués commerciaux du Canada viendront de l'étranger pour participer à **Softworld 2000**, forum sur l'expansion des marchés pour les sociétés de technologie de pointe.

Ces délégués commerciaux peuvent aider les entreprises canadiennes participantes à découvrir des débouchés dans de nombreux marchés étrangers.

Pour fixer un rendez-vous, communiquez avec nous à [softworld@dfait-maeci.gc.ca](mailto:softworld@dfait-maeci.gc.ca)

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

Alfa, AXA, Cemex, Cydsa, FEMSA, IMSA, Maseca, Proeza et Vitro. Ces conglomérats, de même que plus de 20 000 autres entreprises établies à Monterrey et des milliers d'entreprises et de *maquiladoras* un peu partout dans l'État du Nuevo Leon, investissent abondamment dans les systèmes TIC pour préserver leur compétitivité face aux entreprises américaines voisines et aux entreprises du reste du monde.

Le consulat général du Canada à Monterrey tiendra un stand d'information pour aider les entreprises canadiennes à exposer leurs produits et leurs services et à prendre des rendez-vous.

Pour tout renseignement ou pour participer à cette activité, communiquer avec M. David A. Valle, agent de commerce, consulat du Canada à Monterrey, tél. : (011-52-8) 344-3200, téléc. : (011-52-8) 344-3048, courriel : [valled@canada.org.mx](mailto:valled@canada.org.mx) ✪

## Expo Canada 2000 en République dominicaine

SAINT-DOMINGUE, RÉPUBLIQUE DOMINICAINE — 8-11 novembre 2000 — Organisée par la Chambre de commerce canado-dominicaine de la République dominicaine, **Expo Canada 2000** offre aux gens d'affaires canadiens une occasion unique de nouer et de renforcer des relations d'affaires avec des clients dominicains et de démontrer le savoir-faire de leurs entreprises. La Section commerciale de l'ambassade du Canada appuie activement ce salon commercial exclusivement canadien. Les organisateurs inviteront à l'Expo des décideurs et des acheteurs importants des secteurs public et privé.

L'économie de la République dominicaine accuse une progression parmi les plus rapides du monde. Le produit intérieur brut a augmenté de 36 % ces quatre dernières années (8,3 % en 1999 et 11,5 % au premier trimestre de l'an 2000). Le pays possède une économie très diversifiée basée sur les communications, le tourisme, la construction, l'industrie légère et les industries agricoles. Les importations annuelles ont atteint 8,5 milliards de dollars américains en 1999, faisant de la République dominicaine l'un des

plus importants marchés des Caraïbes.

Le Canada est le troisième investisseur en République dominicaine, avec des investissements de 750 millions de dollars, principalement dans les télécommunications, les mines et le secteur bancaire, ainsi que dans l'alimentation et les boissons, les produits pharmaceutiques et l'industrie. La République dominicaine est la troisième destination des touristes canadiens; elle en attend 200 000 cette année.

Les occasions d'affaires abondent dans les secteurs suivants : télécommunications, technologie de l'information, énergie, transports, matériel et outillage, matériaux de construction, produits alimentaires et biens de consommation.

Pour information ou pour s'inscrire à **Expo Canada 2000**, joindre M. Porfirio Valdez, Peña Valdez & Asociados, tél.: (809) 567-1565, téléc.: (809) 549-5883, courriel : [pvaldez@codetel.net.do](mailto:pvaldez@codetel.net.do)

Pour information sur les débouchés en République dominicaine, joindre la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Saint-Domingue, tél.: (809) 685-1136, téléc.: (809) 682-2691, courriel : [sdmgo@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sdmgo@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Branchez-vous sur EIME 2000!

BUENOS AIRES, ARGENTINE — 27-30 novembre 2000 — **EIME 2000**, la conférence et foire commerciale internationale de l'Argentine sur l'électricité, est consacrée au marché de l'énergie électrique. Elle est parrainée par les associations nationales de production et de transport de l'électricité et par les entreprises de distribution.

Le secteur argentin de l'électricité est exploité principalement par des consortiums privés, détenteurs de contrats de concession à long terme. De grands programmes de développement sont actuellement mis en œuvre en vue d'améliorer le service et d'augmenter l'alimentation en électricité sur le marché intérieur et sur les marchés des pays voisins. Ces

programmes offrent d'intéressants débouchés aux entreprises canadiennes.

L'ambassade du Canada a retenu de l'espace pour le pavillon canadien à l'exposition **EIME 2000**. Les entreprises qui souhaitent y participer ou envoyer de la documentation à y distribuer peuvent communiquer avec M. Stuart Fee, secrétaire intérimaire, Équipe Canada — Équipement et services d'électricité, tél.: (613) 954-5446, téléc.: (613) 941-2463 courriel : [fee.stuart@ic.gc.ca](mailto:fee.stuart@ic.gc.ca) ou avec M. Bill Perkins, agent commercial, ambassade du Canada à Buenos Aires, tél.: (011-54-11) 4805-3032, poste 3359, téléc.: (011-54-11) 4806-1209, courriel : [bairs-commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bairs-commerce@dfait-maeci.gc.ca) \*

## SOMMET DU SECTEUR DE L'ÉDUCATION AU CANADA

TORONTO — 11 octobre 2000 — Le quatrième **Sommet du secteur de l'éducation au Canada (CEIS 2000)** met l'accent sur la croissance rapide que continue d'enregistrer le secteur dont les recettes s'élevaient à 98,5 milliards de dollars américains en 1999, selon Eduventures, société américaine de recherche commerciale.

Au cours de cette rencontre d'une journée, les investisseurs et les exploitants se pencheront sur les tendances et les éléments déterminants qui offriront à cette industrie des créneaux et des débouchés pour l'an 2000 et au-delà.

« Le Canada a une occasion unique de devenir un exportateur mondial en cyberéducation », explique M. Charles Ivey, président du CEIS. « Notre pays jouit d'une renommée internationale pour la qualité de son système d'éducation, d'une infrastructure de télécommunication de calibre mondial et de l'accès à une vaste source de contenu compatible avec l'internet et à la pédagogie pratiquée dans ses nombreux établissements d'enseignement. »

Les innovations commerciales fondées sur la technologie ont poussé M. John Chambers, président directeur général de Cisco Systems, à proclamer que « la prochaine application appelée à occuper une place importante sur l'internet sera l'éducation. La cyberéducation va devenir tellement importante que le courrier électronique paraîtra alors un simple accident de parcours. »

Parrainé par le National Post, Air Canada, HSBC Securities, KPMG, Yorkton Securities et Canaccord Capital, **CEIS 2000** sera très probablement une autre activité à guichet fermé qui attirera plus de 300 participants venus des quatre coins du Canada et des États-Unis.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Sarah Blair, directrice des activités spéciales, National Post, tél.: (416) 386-2659, téléc.: (416) 386-2697. \*

## Prix d'excellence à l'exportation (Suite de la page 12)

• TMH Aircraft Maintenance Tools & Equipment Inc., Boisbriand

• Trans-Herbe inc., Longueuil

### ONTARIO

• ADWEL International Ltd., Scarborough

• Innova Technologies Corporation, Toronto

• International Datacasting, Ottawa

• Kindred Industries, Midland

• Med-Eng Systems Inc., Ottawa

• MINE Radio Systems Inc., Stouffville

• Nienkamper Furniture & Accessories Inc., Scarborough

• Wescam Inc., Flamborough

### ALBERTA

• BW Technologies Ltd., Calgary

• Neles Automation, Calgary

• SMART Technologies Inc., Calgary

### COLOMBIE-BRITANNIQUE

• Pearl Seaproducts Inc., Sechelt

• Silent Witness Enterprises, Surrey

Pour plus d'information au sujet des Prix d'excellence à l'exportation, voir le site internet [www.infoexport.gc.ca/awards](http://www.infoexport.gc.ca/awards) \*

## FORUM INTERNATIONAL ET PRIX DU MILLÉNAIRE

Le Groupe-Conseil Femmes-Expertise et la Chambre des Femmes d'Affaires et Professionnelles au Développement organisent, du 21 au 23 septembre 2000, à Hull et au Centre des congrès d'Ottawa, un Forum international : Les femmes, les occasions d'affaires et le commerce dans les pays en développement.

Organisé dans le cadre des Prix du Millénaire, le Forum représente une occasion unique de rencontrer des femmes entrepreneures de l'Afrique, de l'Asie du Sud-Est, de l'Amérique latine, des Caraïbes et du Canada.

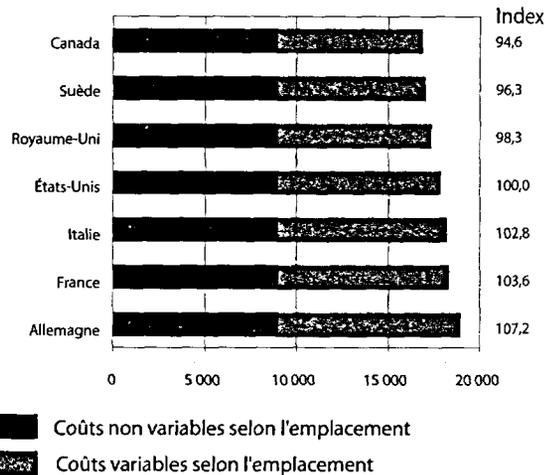
Pour tout renseignement ou pour s'inscrire, joindre le Groupe Conseil Femmes-Expertise à Ottawa, tél. : (613) 590-7422, sans frais : 1-877-650-5191, téléc. : (613) 590-7423, courriel : [femmes-expertise@sympatico.ca](mailto:femmes-expertise@sympatico.ca)

Pour plus de précision, voir l'article dans le numéro de *CanadExport* du 15 juin 2000, p. 11.

## Des coûts de revient après impôt plus bas au Canada qu'aux États-Unis?

- Des résultats surprenants
- La plus importante étude mondiale du coût de revient après impôt pour les entreprises des pays du G-7, effectuée par KPMG, confirme qu'il est moins cher d'exploiter une entreprise de 100 personnes dans n'importe quelle ville au Canada que dans une petite ville de l'Alabama.
- L'étude porte sur 64 villes et 18 secteurs d'activité
- 10 000 points de données recueillis
- Coût au Canada de 7,8 % inférieur au coût aux États-Unis, après impôts
- Lisez le rapport intégral ou le résumé du rapport
  - <http://www.kpmg.ca/francais/services/consulting/>
  - (rapport intégral) <http://www.finances.gouv.qc.ca/francais/documents/publications/publications.htm>

Comparaison des coûts annuels totaux  
Toutes industries, par pays (milliers \$US)



Pour vous aider à obtenir une exclusivité mondiale, communiquer avec Partenaires pour l'investissement au Canada, à Ottawa, tél. : (613) 941-0354, téléc. : (613) 946-5793, internet : <http://www.investiraucanada.ic.gc.ca> \*

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



SEP 12 2000

Un marché plus intéressant qu'il n'y paraît

# Direction Portugal

~~LATEST ISSUE~~  
~~DEFINIE~~  
NUMERO



RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

## DANS CE NUMÉRO

- 3 Équipe Canada : exemple de réussite
- 4 Taïwan : le marché de la bière
- 6 Carrefour États-Unis
- 7 Financement des exportations et assurances
- 9 Le secteur de la biotechnologie en Europe
- 11 Vins canadiens au Japon
- 12 La construction : un marché édifiant en Chine
- 12 Prix d'excellence à l'exportation en direct
- 13 Les trucs du métier
- 14 Occasions d'affaires
- 15 Foires et missions commerciales/conférences

Souvent éclipsé par ses voisins plus grands et plus prestigieux de l'Union européenne (UE), le Portugal offre pourtant d'excellents débouchés aux entreprises qui veulent s'intéresser davantage au marché européen. Pays à l'économie modeste et ouverte, il est membre à part entière de l'UE, bénéficie d'une situation économique et d'un taux de change stables et acquiert une crédibilité croissante sur les marchés internationaux.

Selon Statistique Canada, en 1999, les exportations du Canada à destination du Portugal s'élevaient à environ 115 millions de dollars, et ses importations en provenance du Portugal, à environ 201 millions de dollars. Toutefois, ces chiffres ne rendent pas véritablement compte des échanges de biens et de services entre les deux pays. En effet, un grand nombre de produits transitent par d'autres pays, de sorte que leur valeur n'est pas comptée dans les statistiques officielles, et le commerce des services n'est pas du tout pris en compte.



Mission commerciale du Canada  
Canada Trade Mission

Le Canada exporte principalement au Portugal des grains, des machines, des instruments mécaniques, des générateurs, du charbon, du bois d'œuvre, du minerai et des constituants minéraux, de la pâte de bois et du papier.

Les échanges commerciaux et l'investissement entre les deux pays deviennent cependant plus centrés sur les secteurs de haute technologie, à valeur ajoutée. Les exportations canadiennes traditionnelles ont fait place aux produits de technologie de pointe employés dans le matériel et les services de télécommunications, ainsi qu'aux services d'expert-conseil dans le secteur de la technologie de l'information (TI).

L'industrie portugaise des télécommunications, un marché annuel que l'on estime à 6,4 milliards de dollars mais qui devrait atteindre 8,3 milliards de dollars d'ici 2005, a été déréglementée récemment. Rien d'étonnant donc à ce que les sociétés canadiennes en fassent plus grand cas. Dans le secteur de la TI, on

Voir page 2 — Portugal

## Débouchés en Algérie et au Maroc

### Le secteur des hydrocarbures au Maghreb

Plus que jamais, le secteur maghrébin des hydrocarbures se révèle plein de promesses et d'avenir.

Ainsi, alors que la signature en juin dernier d'un important contrat par la First Calgary Petroleum confirmait tout le potentiel du marché algérien, le roi du Maroc annonçait le 20 août la découverte d'importants gisements de gaz et de pétrole dans l'est du Royaume du Maroc, dont les réserves d'hydrocarbures étaient jusqu'à présent considérées comme négligeables.

#### Débouchés en Algérie

À la suite de négociations qui ont duré trois ans et qui ont été appuyées par des rencontres lors de la visite du président algérien Bouteflika au Canada en mai, puis à l'occasion du World Petroleum Congress de Calgary en juin, la société nationale algérienne pour les hydrocarbures, Sonatrach, et la First Calgary Petroleum ont signé le 25 juin à Alger un contrat pour l'exploration et l'exploitation du bloc 406a de Rhourde Yacoub dans le bassin de Berkine.

Voir page 2 — Maghreb

**Portugal** — Suite de la page 1  
évalue le marché du matériel informatique à environ 1,5 milliard de dollars, et le marché du logiciel, à 2,8 milliards de dollars.

L'investissement de part et d'autre prend, quant à lui, de nouvelles dimensions, les usines de fabrication de produits de base (panneaux de particules et matières plastiques par exemple) faisant appel aux moyens technologiques les plus modernes pour optimiser l'efficacité. Par ailleurs, le Canada et le Portugal lancent de plus en plus de coentreprises sur les marchés de pays tiers.

### Débouchés

D'autres secteurs offrent d'excellentes possibilités d'affaires, qui sont susceptibles d'intéresser les entreprises canadiennes. Dans le secteur du gaz naturel, par exemple, les investissements réalisés dans l'infrastructure du pays et les conversions

avoisinent 180 millions de dollars par an sur quatre ou cinq ans.

Dans le secteur de l'environnement, le traitement des eaux usées et celui des déchets urbains et industriels représentent d'importants débouchés. En effet, 11 milliards de dollars seront consacrés d'ici 2006 à l'assainissement des eaux et au traitement des déchets; en 2002, le Portugal prévoit avoir dépensé, sur cette somme, 8 milliards en mesures sanitaires de base pour répondre aux normes européennes moyennes.

En outre, plusieurs projets de transport, d'environ 2,9 milliards de dollars, en sont à divers stades de préparation. Dans le secteur de la construction, en pleine expansion, on s'intéresse de plus en plus aux ossatures en bois. Il s'agit d'un concept nouveau dans ce pays où le béton est roi depuis longtemps. Il y a donc un travail d'éducation à faire.

### Maghreb

 — Suite de la page 1

Le contrat, de type association en participation, porte sur une zone de 970 km<sup>2</sup>. Quelque 3 milliards de barils de pétrole ont d'ores et déjà été découverts dans un rayon de 25 km autour du bloc 406a. L'accord s'étalera sur cinq ans, incluant une période initiale de trois ans au cours de laquelle sont prévues la collecte de données sismiques 2D et 3D ainsi que le forage de deux puits d'exploration. L'investissement total est évalué à 31 millions de dollars américains dont 18 millions pour les 3 premières années.

Ouvert aux opérateurs étrangers depuis plus de dix ans et bénéficiant d'un potentiel largement sous-exploité en plus d'immenses réserves connues, le marché algérien offre d'excellentes perspectives aux entreprises canadiennes dont la qualité des produits et du savoir-faire est reconnue et recherchée.

### Débouchés au Maroc

Disposant d'un territoire largement inexploré et de quelques réserves connues, le Maroc demeure pour sa part fortement dépendant vis-à-vis de l'extérieur sur le plan énergétique. Soucieuses de réduire cette dépendance tout en renforçant le secteur à l'échelle nationale, les autorités marocaines ont adopté, il y a quelques mois à peine, un

nouveau cadre législatif particulièrement favorable aux exploitants étrangers. Ce dernier prévoit notamment de généreuses exemptions fiscales ainsi qu'une limitation du rôle de l'État.

L'annonce de la découverte de nouveaux gisements sur fond de regain d'intérêt pour le secteur, laisse présager de nombreux bouleversements dans le paysage énergétique marocain au cours des mois et années à venir. Les entreprises canadiennes, dont certaines sont déjà présentes au Maroc, sont invitées à se positionner rapidement afin de tirer pleinement profit des changements en cours.

### Renseignements

Les entreprises souhaitant découvrir la richesse des marchés algérien et marocain ou y renforcer leur position sont invitées à se joindre à la mission commerciale multi-sectorielle qu'effectuera le ministre du Commerce international M. Pierre Pettigrew, au Maghreb et dans la Péninsule ibérique du 10 au

21 octobre prochain.

Pour de plus amples renseignements sur cette mission, contactez le ministère des Affaires étrangères et du Com-

merce international au (613) 944-2512, pour le Québec et l'Atlantique, ou au (613) 995-2194 pour les autres provinces. ✪

**Prochaine mission commerciale**  
La mission commerciale d'octobre 2000 pourrait intéresser les entreprises qui voudraient faire des affaires au Portugal ou explorer les possibilités offertes par le marché portugais, en pleine expansion. Dirigée par le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, elle comportera un arrêt à Lisbonne le 20 octobre (les autres pays visités sont le Maroc, l'Algérie et l'Espagne).

Pour en savoir davantage sur la mission commerciale, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada au MAECI, tél.: (613) 995-2194, téléc.: (613) 996-3406, ou consulter le site internet d'Équipe Canada à <http://www.tcm-mec.gc.ca>. Pour se renseigner sur le marché portugais, communiquer avec M<sup>me</sup> Andrée Bazinet, tél.: (613) 996-4427, téléc.: (613) 995-5772. ✪

Rédacteur en chef: Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué: Louis Kovacs  
Rédactrice: Julia Gualtieri  
Assistant à la rédaction: Patrick Marleau  
Mise en page: Yen Le  
Tirage: 77 000  
Tél.: (613) 996-2225  
Téléc.: (613) 992-5791  
Courriel: [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet: [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

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

canadexport

**E**zeflow (Granby, Québec) est une exportatrice aguerrie et chevronnée. Fondée en 1972, elle exporte ses produits vers le très exigeant marché américain depuis 1982, et se lance maintenant à la conquête de l'Europe et de l'Amérique du Sud. Aujourd'hui, ses exportations comptent pour près de 70 % de son chiffre d'affaires annuel de 15 millions de dollars.

les étrangers et les autres Canadiens », souligne M. Latendresse qui étudie actuellement la possibilité de se joindre à la mission d'Équipe Canada en Chine prévue en novembre.

Détenant une part très respectable du marché canadien, M. Latendresse explique ainsi ce qui l'incite à prospecter outre-mer : « Il coûte moins cher d'étendre ses activités

naires rencontrés lors d'une visite subséquente. Cependant, ce pays aussi a connu une période très difficile sur le plan politique. Là encore, nous faisons donc preuve de prudence. La mission nous a tout de même épargné plusieurs mois par rapport au temps qu'il nous aurait fallu pour établir les contacts et comprendre la situation locale par nos propres moyens. »

À la suite de la mission, Ezeflow s'est rendue en 1999 en Indonésie, en Australie et à Singapour. Un an plus tard, son chiffre d'affaires en Australie atteint 1 million de dollars américains.

#### Mission : Amérique latine 1998

Argentine, Brésil, Chili, Venezuela : des pays déjà bien connus d'Ezeflow. Mais pas le Mexique.

« Le Mexique m'attirait beaucoup, confie M. Latendresse. Depuis la signature et l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange, il y a un grand dynamisme et un fort enthousiasme au Mexique pour les affaires bilatérales et trilatérales. Comme la mission coïncidait avec un moment où je prévoyais être au Mexique, j'ai décidé de m'y joindre. Je voulais avant tout assister aux réunions et aux présentations organisées sur le parcours de l'Équipe, car ce sont là des événements d'une très grande valeur. On peut y apprendre une foule de renseignements qui seraient très difficiles à trouver soi-même.

« Les missions d'Équipe Canada nous confèrent beaucoup de prestige auprès des clients potentiels, je dirais un certain standing. Elles permettent de connaître le marché et de rencontrer les intervenants économiques. Mais il faut y aller bien préparé sur le pays et sur le marché, et déterminer pourquoi on se rend là-bas et surtout ses objectifs. On peut aussi se renseigner sur les possibilités de financement. L'ACDI, par exemple, nous a aidés à prospecter des candidats afin d'établir une co-entreprise au Venezuela.

« Les agents des ambassades du Canada et les délégués commerciaux sont aussi une source précieuse d'aide, ajoute-t-il. Il suffit de les consulter pour obtenir conseils et renseignements sur les habitudes de consommation, les normes et les caractéristiques du marché, la culture locale et le comportement des consommateurs. »

**Pour plus de renseignements, contacter M. Jean-Maurice Latendresse, président, tél. : (450) 375-3575; téléc. : (450) 375-3772, internet : [www.ezeflow.com](http://www.ezeflow.com)**

## Les missions d'Équipe Canada Ça coule bien pour Ezeflow

Ezeflow est un fabricant de raccords à grands diamètre (coudes, T, Y, raccords 180° et autres). Tous les réacteurs nucléaires CANDU du monde possèdent des pièces Ezeflow, de même que tous les principaux gazoducs, les usines pétrochimiques et les usines de pâtes et papier en Amérique du Nord.

Dix personnes se consacrent aux questions de qualité dans cette entreprise certifiée ISO-9002 et C.S.A. N285.0 (certification nucléaire). Ses produits haut de gamme très spécialisés sont destinés au transport des matières dangereuses et peuvent soutenir de très hautes pressions.

Alors que vient faire M. Jean-Maurice Latendresse, président d'Ezeflow, au sein des missions d'Équipe Canada « Asie 1997 » et « Amérique latine 1998 » ? Pourquoi une entreprise chevronnée se joint-elle à une mission d'Équipe Canada, malgré son expérience et sa réputation mondiale ?

#### Mission : Asie 1997

« On avait reçu une lettre d'invitation », se souvient M. Latendresse. « Tout de suite, on s'est dit que ça tombait pile parce que l'Asie représente un gros potentiel. »

En outre, selon M. Latendresse, les missions rapportent gros en « publicité ». « À l'étranger, le profil des entreprises participantes circule auprès des associations, des chambres de commerce, des gens à l'ambassade du Canada, etc. La 'publicité' se fait aussi au Canada par l'entremise des médias et des participants canadiens. On se fait donc amplement connaître, sans parler des occasions de réseautage avec

dans un marché plus vaste. L'Asie, avec ses caractéristiques démographiques, présente un très grand potentiel. Par ailleurs, certains secteurs comme la pétrochimie en Indonésie sont en pleine croissance. »

Ezeflow se concentre habituellement sur des créneaux précis pour vaincre la concurrence internationale. « Notre réputation de flexibilité, de constance et de qualité pour tous les travaux exigeant des délais très courts et des cahiers de charges pointus ne se dément pas. »

M. Latendresse affirme que faire le voyage avec Équipe Canada permet aussi de démystifier la région. « On s'aperçoit, une fois rendus là-bas, que nos interlocuteurs sont comme nous, intelligents et qualifiés. On prend plaisir à les rencontrer et on en sort alors totalement convaincus qu'on peut faire des affaires ensemble. On a moins peur. »

« En Thaïlande, notre participation à la mission d'Équipe Canada s'est soldée sur une note très positive avec la conclusion d'une entente avec un distributeur local. Malheureusement, comme chacun le sait, l'économie thaïlandaise s'est beaucoup détériorée. Nous avons donc décidé d'attendre que les occasions d'affaires se renforcent avant d'aller plus loin.

« Du côté de l'Indonésie, nous menons des discussions poussées avec des parte-



Le président d'Ezeflow, M. Jean-Maurice Latendresse, à la frontière entre la Corée du Nord et du Sud.

LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

# TAÏWAN : le marché

Présents dans 134 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



Le marché de la bière à Taïwan connaît actuellement des changements spectaculaires. Depuis 1946, lors de sa création, jusqu'en 1994, le *Taiwan Tobacco & Wine Monopoly Board (TTWMB)*, propriété d'État, avait interdit l'importation d'alcool. Au cours de cette période, le TTWMB contrôlait 95 % du volume du marché de la bière, alors que toutes les bières fabriquées dans l'île étaient vendues sous l'étiquette *Taiwan Beer*. Cependant, grâce à la libéralisation partielle du marché des boissons alcoolisées en 1994, des marques étrangères ont pu être vendues, pour la première fois en près de 50 ans, sur le marché taïwanais. L'année suivante, la participation des brasseries étrangères est passée à 182 marques de bière provenant de 24 pays, ce qui correspondait à 14 % du marché. Les fabricants taïwanais et étrangers

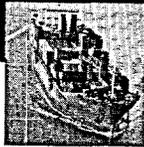
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF

### LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les...
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts dans le secteur de l'agriculture et des aliments et des boissons en Asie-Pacifique



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# la bière

iments et de boisson continuent de s'intéresser au marché de la bière. Cette libéralisation, qui laisse entrevoir de bons débouchés une fois que la libéralisation complète sera réalisée. En 1998, les marques importées représentaient 20% du marché de la bière qui s'élevait à 988,6 millions de dollars.

## Changements visant les taxes d'accès au marché

En vertu de l'adoption, le 7 juin 1999, de la Loi sur l'administration des boissons alcoolisées et du tabac (*Alcoholic Drinks & Tobacco Administration Law, ADTA*) devrait transformer en profondeur la composition du marché taiwanais. La Loi autorise pour la première fois des sociétés privées taiwanaises à produire, à importer et à vendre des produits du tabac et des boissons alcoolisées, et permet de faire concurrence au TTWMB. La Loi entrera en vigueur lorsque Taiwan accèdera à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), ce qui devrait avoir lieu en 2003. Elle sera mise en œuvre progressivement, et la fabrication de bière par les entreprises privées taiwanaises sera légalisée trois ans après l'accession à l'OMC.



Cette libéralisation complète du marché s'accompagnera de modifications dans les tarifs et les taxes s'appliquant aux marques de bières taiwanaises et importées. Jusqu'à une des plaintes les plus souvent exprimées au sujet des produits importés concernait leur prix excessif, un changement de la liste tarifaire améliorera la compétitivité des importations. En vertu de la loi ADTA, la

bière ne sera plus assujettie à la taxe sur les « profits de monopole » qui s'applique actuellement aux importations, mais plutôt aux taxes régulières comme les droits à l'importation, la taxe sur les transactions commerciales et la taxe d'accise. En outre, les boissons alcoolisées seront imposées en fonction du volume plutôt que de la valeur, ce qui favorisera une concurrence plus équitable, en fonction du prix, entre les boissons importées et les boissons produites dans l'île.

## Tendances

La fréquentation des bars comme au Canada augmente à Taiwan. Ces bars attirent principalement les étrangers établis dans les villes, mais ils deviennent de plus en plus populaires auprès des jeunes consommateurs taiwanais aussi. La consommation de boissons alcoolisées, notamment de la bière, devrait s'accroître de façon modérée jusqu'en 2003, en raison des importations accrues, de meilleurs circuits de distribution et de campagnes de commercialisation novatrices. Le marché des bières non alcoolisées, peu alcoolisées et légères est relativement peu développé, mais ces produits pourraient intéresser les Taiwanais qui consomment habituellement de l'alcool de façon modérée.

Plusieurs sociétés taiwanaises d'aliments et de boissons voudront peut-être se lancer dans des projets de coentreprises pour améliorer la position des boissons importées sur le marché et en même temps acquérir une expérience de la fabrication ou de la distribution de la bière avant que le marché ne soit complètement ouvert à la production intérieure.

## Ce marché vous intéresse ?

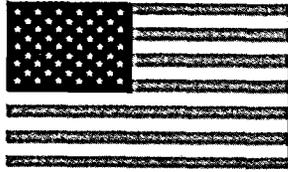
Pour en savoir davantage sur les débouchés qu'offre ce marché, consultez le rapport complet intitulé *Le marché de la bière à Taiwan*, préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux et par le Bureau commercial du Canada à Taiwan. Ce rapport est disponible en ligne à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

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

Est-ce un marché pour vous ?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

**Le marché de la bière**

Consultez nos études de marché



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Débouchés au programme

## Joint Strike Fighter

Le Joint Strike Fighter (JSF) est un programme multinational de 300 milliards de dollars, dirigé par les États-Unis et le Royaume-Uni, visant à construire la prochaine génération d'avions de chasse.

Le JSF est conçu pour remplacer les flottes actuelles de F-16, de F-18, de A-10 et de Harrier dans le monde entier. Selon les prévisions, les ventes dépasseront 3 000 appareils rien qu'aux États-Unis et au Royaume-Uni, plus 2 000 appareils à l'exportation.

La prochaine étape du programme du JSF est la mise au point technique et le

développement, d'une valeur de 25,2 milliards de dollars américains, qui doit débiter en 2001 et durer 11 ans. Deux entrepreneurs principaux présentent des soumissions pour le contrat du JSF : Boeing et Lockheed-Martin. Chaque société a mis sur pied une équipe de sous-traitants.

Le ministère de la Défense nationale (MDN) et JSF Canada négocient actuellement un protocole d'entente avec le bureau américain du programme du JSF afin que le Canada participe à cette étape.

Voir page 14 — JSF

## Mission commerciale TIC et biotech de San Francisco

Un groupe composé de cadres supérieurs de certaines des principales entreprises de technologie de l'information et de biotechnologie de San Francisco effectuera une visite à Ottawa et à Toronto du 24 au 26 octobre prochain. Cette mission dirigée par M. Sean Randolph, président du Forum, a été organisée en réponse à l'invitation, lancée en avril 1999 par M. Sergio Marchi, ancien ministre du Commerce international, lors de la mission commerciale très réussie des jeunes entrepreneurs en Californie du Nord.

Faisant écho à la visite canadienne, cette mission spéciale d'expansion économique et de partenariat vise à déterminer les possibilités d'alliances stratégiques et d'autres occasions d'affaires et à renforcer ainsi les liens entre la région de la baie de San Francisco et le Canada. On espère que cette visite permettra aux entreprises de la baie de San Francisco de mieux connaître les activités avant-gardistes de recherche et de développement qui se font au Canada et qu'elle favorisera la croissance des synergies qui existent déjà entre les grappes d'industries de haute technologie des deux pays.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Lucy Latka, spécialiste en affaires commerciales à l'ambassade des États-Unis à Ottawa, au (613) 688-5219; courriel : [lucy.latka@mail.doc.gov](mailto:lucy.latka@mail.doc.gov)

## COMDEX 2000

### Améliorez votre avantage concurrentiel

LAS VEGAS — 13-17 novembre 2000 — Le Bureau commercial du consulat général du Canada à Silicon Valley a préparé un programme d'enseignement et de formation destiné aux entreprises canadiennes de technologie de l'information (TI) qui seront présentes à COMDEX pour la première fois. Ce programme de formation pratique (16-17 nov.) organisé dans le cadre du programme Exportateurs aux États-Unis (EXPORT-É.-U.) s'adresse aux entreprises qui connaissent déjà le marché américain, mais qui n'y ont pas encore mis en œuvre un programme complet de commercialisation.

La plus grande exposition du genre, COMDEX est le marché international où

les acheteurs et vendeurs de TI, de même que les analystes de cette industrie, font des affaires et prennent des décisions en matière de technologie. C'est le lieu idéal pour réaliser des études de marché, se tenir au courant de ce que font les concurrents, trouver des distributeurs et prendre le pouls du marché américain de la TI.

Pour plus de renseignements ou pour vous inscrire, visiter le site Web du Bureau commercial du consulat général du Canada à <http://www.cdntrade.com/> et cliquer sur « Quoi de neuf? », ou communiquer avec M<sup>me</sup> Jeane Weaver, agent au développement des entreprises, tél. : (408) 289-1157, poste 23, courriel : [jweaver@cdntrade.com](mailto:jweaver@cdntrade.com)



# Une intempérie à surmonter



Corporation  
Commerciale  
Canadienne

Lorsque la Comisión Nacional del Agua (Commission nationale de l'eau) du Mexique avait acheté 40 stations météorologiques auprès de Forest Technology Systems (FTS), en décembre 1999, le contrat de 2 millions de dollars représentait un coup de maître pour cette petite entreprise de Victoria. Cependant, le premier paiement ne devait être versé que le printemps suivant, avec les premières livraisons. Entre temps, FTS devait financer son fonds de roulement pour pouvoir payer ses fournisseurs. La société a donc eu recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et à son Programme de paiements progressifs (PPP).



Une station météorologique de FTS

Fondée en 1980, FTS est un chef de file mondial de la conception, de la fabrication et de la fourniture de solutions complètes dans le domaine de la surveillance de l'environnement, notamment de stations de météorologie forestière et de surveillance des bassins hydrographiques, de stations météorologiques ainsi que de détecteurs de précipitations. L'entreprise de 32 employés exporte 65 % de sa production, principalement aux États-Unis.

## COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassade.ducanada.org](http://www.ambassade.ducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

Ce n'était pas la première fois que FTS concluait une vente avec la Commission nationale de l'eau (qui chapeaute le Servicio Meteorológico Nacional). En 1998, FTS avait fourni 20 stations météorologiques dans le cadre d'un sous-contrat avec General Electric ITS Mexico (GE ITS). Les deux ventes font partie d'un projet de la Banque mondiale dont le gouvernement du Mexique est maître d'œuvre et qui vise à améliorer son système de surveillance de l'environnement.

Étant donné que GE ITS n'avait pas présenté de soumission pour le deuxième volet, pour lequel des appels d'offres avaient été publiés à l'automne 1999, FTS a présenté une offre pour son propre compte.

FTS avait reçu un acompte de 50 % de GE dans le premier contrat. « Nous croyions que cet arrangement faisait partie du contrat avec le gouvernement du Mexique, explique le président-directeur général, M. Kevin Bradley. Lorsque l'appel d'offres suivant est sorti, nous avons constaté, à notre grande surprise, qu'il n'était pas question d'acompte. Cela nous laissait aux prises avec un sérieux problème de financement. »

L'appel d'offres s'est clos en novembre 1999. La société a communiqué avec la CCC en octobre pour vérifier si elle était admissible à une marge de crédit destinée au financement du projet dans le cadre du PPP. Bien que la CCC ait été optimiste au sujet des compétences de la société, le financement du projet ne pouvait recevoir sa forme finale tant que FTS n'avait pas en main un contrat signé.

L'entreprise l'a obtenu à la mi-décembre. Tout à coup, les choses se sont précipitées; toutes les dispositions devaient être prises avant la fin de l'année. « Comme le temps manquait, la CCC a entrepris de faire avancer le dossier, dit M. Bradley. Avec l'aide du gestionnaire de projet, M. Emmanuel Florakas, j'ai reçu l'engagement de la CCC et une marge de crédit de 700 000 \$ à la Banque Royale en deux semaines, même si cela tombait sur Noël. Toutes les

pièces du casse-tête se sont vite mises en place, même si ce n'était pas le moment idéal pour ce genre de démarche. Nous étions très impressionnés. »

FTS a eu recours à la marge de crédit trois fois durant les premiers mois de 2000. Le financement a également permis à l'entreprise de patienter pendant le délai de presque un mois qui s'est écoulé entre la livraison de la dernière station météorologique et la réception du paiement, car FTS avait prévu cette éventualité. La marge de crédit a été remboursée sur réception du premier versement, au milieu de mars.

« Tout s'est passé exactement comme FTS l'avait prévu, résume M. Florakas. Cette entreprise est le type de client parfait : ses représentants collaborent avec nous et nos rapports sont affables. Nous avons formé une bonne équipe; nous savions quelles étaient les contraintes de l'autre partie. Je conçois facilement que la CCC et FTS pourraient être appelées à faire de nouveau affaire ensemble. »

Maintenant que les stations météorologiques de FTS sont installées et fonctionnent au Mexique et que la réputation de la société continue de s'étendre, la CCC pourrait bien décider d'aider la société à traverser une autre période de fonds de roulement à sec.

Pour plus de renseignements sur FTS, communiquer avec son PDG, M. Kevin Bradley, tél. : (250) 478-5561, téléc. : (250) 478-8579, courriel : [kbradley@ftsinc.com](mailto:kbradley@ftsinc.com)

## LA CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE



### DES SOLUTIONS SUR MESURE POUR LES EXPORTATEURS CANADIENS

La Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, est le partenaire idéal des exportateurs canadiens dans les marchés difficiles, car elle les aide à négocier et à décrocher des contrats à des conditions avantageuses. Elle offre un accès spécial aux marchés américains de la défense et de l'aérospatiale et elle est spécialiste du commerce avec les gouvernements étrangers et les organisations internationales.

Qu'il s'agisse de jumeler des acheteurs et des vendeurs, de jouer le rôle d'entrepreneur principal ou d'aider les petites et les moyennes entreprises à réaliser des ventes, la CCC, grâce à ses contacts dans les marchés spécialisés, ne cesse d'ouvrir des portes à des milliers d'entreprises canadiennes dans plus de 60 pays.

Pour renseignements, joindre la CCC, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca) internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

**L**a prochaine mission d'Équipe Canada en Chine offre aux entreprises la possibilité de resserrer et de faire fructifier leurs liens avec les milieux d'affaires chinois. Voilà, selon l'équipe de Northstar, une occasion à ne pas rater.

Northstar Trade Finance Inc. a investi les ressources nécessaires pour se tailler une place sur le marché chinois, et son travail est d'aider d'autres entreprises canadiennes à faire de même. De plus, avec d'importants collaborateurs comme la

ces fonds aient été utilisés de façon stratégique et qu'ils soient destinés à des secteurs d'activité bien précis, les utilisateurs finaux sur le marché chinois demandent désormais des prêts commerciaux directs aux exportateurs canadiens.

Le financement commercial direct est plus complexe en Chine que dans la plupart des marchés d'exportation. Des lois dans le domaine bancaire adoptées récemment en Chine et autorisant l'acquisition d'actifs ainsi que la confirmation et l'enregistrement de prêts par la Banque populaire de Chine ont permis l'octroi de certains prêts commerciaux directs à l'appui des exportations canadiennes.

La législation bancaire continue d'évoluer pour le mieux. Les Chinois ont fait des progrès énormes en instaurant un système de sécurité inspiré du Code commercial uniforme, qui offre aux institutions financières étrangères une plus grande assurance relativement aux actifs engagés.

Ces changements ont permis à Northstar Trade Finance Inc. de pénétrer le marché et de commencer à soutenir les efforts de vente des exportateurs canadiens de biens d'équipement au moyen d'un montage financier à terme à l'intention de leur clientèle chinoise.

Il y a en Chine de nombreuses entreprises d'excellente réputation et bien gérées qui, en raison du secteur d'activité auquel elles appartiennent, de leur croissance et de leurs mouvements de trésorerie, présentent des débouchés intéressants pour les exportateurs canadiens.

Northstar peut aider les exportateurs canadiens qui sont prêts à profiter de ces occasions de créer des liens durables et profitables en Chine.

Et nous croyons fermement qu'Équipe Canada peut nous aider à nous acquitter de cette tâche. ✪

## Miser sur Équipe Canada Faciliter les ventes en Chine

Le but de Northstar Financement du Commerce International Inc. est d'aider les exportateurs canadiens à accroître leurs activités sur les marchés mondiaux les plus florissants en offrant à leurs clients du financement à terme pour acheter des produits canadiens. En Chine, remplir ce mandat signifie pour Northstar consentir des prêts à terme de 500 000 \$ à 5 millions \$ à de solides entreprises qui achètent des biens d'équipement canadiens.

Les entreprises canadiennes qui prennent le temps nécessaire pour pénétrer le marché chinois sont celles que Northstar peut aider. Ces entreprises savent que pour faire des affaires en Chine, il faut nouer de solides liens de confiance et de coopération qui procureront succès et bénéfices aux deux parties.

Voilà pourquoi une Équipe Canada forte et unie, réunissant des politiciens et des gens d'affaires, peut compter sur les atouts que certains membres possèdent parce qu'ils ont mis le temps et les efforts qu'il fallait pour se bâtir une solide réputation dans ce pays.



M. Scott Shepherd,  
PDG de Northstar

Banque de Montréal, la Banque Royale du Canada, la Banque HSBC Canada et la Banque Nationale

du Canada, et avec la coopération et le soutien de son partenaire stratégique, la Société pour l'expansion des exportations (SEE), Northstar possède les ressources nécessaires pour aider les exportateurs canadiens.

Fournir du financement commercial direct à l'exportation à des utilisateurs finaux en Chine a toujours été une tâche ardue. Dans le passé, la SEE a établi des lignes de crédit auprès de diverses banques et du gouvernement de la Chine afin de soutenir les transactions de petite et de moyenne envergure.

Toutefois, le développement économique récent en Chine a vu s'intensifier la vigueur commerciale de beaucoup d'entreprises et croître la volonté de nombreux concurrents commerciaux du Canada de fournir de temps à autre du financement direct aux emprunteurs chinois. Bien que

### En quête de commanditaires

## Tournée en Chine d'œuvres d'art du Groupe des sept

Pour la première fois, la Chine accueillera une exposition itinérante de 75 tableaux de peintres paysagistes réputés du Canada : le Groupe des sept.

Par suite d'une exposition semblable consacrée au Groupe des sept et qui a eu beaucoup de succès au Mexique, en Suède,

au Danemark et en Norvège, le Musée des beaux-arts du Canada a décidé de renouveler l'expérience dans quatre villes de la Chine, soit Beijing, Shanghai, Guangzhou et Shenzhen, d'avril à septembre 2001.

Intitulée *Terre Sauvage: Canadian Landscape Painting and The Group of*

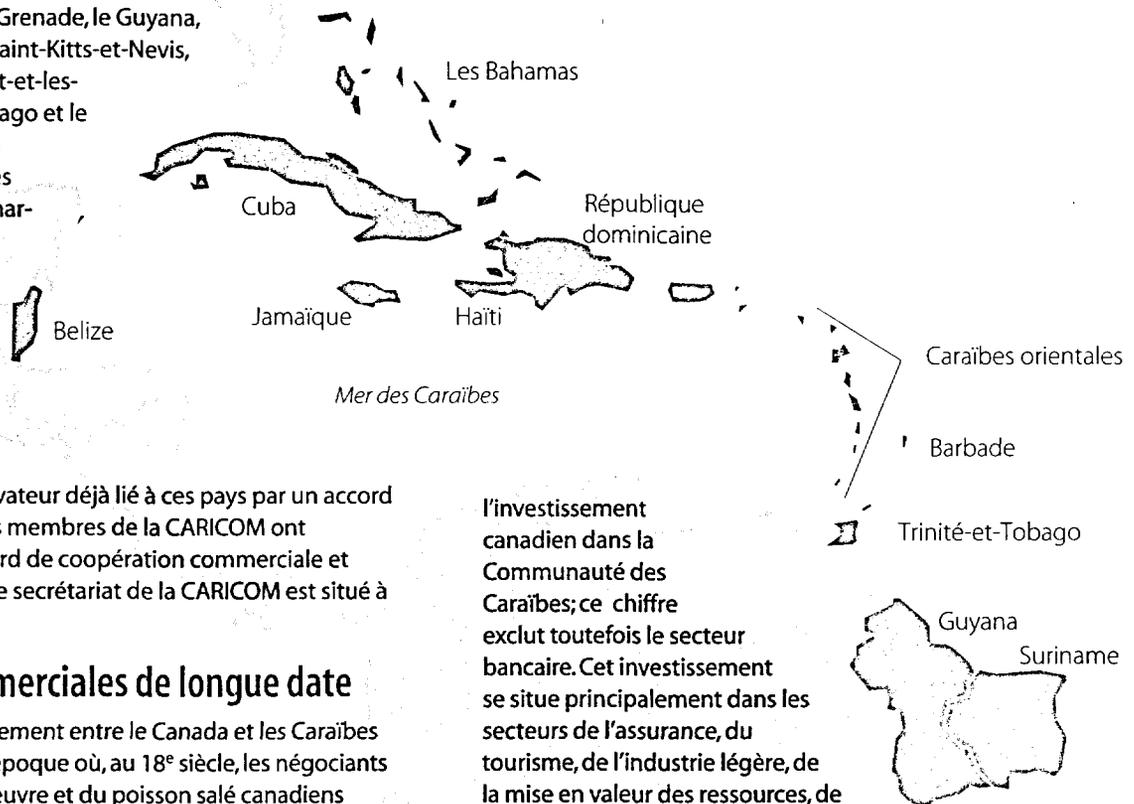
*Seven*, cette importante exposition est composée d'œuvres importantes de Tom Thomson, Lawren S. Harris, J.E.H. MacDonald, Arthur Lismer, A.Y. Jackson, Fred Varley, Frank Johnston et Franklin Carmichael.

Voir page 11 — Le Groupe des sept

# Les Caraïbes : sable, soleil et occasions d'affaires

## La communauté et le marché commun des Caraïbes

Antigua-et-Barbuda, les Bahamas, la Barbade, le Belize, la Dominique, la Grenade, le Guyana, la Jamaïque, Montserrat, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-et-les-Grenadines, Trinité-et-Tobago et le Suriname font partie de la Communauté des Caraïbes (CARICOM). Ces pays ont harmonisé leurs politiques commerciales et économiques et tous, à l'exception des Bahamas, ont adopté le Tarif extérieur commun. Haïti est en voie de se joindre à eux, tandis que la République dominicaine est un observateur déjà lié à ces pays par un accord de libre-échange. Les pays membres de la CARICOM ont récemment signé un accord de coopération commerciale et économique avec Cuba. Le secrétariat de la CARICOM est situé à Georgetown, au Guyana.



l'investissement canadien dans la Communauté des Caraïbes; ce chiffre exclut toutefois le secteur bancaire. Cet investissement se situe principalement dans les secteurs de l'assurance, du tourisme, de l'industrie légère, de la mise en valeur des ressources, de l'énergie, des transports et des télécommunications.

Voir page 8 — CARICOM

## Des relations commerciales de longue date

Le commerce et l'investissement entre le Canada et les Caraïbes ont bien changé depuis l'époque où, au 18<sup>e</sup> siècle, les négociants échangeaient du bois d'oeuvre et du poisson salé canadiens contre du sucre et du rhum des Caraïbes. En 1999, le commerce bilatéral de marchandises a atteint 1,1 milliard \$ — un record. Prise globalement, la CARICOM est maintenant le cinquième partenaire commercial du Canada dans l'hémisphère, après les États-Unis, le Mexique, le Brésil et le Venezuela. Avec l'anglais comme langue commune, des pratiques commerciales et des règles juridiques semblables à celles du Canada, et la présence de banques canadiennes bien établies dans la région, la CARICOM est une destination invitante pour les Canadiens et peut se révéler un excellent point de départ pour les nouveaux exportateurs.

En fait, le chiffre de 1 milliard \$ sous-estime les échanges qui se font entre le Canada et la CARICOM, car il exclut le marché considérable et croissant de l'exportation de services du Canada ainsi que l'importante quantité de marchandises canadiennes réexpédiées à partir de Miami. On évalue à plus de 20 milliards \$

Le Canada et les pays de la CARICOM entretiennent une tradition riche en consultations franches et ouvertes grâce aux Conférences au sommet qui ont lieu régulièrement entre le Canada et la CARICOM. La prochaine **conférence**, qui réunira **le premier ministre Chrétien et les dirigeants de la CARICOM**, doit avoir lieu le **29 septembre 2000** en Jamaïque.

Préparé par la Direction des Antilles et de l'Amérique centrale (LCR)



## Expo Canada 2000 en République dominicaine — De nouveaux horizons d'affaires

**Saint-Domingue — du 8 au 11 novembre 2000** — La Chambre de commerce canado-dominicaine organise **Expo Canada 2000** afin de développer des relations d'affaires entre Canadiens et Dominicains et de présenter l'expertise canadienne. La Section commerciale de l'ambassade participe activement à son organisation. Des décideurs et acheteurs clés y seront invités.

L'économie de la République dominicaine connaît une croissance rapide, et les débouchés abondent dans nombre des secteurs.

**Pour obtenir plus de renseignements** et vous inscrire à **Expo Canada 2000**, communiquer avec M. Porfirio Valdez, Peña Valdez & Asociados, tél. : (1-809) 567-1565, fax : (1-809) 549-5883, courriel : [pvaldez@codetel.net.do](mailto:pvaldez@codetel.net.do)

## Une entreprise canadienne remporte un contrat en Jamaïque

La **Compagnie canadienne des billets de banque limitée** d'Ottawa a remporté un contrat d'une valeur de 3 millions \$ dans le cadre duquel elle fournira à la Jamaïque son premier passeport lisible à la machine ainsi que des systèmes de contrôle frontalier et d'inspection au point d'entrée. Le gouvernement de la Jamaïque considère qu'il s'agit là d'une étape clé de la lutte contre les passeports frauduleux, qui s'inscrit dans la tendance internationale vers l'adoption de normes universelles.

Ce contrat constitue une importante percée pour la Compagnie, car la Jamaïque s'approvisionnait auparavant auprès d'un fournisseur unique de Grande-Bretagne. En lice avec des entreprises américaines, britanniques et allemandes, l'entreprise canadienne a été sélectionnée pour son prix concurrentiel ainsi que sa compétence et son efficacité remarquables.

Le ministre jamaïcain de la Sécurité nationale et de la Justice, l'honorable K. D. Knight, et le vice-président directeur de la Compagnie canadienne des billets de banque, M. Michael Southwell, ont conclu le contrat le 4 août dernier. Le haut-commissaire du Canada, M. John Robinson, a alors fait l'éloge de la technologie et de l'expertise canadiennes et cité cette transaction comme un autre exemple de l'excellente relation qui existe entre le Canada et la Jamaïque. Les premiers passeports produits grâce à cette nouvelle technologie devraient être délivrés en janvier 2001.

Vous souhaitez en savoir plus sur les marchés des Caraïbes? Visitez le site Web destiné aux exportateurs du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) à : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca), section « Amérique latine et Caraïbes ».

Les exportateurs peuvent plus facilement avoir accès aux services de financement offerts par la **Société pour l'expansion des exportations (SEE)** et la **Banque Scotia**. De fait, ces deux organisations ont conclu une entente qui permet aux acheteurs en Jamaïque et à Trinité-et-Tobago d'obtenir du financement. En plus du prêt, la banque fournira à l'exportateur un **accréditif irrévocable**. Personne-ressource : **David Goldfield**, gestionnaire régional, Région andine et Caraïbes, SEE, Ottawa, tél. : (613) 598-2951, fax : (613) 598-2503, courriel : [dgoldfield@edc-see.ca](mailto:dgoldfield@edc-see.ca), site Web : [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca)

Le **Programme de coopération industrielle (PCI)** de l'Agence canadienne de développement international peut fournir des fonds à des entreprises canadiennes afin de les aider à obtenir des contrats liés à des projets ayant un volet « formation ». Le PCI soutient également les efforts que déploient des sociétés d'ici en vue de créer des coentreprises ou des partenariats avec des entreprises de pays en développement. Pour en savoir plus sur le PCI, visitez le site Web [www.acdi-cida.gc.ca/pci](http://www.acdi-cida.gc.ca/pci) ou communiquez avec la Direction de la coopération industrielle, Agence canadienne de développement international, tél. : (819) 953-5444, fax : (819) 953-5024, courriel : [info@acdi-cida.gc.ca](mailto:info@acdi-cida.gc.ca)

La **Banque interaméricaine de développement** finance de nombreux projets de développement dans la région. Des renseignements sur les occasions d'affaires offertes se trouvent dans son site Web à : [www.iadb.org](http://www.iadb.org)

## Banque de développement des Caraïbes

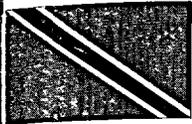
La Banque de développement des Caraïbes (BDC) stimule le développement socio-économique de ses États membres emprunteurs, ainsi qu'à promouvoir la coopération et l'intégration économiques régionales. La BDC a son siège à la Barbade et ses 17 États membres font tous partie des Caraïbes anglophones. Ses membres actionnaires sont le Canada, le Royaume-Uni, l'Italie, l'Allemagne, le Venezuela, la Colombie, le Mexique, la République populaire de Chine et la France. Ces dernières années, les projets de la BDC ont été axés sur le développement des ressources humaines, l'environnement et la lutte contre la pauvreté.

De nombreux contrats de la BDC ont été adjugés à des sociétés canadiennes au cours des dernières années dans des domaines allant des services conseils en génie à la fourniture de mobilier scolaire. En soumissionnant pour des contrats de la BDC, les PME canadiennes peuvent gagner une précieuse expérience qui pourra s'appliquer aux projets d'autres banques de développement internationales. Les États-Unis n'étant pas membres de la Banque, les sociétés américaines ne peuvent soumissionner pour des projets de la BDC.

Le **Fonds canadien de coopération technique** de la Banque a également pour but de procurer des contrats à des entreprises canadiennes.

**Pour plus de détails** sur la BDC, visitez son site Web à [www.cdb.org](http://www.cdb.org)

**Pour plus de renseignements** sur les projets de la BDC et le Fonds canadien de coopération technique, communiquer avec **M<sup>me</sup> Charlotte Hutson**, conseillère technique en approvisionnement auprès du directeur canadien de la BDC, haut-commissariat du Canada, Barbade, tél. : (1-246) 429-3550, fax : (1-246) 437-8474, courriel : [bdgtn-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bdgtn-td@dfait-maeci.gc.ca)



## Trinité-et-Tobago

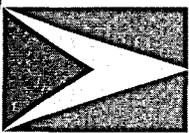
Trinité-et-Tobago est l'économie la plus industrialisée des Caraïbes anglophones. Ces dernières années, le pays a connu une croissance économique soutenue et a su attirer nombre d'investissements étrangers. En 1999, l'économie de Trinité-et-Tobago a enregistré une croissance de 5,5 %, encore mieux que les 4,1 % de 1998; elle mise sur l'industrie légère, l'agriculture, le tourisme et les services. L'industrie pétrochimique y est néanmoins prédominante, représentant 55 % des exportations et 30 % des revenus de l'État. Cette année, Trinité-et-Tobago pourrait devenir le plus grand exportateur mondial de méthanol et d'ammoniaque.

Les exportations du Canada à destination de Trinité-et-Tobago ont progressé à un rythme annuel de 25 %, passant de 102 millions \$

en 1997 à 162 millions \$ en 1999. Trinité-et-Tobago est maintenant le deuxième marché du Canada aux Caraïbes, après Cuba. Avec des investissements d'environ 1,5 milliard \$, le Canada vient au deuxième rang des investisseurs à Trinité-et-Tobago, après les États-Unis. **Potash Corporation of Saskatchewan** y possède trois usines d'ammoniaque et s'apprête à en mettre une quatrième sur pied. **Methanex**, de Vancouver, a investi dans la production de méthanol, et d'autres entreprises canadiennes envisagent des investissements dans le secteur énergétique. La **Banque Scotia** est solidement implantée dans le pays, et des sociétés canadiennes ont créé des coentreprises avec des partenaires locaux dans les domaines de l'exploration

pétrolière et gazière, de la câblodistribution et des centres d'appels.

Les entreprises canadiennes ont trouvé à Trinité-et-Tobago un marché en plein essor pour les technologies de l'information et des communications (TIC). La demande demeure tout de même importante pour des exportations canadiennes plus traditionnelles, comme les produits alimentaires et les biens de consommation. Les perspectives de croissance sont également bonnes dans les secteurs des produits et services agroalimentaires, du matériel d'exploitation du pétrole et du gaz, de l'éducation et de la santé, des produits et services environnementaux liés à la distribution d'eau et aux égouts, des produits forestiers, et du tourisme.



## Guyana

Le Guyana peut compter sur l'une des économies les plus ouvertes de la CARICOM, et son gouvernement est résolu à poursuivre la libéralisation et la réforme économiques entreprises. Après une forte croissance de 6,2 % en 1997, l'économie du Guyana s'est repliée à 1,5 % en 1998. Elle a néanmoins repris en 1999 avec un taux de croissance de 3 %. La croissance de ce pays dépend des niveaux d'aide et d'investissement, ainsi que des prix mondiaux des exportations du pays, particulièrement l'or. Parmi les autres exportations importantes figurent la bauxite, le riz, le sucre et les produits forestiers.

La base de ressources minières, forestières et halieutiques du Guyana n'est pas très différente de celle du Canada et offre une assise solide pour l'investissement direct, les coentreprises et les transferts technologiques. Comme le Canada, le Guyana est peu peuplé par rapport à l'étendue de son territoire et est appelé à fournir des services sur de grandes distances; le fait que le Canada soit le principal investisseur étranger au Guyana n'a donc rien d'étonnant. La mine Omai d'une valeur de 500 millions \$ — un investissement d'envergure de **Cambior**, de Montréal — est

la plus grande mine d'or en Amérique du Sud. Parmi les autres secteurs prometteurs, notons ceux du pétrole et du gaz, des matériaux de construction, des TIC, de l'agriculture et de l'aquaculture (y compris l'équipement pour la transformation du poisson), des produits forestiers, de l'outillage de fabrication de meubles, de l'équipement de transformation des aliments, des produits et services environnementaux, et de l'électricité. Au nombre des principales exportations du Canada au Guyana (de 14,7 millions \$ en 1999) figuraient de l'équipement de télécommunications et des produits agroalimentaires. Ses importations (de 192,2 millions \$) étaient pour leur part surtout constituées d'or (expédié au Canada pour affinage par la **Monnaie royale canadienne**) et comprenaient aussi du minerai d'aluminium, du rhum et des vêtements.

D'importants travaux d'infrastructure touchant les routes, les ponts, la distribution d'eau, les égouts, la gestion des zones côtières ainsi que la production et la distribution d'électricité sont prévus.

### Personnes-ressources

#### Trinité-et-Tobago

**M. Tom Bearss, conseiller (Affaires commerciales), haut-commissariat du Canada, Port of Spain, Trinité-et-Tobago**  
 tél.: (1-868) 622-6232  
 fax: (1-868) 628-2576  
 courriel: [pspan-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:pspan-td@dfait-maeci.gc.ca)  
 site Web: [www.dfait-maeci.gc.ca/trinidadtobago/](http://www.dfait-maeci.gc.ca/trinidadtobago/)  
 Territoire: **Trinité-et-Tobago, Guyana, Suriname**

#### Guyana

**M<sup>me</sup> Lyris Primo, agente de commerce, haut-commissariat du Canada, Georgetown, Guyana**  
 tél.: (011-592-2) 72081/72085  
 fax: (011-592-2) 58380  
 courriel: [grgtn-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:grgtn-td@dfait-maeci.gc.ca)

Le potentiel d'investissement est excellent, car le gouvernement continue de privatiser des sociétés d'État. L'électricité et les télécommunications viennent d'être privatisées, et ce sera bientôt le tour d'autres institutions publiques. Les entreprises canadiennes devraient également prêter attention aux projets menés par des banques de développement au Guyana.

## Personne-ressource Suriname

**M. Tom Bearss, Trinité-et-Tobago**  
(voir page 3), ou  
**M. Anton Smit, consul honoraire,**  
**consulat du Canada, C. P. 1449,**  
**Paramaribo, Suriname**  
tél. : (011-597) 424-527  
fax : (011-597) 425-962  
courriel : [cantim@sr.net](mailto:cantim@sr.net)



## Suriname

Les relations bilatérales entre le Canada et le Suriname se sont récemment intensifiées, et l'intérêt des entreprises canadiennes pour ce pays s'accroît. En 1999, le commerce bilatéral a atteint 88 millions \$ et a été dominé par les exportations du Suriname au Canada, constituées d'or (pour affinage par la **Monnaie royale canadienne**), de fruits de mer, de thé et de café. Les exportations du Canada se

sont quant à elles chiffrées à 5,4 millions \$ et comprenaient des produits de viande, des appareils téléphoniques, des produits pharmaceutiques et d'autres biens de consommation. Les secteurs prometteurs y sont variés, notamment ceux des mines, du pétrole, des produits forestiers, de la pêche, des services bancaires et financiers, des TIC et du tourisme.



## Jamaïque

La Jamaïque est l'une des économies les plus importantes et les plus diversifiées de la CARICOM. Ses principaux secteurs sont ceux de la bauxite/alumine, de l'agriculture et de l'industrie légère destinée à l'exportation. Bien que la croissance économique y ait été inégale, le tourisme, principale source de devises étrangères, se porte encore bien, avec des arrivées en hausse de 6 % en 1999. Au cours de cette même année, l'investissement étranger direct a connu une augmentation de 75 % par rapport à 1998, atteignant quelque 350 millions \$US. Malgré le fait que l'économie de la Jamaïque se soit contractée de 0,4 % en 1999, on note une forte croissance dans les domaines du bâtiment et de la construction ainsi que dans le secteur de l'automobile, avec des importations de 130 000 véhicules au cours des trois dernières années.

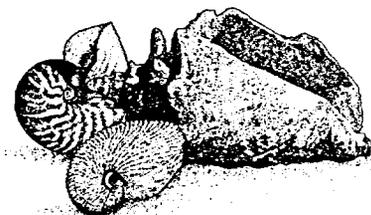
Le commerce bilatéral entre le Canada et la Jamaïque a dépassé les 297 millions \$ en 1999, principalement sous l'effet des exportations d'alumine de la Jamaïque. En tête de liste des exportations canadiennes, évaluées à 97 millions \$ en 1999, figurent les équipements de télécommunications, le papier journal, le poisson et les aliments transformés. Le Canada a une solide présence commerciale en Jamaïque : l'investissement canadien y est évalué à 800 millions \$. **Alcan**, la **Banque Scotia** et la **Banque CIBC** mènent toutes d'importantes activités en Jamaïque.

Des débouchés prometteurs s'offrent aux exportateurs canadiens dans les secteurs des TIC, de l'agriculture et des produits

alimentaires, des transports, des services publics (en particulier celui de la production et de la transmission d'électricité), des produits et services environnementaux, du logement et de la construction, des produits et services d'éducation, et des produits médicaux (notamment des produits pharmaceutiques et de l'équipement médical). **New Era Homes (Jamaica) Inc.**, de Toronto, et **Magil Construction International**, de Montréal, construisent à l'heure actuelle des habitations à loyer modique en Jamaïque, de concert avec des partenaires locaux. Au nombre des autres entreprises canadiennes présentes dans ce pays se trouvent **Royale Homes Limited**, **Suncurrent Industries Inc.**, de Calgary, **ACE/Clear Defense International**, d'Ottawa, et la **Compagnie canadienne des billets de banque limitée**, d'Ottawa.

En outre, le Canada et la Jamaïque ont récemment signé un protocole d'entente sur la coopération en matière de transports. Des entreprises canadiennes ont remporté plusieurs contrats dans ce secteur et participent au projet de rénovation des principaux aéroports du pays.

Le **Conseil commercial Canada-Jamaïque** a été reconstitué en octobre 1999. Bien qu'il n'ait pas encore la forme d'un véritable conseil et en soit encore à la recherche d'intéressés, il joue un important rôle en réunissant des Jamaïcains qui veulent faire des affaires avec le Canada. La **Section commerciale du haut-commissariat du Canada à Kingston** lui sert actuellement



de secrétariat et organise des déjeuners et des séminaires en son nom. Le moment venu, la situation économique de la Jamaïque permettra au Conseil de rapatrier la fonction de secrétariat et de prendre une forme plus traditionnelle.

Deux grandes activités ont été organisées jusqu'à présent sous les auspices du Conseil. Elles ont attiré chacune une centaine de participants, et des ministres y ont fait des exposés. Au nombre des activités à venir, mentionnons « E-Can@da », qui présentera le secteur de la haute technologie à Kingston cet automne, ainsi qu'un déjeuner prévu en 2001.

## Personne-ressource Jamaïque

**M. Kapil Madan, premier secrétaire**  
(Affaires commerciales), **Section commerciale du haut-commissariat du Canada, Jamaïque**  
tél. : (1-876) 926-1500  
fax : (1-876) 511-3491  
courriel : [kngtn-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:kngtn-td@dfait-maeci.gc.ca)  
Territoire : **Jamaïque, Bahamas, Belize**  
(aussi îles Caïmans et îles Turks et Caïcos)

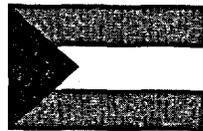


## Belize

Avec seulement 237 000 habitants, le Belize possède l'une des plus petites économies de la région. Situé sur la côte des Caraïbes de l'Amérique centrale, ce pays évolue dans les deux sphères. Membre à part entière de la CARICOM, le Belize participe aux institutions d'Amérique centrale et s'associe de façon formelle au processus d'intégration économique centraméricain.

Le Belize a connu une croissance économique de 6,2 % en 1999. Les exportations canadiennes à destination de ce pays se sont élevées l'an dernier à 3,3 millions \$ et comprenaient des produits laitiers, de la fibre optique, du malt, des appareils électriques et des médicaments. Au nombre des importations canadiennes, évaluées à 14 millions \$, figuraient du sucre, des fruits de mer, des fruits frais, de la pâte à papier chimique et des chaussures. La **Banque Scotia** a pignon sur rue au Belize.

Pour les exportateurs canadiens, les domaines de l'agriculture, de l'environnement et de l'énergie/électricité offrent les meilleures perspectives. Le Belize, qui recèle de ruines mayas et de forêts tropicales vierges, sait mettre en valeur son remarquable potentiel touristique — un secteur qui offre des occasions d'affaires manifestes. Le gouvernement encourage également l'occupation des zones de libre-échange et des parcs industriels du Belize par le biais de mesures qui encouragent le développement industriel et l'investissement. Ces zones et parcs offrent un accès à des débouchés en Amérique centrale. Il vaut la peine, en outre, de surveiller les projets des banques de développement; des firmes canadiennes y ont décroché des contrats pour des services d'experts-conseils ou la fourniture d'équipements, notamment dans les secteurs de la distribution d'eau et des égouts, de l'énergie et des télécommunications.



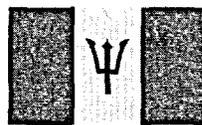
## Bahamas

Avec un revenu par habitant de plus de 14 000 \$US, les Bahamas sont l'un des pays les plus riches des Caraïbes. Le tourisme y représente près de 70 % du PIB, les services financiers, 11 % et l'agriculture et la pêche, 10 %. L'économie y a progressé de 3 % en 1998, et de vastes investissements dans le secteur du tourisme ont accru l'emploi, notamment grâce à un boom de la construction.

Les Bahamas représentent un marché prospère et de haut niveau pour les biens et services canadiens. En 1999, le commerce bilatéral de marchandises y a atteint 52,3 millions \$, dont 26,3 millions \$ d'exportations du Canada. La machinerie et les appareils ménagers venaient aux premiers rangs des exportations canadiennes, qui comprenaient aussi de l'équipement téléphonique, des meubles et

de l'équipement de bureau, ainsi que des produits laitiers et de la farine de blé. Les secteurs prometteurs incluent les produits médicaux — en particulier les médicaments — les produits alimentaires, l'équipement et les services de transport, et les biens et services liés à l'industrie du tourisme. Le Canada et les Bahamas ont récemment conclu un protocole d'entente visant à promouvoir la coopération dans le domaine des transports, ce qui devrait créer de nouveaux débouchés dans ce secteur.

Le Canada est solidement implanté aux Bahamas grâce, notamment, à la présence de grandes banques canadiennes, de la société d'assurance-vie **L'Impériale**, de **Cable Bahamas**, d'**Atlantic Power and Equipment** et de la **Corporation Hôtelière Canadien Pacifique**.



## Barbade

La Barbade a une économie stable et florissante. Bien que le tourisme y soit le secteur dominant, le sucre est aussi une importante source de devises étrangères. Le Canada et la Barbade ont noué de solides liens en matière de commerce, d'investissement et de tourisme. C'est néanmoins le secteur financier extraterritorial, dirigé par des banques et des sociétés d'assurance canadiennes, qui a donné l'impulsion au récent boom économique qu'a connu la Barbade.

Les exportations canadiennes à la Barbade ont atteint 41 millions \$ en 1999 — une hausse de 13 % — entraînées par les secteurs de l'informatique et de l'équipement de télécommunications. Au nombre des autres produits qu'y exporte le Canada, mentionnons des logiciels, des meubles, des produits alimentaires et des produits du papier. Les sociétés canadiennes de génie et de construction continuent de décrocher des contrats dans le secteur de la construction de la Barbade. Ce dernier est en plein essor sous l'effet de projets menés par le secteur public et des investissements privés dans les

installations touristiques, les immeubles commerciaux et les logements haut de gamme. L'investissement direct du Canada à la Barbade est évalué à 14,3 milliards \$, principalement dans les domaines du commerce international et de la réassurance.

L'**Association des gens d'affaires Canada-Barbade** a amorcé ses activités en janvier 1991 sous la présidence d'honneur du haut-commissaire du Canada. Vouée à la promotion du commerce et des relations commerciales bilatérales entre la Barbade et le Canada, elle organise des activités sur l'exportation et l'importation avec des personnes ressources de la Barbade et du Canada — dont les séminaires « Faire affaire avec... » —, des déjeuners en compagnie de conférenciers, ainsi que des manifestations spéciales de concert avec la Direction commerciale du haut-commissariat du Canada. L'Association compte 101 membres.

L'Association tiendra prochainement au Canada « **Barbados Works 2000** », une activité de promotion où l'on pourra se renseigner et nouer des contacts.

**BARBADE** — suite de la page 5

Cet événement aura lieu à Ottawa (16 octobre), Montréal (18 octobre) et Toronto (20 octobre); au moins 30 professionnels de la Barbade y sont attendus. Le ministre des Affaires internationales de la Barbade, M. Reginald Farley, sera le conférencier invité. Il n'y a pas de frais de participation pour les Canadiens.

**Pour de plus amples renseignements,** communiquer avec M. Philip Nicholls, président, tél.: **(246) 426-3298**.

**Personne-ressource  
Barbade**

**Conseiller (Affaires commerciales)  
Section commerciale du haut-commissariat  
du Canada, Barbade**  
tél.: **(1-246) 429-3550**  
fax: **(1-246) 437-8474**  
courriel: **bdgtn-td@dfait-maeci.gc.ca**  
site Web: **www.dfait-maeci.gc.ca/bridgetown**  
Territoire: Barbade, pays de membres de  
l'OECO, liaison avec la Banque de  
développement des Caraïbes (aussi  
Anguilla, Îles Vierges britanniques, Guade-  
loupe, Martinique et Saint-Martin).

**Caraïbes orientales**

Antigua-et-Barbuda, la Dominique, la Grenade, Montserrat, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie et Saint-Vincent-et-les-Grenadines sont tous des micro-économies et comptent une population moyenne de 81 000 habitants. Même si leurs taux de croissance ont varié, ce sont des territoires très largement ouverts au commerce. Leur économie a surtout reposé jusqu'ici sur les exportations agricoles et l'industrie légère.

Le secteur du tourisme, le traitement de données et les services axés sur l'information y sont toutefois en croissance. Cette tendance devrait se maintenir, compte tenu de la proximité du marché américain et du niveau de scolarisation relativement élevé de la main-d'oeuvre. Tous sont membres de la Banque centrale des Caraïbes orientales, qui gère leur monnaie commune, le dollar des Caraïbes orientales.

En 1999, les exportations du Canada vers les Caraïbes orientales ont atteint 49,7 millions \$ — en hausse de 31 % par rapport à 1998 — et comprenaient

des viandes, des produits laitiers, des meubles, du bois d'oeuvre, des produits du papier, de l'équipement téléphonique et des bâtiments préfabriqués. Les secteurs prometteurs comprennent ceux des télécommunications, du matériel informatique et du logiciel, des services électroniques comme les centres d'appels et le traitement de données, du tourisme, de l'infrastructure et des transports, et du logement.

Les territoires outre-mer du Royaume-Uni, de la France et des Pays-Bas dans les Caraïbes offrent également des débouchés intéressants. Les exportations canadiennes y ont dépassé les 70 millions \$ en 1999, principalement vers les Îles Vierges britanniques et les Antilles néerlandaises.



**Haiti**

Même s'il demeure le pays le plus pauvre de la région, Haïti a enregistré une croissance économique annuelle moyenne de 2 % ces dernières années. En 1999, les exportations canadiennes vers Haïti ont atteint 46,2 millions \$ et étaient surtout composées de produits du papier, de poissons, d'outils, de pièces automobiles, de légumes et de machinerie.

La Banque interaméricaine de développement et la Banque mondiale gèrent la plupart des projets d'aide à Haïti; les entreprises canadiennes intéressées devraient maintenir une relation active avec ces organisations. Les entreprises peuvent aussi obtenir des contrats de développement de l'Agence canadienne de développement international et profiter de son Programme de coopération industrielle.

Les donateurs d'aide internationaux se concentrent sur les quatre domaines prioritaires suivants, qui donnent lieu à des projets susceptibles d'intéresser les fournisseurs canadiens :

- Participation du secteur privé dans des sociétés d'État ou achat de ces sociétés dans le but d'injecter des capitaux, d'apporter une expertise de gestion et d'accroître la productivité. Des coentreprises, des concessions et des contrats de gestion sont également examinés.
- Programme de stabilisation et de réforme économiques du gouvernement axé sur les finances publiques, la réforme de la fonction publique, la libéralisation du commerce et la modernisation du cadre de réglementation.

**Personne-ressource  
Haïti**

**M<sup>me</sup> Nathalie Gissel, agente commerciale,  
ambassade du Canada, Port-au-Prince, Haïti**  
tél.: **(011-509) 23 23 58**  
fax: **(011-509) 23 87 20**  
courriel: **prnce@dfait-maeci.gc.ca**  
site Web: **www.infoexport.gc.ca**  
**choisissez « Haïti » dans la section  
« Amérique latine et Caraïbes »**  
Territoire: Haïti

- Améliorations majeures des infrastructures, dont le projet Énergie V visant la production et la distribution d'électricité, le projet d'approvisionnement en eau et le projet de réfection et d'entretien des routes.
- Projets visant à préserver les écosystèmes et les bassins hydrographiques clés et à accroître l'emploi dans les communautés rurales.

# Les marchés des Caraïbes espagnoles

Cuba et la République dominicaine sont deux des plus grands marchés d'exportation du Canada dans la région. Ces voisins de langue espagnole présentent toutefois de grandes différences. La République dominicaine est résolument capitaliste, largement ouverte au commerce et à l'investissement, et vit actuellement un boom économique. Pour sa part, l'économie centralisée de Cuba se distingue des autres économies occidentales et n'est pas un marché facile pour les exportateurs canadiens.



## République dominicaine

Avec une population de 8,5 millions d'habitants, la République dominicaine est le plus grand État démocratique et la deuxième économie en importance de la région des Caraïbes, après Cuba. Depuis 1995, son PIB a progressé de 36 %, et on s'attend à ce que la croissance atteigne 8,4 % cette année.

L'inflation y est fermement contenue, à 5,1 %. L'économie diversifiée du pays est fondée sur l'industrie manufacturière, la construction, l'agro-industrie, le commerce, le tourisme, les transports et les télécommunications. Avec des importations qui ont atteint 96 milliards \$US en 1999, la République dominicaine offre des marchés et des zones de fabrication en franchise qui sont parmi les plus vastes des Caraïbes et qui connaissent la croissance la plus forte de la région.

Le secteur des agro-entreprises devrait connaître un essor rapide dans les prochaines années grâce à l'adoption, par le pays, de mesures visant à stimuler et à diversifier la production agricole et la transformation des aliments. De même, le secteur manufacturier continuera de croître sous l'effet d'un boom économique qui stimule la demande intérieure. Le secteur des TIC, où les entreprises canadiennes font bonne figure,

devrait continuer d'afficher une croissance de plus de 10 %. Le secteur touristique progresse également rapidement, notamment grâce aux 170 000 Canadiens qui visitent la République dominicaine chaque année et forment ainsi la troisième clientèle en importance du secteur. L'investissement canadien dans les hôtels est déjà évalué à 250 millions \$. Enfin, l'industrie de la construction profitera de la croissance des secteurs du tourisme et du logement.

Les projets de privatisation menés par le gouvernement visent les principaux aéroports de la République dominicaine (incluant une importante participation canadienne). L'investissement dans le secteur de l'électricité récemment privatisé devrait en outre atteindre les 2 milliards \$US.

Le Canada vient au troisième rang au chapitre de l'investissement étranger direct, avec quelque 750 millions \$ investis. Notons l'investissement fait dans Codetel — la plus grande entreprise de télécommunications — et les investissements de **Falconbridge** — la plus importante entreprise minière — et de la **Banque Scotia** — la première banque étrangère au pays. Des entreprises canadiennes sont également présentes dans

les secteurs des aliments et des boissons, des produits pharmaceutiques et des activités industrielles.

Fondée en 1990, la **Chambre de commerce canado-dominicaine** offre aux entreprises canadiennes une vaste gamme de services, allant des réservations d'hôtel, aux services de traduction, à l'organisation de rendez-vous et rencontres avec d'éventuels clients dominicains, au soutien logistique, aux services de soutien commercial, à l'aide en vue de la

participation à des foires, missions et séminaires commerciaux, ainsi qu'à des bureaux temporaires ou espaces d'exposition. La Chambre de commerce regroupe 147 membres.

À noter : **Expo Canada 2000**, qui se tiendra du **8 au 11 novembre** à Saint-Domingue. La Chambre de commerce s'associera aussi à la Semaine culturelle de la République dominicaine au Canada. N'hésitez pas à vous renseigner au sujet des activités à venir.

Pour de plus amples renseignements sur la Chambre, communiquer avec **M. Enrique De Marchena Kaluche**, président, ou avec **M<sup>me</sup> Gladys Valdez**, directrice administrative, tél. : (1-809) 687-6696, fax : (1-809) 686-3246, courriel : [cd.canadiense@codetel.net.do](mailto:cd.canadiense@codetel.net.do)

## Miami

Miami représente une importante plaque tournante nord-américaine pour les marchés des Caraïbes. La majorité du fret aérien destiné aux Caraïbes transite par l'Aéroport international de Miami; les ports de Miami, Fort Lauderdale, Palm Beach et Tampa servent eux aussi ces marchés. Les échanges commerciaux du Canada avec les Caraïbes s'effectuent donc dans une large mesure via Miami. Le consulat du Canada à Miami est à l'affût des occasions d'affaires pour les entreprises canadiennes aussi bien en Floride que partout dans les Caraïbes.

### Personne-ressource

**M. Normand Villeneuve**, consul et délégué commercial, consulat du Canada, Miami, É.-U. tél. : (305) 579-1600 fax : (305) 374-6774 courriel : [normand.villeneuve@dfait-maeci.gc.ca](mailto:normand.villeneuve@dfait-maeci.gc.ca)

### Personne-ressource

#### République dominicaine

**M<sup>me</sup> Cristina Amiama**, agente commerciale, ambassade du Canada, Saint-Domingue, République dominicaine

tél. : (1-809) 685-1136

fax : (1-809) 682-2691

courriel : [sdmgo@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sdmgo@dfait-maeci.gc.ca)

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

choisissez « République dominicaine » dans la section « Amérique latine et Caraïbes »

Territoire : République dominicaine



## Cuba

Cuba est le plus grand marché du Canada dans les Caraïbes et le Canada, le plus important investisseur étranger à Cuba. Les exportations canadiennes vers Cuba ont été de 398 millions \$ en 1999 et étaient composées de produits alimentaires (p. ex. poulet en vrac, porc, maïs, pommes de terre et produits laitiers), de structures métalliques et de produits de quincaillerie, de machinerie et de pièces industrielles, de véhicules et de pièces automobiles, d'équipement électrique et d'engrais. Des entreprises canadiennes sont présentes à Cuba dans les secteurs du tourisme, des mines et de l'agriculture. Plus de 200 000 touristes canadiens ont en outre visité l'île l'an dernier.

Malgré les succès canadiens à Cuba, l'interaction commerciale avec une économie centralisée peut être difficile, notamment pour un exportateur sans expérience. Les entreprises qui souhaiteraient faire des affaires à Cuba devraient consulter la publication « Cuba : Guide pour les entreprises canadiennes » qui figure dans le site InfoExport, à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca), sous « Ambassade du Canada à Cuba : Aperçu du potentiel du marché ». Des exemplaires imprimés peuvent être obtenus sur demande.

### Personnes-ressources

#### Cuba

**M. Guy Salesse, conseiller**  
(Affaires commerciales/économiques)  
et consul, ambassade du Canada,  
La Havane, Cuba  
tél.: (011-537) 24-2516/24-2517/  
24-2527  
fax : (011-537) 24-2044  
courriel : [havan-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:havan-td@dfait-maeci.gc.ca)  
site Web : [www.infoexport.gc.ca/cu](http://www.infoexport.gc.ca/cu)

**M. Brian Hood, délégué commercial**  
(Cuba, République dominicaine, Haïti,  
Amérique centrale), Ministère des  
Affaires étrangères et du Commerce  
international, Ottawa  
tél.: (613) 996-6129  
fax : (613) 944-0760  
courriel : [brian.hood@dfait-maeci.gc.ca](mailto:brian.hood@dfait-maeci.gc.ca)

### CARICOM — suite de la page 1



Le secteur des télécommunications offre d'importants débouchés aux entreprises canadiennes, à l'heure où des mesures sont prises pour mettre fin au monopole détenu par le géant britannique Cable and Wireless.

Les missions diplomatiques du Canada à Trinité-et-Tobago, au Guyana, en Jamaïque, à la Barbade et à Haïti comptent sur un personnel commercial qui peut aider les entreprises canadiennes à percer sur les marchés de la CARICOM. Au Canada, communiquer avec **M<sup>me</sup> Susan Howell**, déléguée commerciale (CARICOM), ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél. : (613) 943-8807, fax : (613) 944-0760, courriel : [susan.howell@dfait-maeci.gc.ca](mailto:susan.howell@dfait-maeci.gc.ca)

## Activités de promotion commerciale

### 2000

29 et 30 août

Foire « Solo Canadian Food & Beverage », Miami

5 et 6 octobre

Présentation des technologies, produits et services canadiens, Port of Spain, Trinité-et-Tobago

30 octobre au 4 novembre

Pavillon national du Canada à FIHAV — Foire commerciale internationale de La Havane, Cuba (Note : L'espace est en demande; prière de réserver tôt.)

Dates à confirmer

E-Can@da 2000 : Technologies canadiennes de l'information et des télécommunications, Jamaïque

3, 4 et 7 novembre

Foire internationale consacrée à l'éducation, Sainte-Lucie (3 et 4 novembre), Barbade (7 novembre)

6, 7, 9 et 10 novembre

Présentation de produits de construction canadiens, Barbade (6 et 7 novembre), Antigua-et-Barbuda (9 et 10 novembre)

8 au 11 novembre

« Expo Canada 2000 », République dominicaine

### 2001

1<sup>er</sup>, 2, 5 et 6 février

IV<sup>e</sup> Présentation du secteur canadien des aliments et boissons, Saint-Martin (1<sup>er</sup> et 2 février), Trinité-et-Tobago (5 et 6 février)

30 avril au 2 mai

Conférence et salon professionnel de la Marine Hotel Association (MHA) — industrie des croisières : mer des Caraïbes, Naples, Floride

Dates à confirmer

Foire alimentaire « Taste of Canada », Jamaïque

Dates à confirmer

Présentation de services d'experts-conseils canadiens, Jamaïque

Coup d'œil sur le marché

# La biotech en Espagne

**E**n 1986, un développement plus dynamique et mieux coordonné des sciences et de la technologie en général (plus particulièrement de la biotechnologie) a été instauré en Espagne, pays qui, historiquement, œuvrait surtout dans les sciences biologiques.

Le Programme national de biotechnologie de l'Espagne (2000-2003), sous les auspices du tout nouveau ministère de la Science et de la Technologie, met l'accent sur les secteurs d'activité suivants : les projets relatifs au génome et à la génomique des protéines, les industries agroalimentaires, les soins de santé — humaine et animale — les processus de génie biotechnologique et l'environnement.

Quelque 250 entreprises exercent des activités dans le secteur de la biotechnologie en Espagne, dont le chiffre d'affaires a atteint 3,8 milliards de dollars l'an dernier, et 40 % des nouvelles entreprises

travaillent dans l'agroalimentaire. Leurs activités sont principalement axées sur les diagnostics, les produits chimiques de laboratoire, les antibiotiques et l'amélioration des plantes.

La majorité des entreprises du secteur sont situées dans les régions en périphérie de Madrid et de Barcelone; on y trouve d'ailleurs la plus grande concentration d'universités en Espagne ainsi que le nouveau Centre national de biotechnologie. Les centres de recherche publics, les instituts et les universités sont très actifs dans la recherche-développement (R-D) en biotechnologie et y jouent d'ailleurs un rôle important.

## Débouchés

(Pour une liste détaillée, voir l'article sur la version internet de *CanadExport*.)

- ▣ Forêt et produits de la forêt, amélioration génétique, biorestauration des sols, cultures génétiquement modifiées.

- ▣ Traitement des eaux usées, déchets toxiques, biorestauration, plastiques biodégradables, biopolymères et biopesticides.
- ▣ Transfert de technologies alimentaires, processus de transformation biotechnologique, conservation et entreposage des aliments.
- ▣ Vaccins pour les animaux, biologie génétique et moléculaire en vue de l'amélioration de la zootechnie.
- ▣ Produits biopharmaceutiques et trousse de diagnostic (distribués ou fabriqués sous licence en Espagne).
- ▣ Formation des professionnels de la R-D et du personnel technique hautement qualifié.
- ▣ Accès à des fonds de recherche européens en matière de R-D (Le Canada et l'Union européenne ont conclu une entente de collaboration en matière de sciences et de R-D).
- ▣ Coentreprises entre le Canada et l'Espagne dans des pays tiers, tout particulièrement en Amérique latine.

Le Centre national de biotechnologie (CNB) de Madrid exerce principalement ses activités de recherche dans les cinq grands secteurs suivants : biologie moléculaire et

Voir page 10 — Espagne

Coup d'œil sur le marché

# Le secteur des instruments médicaux en Italie

Il s'est vendu pour environ 8 milliards de dollars d'instruments médicaux sur le marché italien en 1999, notamment des aides et des accessoires fonctionnels. Ce marché est le troisième en Europe, après ceux de l'Allemagne et de la France, et le cinquième au monde. Les principaux acheteurs sont les hôpitaux publics (70 %); la proportion est de 26 % pour le secteur privé.

Il y a des possibilités d'exportation dans ce domaine, pourvu que les instruments répondent aux normes de l'Union européenne (UE) et soient concurrentiels sur le plan qualité-prix. La demande est forte, plus particulièrement pour les équipements de diagnostic, le matériel cardiovasculaire et orthopédique, les appareils de réadaptation, les équipements pour soins intensifs, les appareils d'oxygénothérapie, les appareils de dialyse ainsi que les aides pour handicapés.

## Tendances

Soixante-dix pour cent des instruments médicaux utilisés en Italie sont importés; il s'agit majoritairement de produits et d'appareils fabriqués par des multinationales. Comme le recours aux agences de ventes directes s'est répandu dans le nord de l'Italie, bon nombre de distributeurs indépendants ont perdu des produits, maintenant vendus directement par les filiales locales des multinationales, et ils sont à l'affût de gammes de produits nouveaux et différents.

## Principaux concurrents

L'industrie locale compte environ 700 fabricants, installés surtout dans le nord de l'Italie, qui se spécialisent dans les appareils de radiographie, les appareils à ultrasons et à imagerie par résonance magnétique, les appareils utilisés en cardiologie et en dialyse, les implants, les équipements

d'anesthésie, les appareils d'oxygénothérapie et les fournitures dentaires. Toutes les grandes multinationales sont présentes en Italie, et la plupart y ont des filiales locales.

## Contraintes et problèmes

La majorité des instruments médicaux vendus sur le territoire de l'Union européenne doivent être conformes à la directive CE 93-42 et obtenir la marque CE. Récemment, une directive analogue, CE 98-79, est entrée en vigueur pour les diagnostics in vitro. Une fois obtenue, la marque CE est valide dans l'ensemble de l'UE. Les fabricants canadiens qui veulent exporter en Italie mais qui n'ont pas encore obtenu la marque CE ailleurs sur le territoire de l'UE doivent présenter une demande auprès d'un organisme notifié de l'un des États de l'UE.

Pour les appels d'offres faits par les hôpitaux, les entreprises soumissionnaires doivent être inscrites et agréées comme fournisseurs ou prestataires de services du

Voir page 11 — Italie

**E**n Finlande, la biotechnologie est un des secteurs les plus prometteurs dans le domaine de la haute technologie. Il compte plus de 90 entreprises, dont le chiffre d'affaires combiné atteint approximativement 450 millions d'ECU.

Les grandes sociétés finlandaises de la biotechnologie font porter leurs efforts sur la production d'enzymes industrielles, sur les applications biotechnologiques

*Coup d'œil sur le marché*

# Finlande : la biotech

dans les secteurs de la transformation alimentaire et de la production pharmaceutique et sur l'établissement de systèmes de test de diagnostic. La plupart des nouvelles entreprises travaillent dans les domaines de la médecine, du diagnostic et des biomatériaux, et certaines d'entre elles offrent des services de recherche clinique, d'analyse du marché et d'autres services liés à l'obtention de brevets.

## Enzymes industrielles

La Finlande produit une grande quantité d'enzymes industrielles, et ses recherches sur les technologies enzymologiques remontent aux années 1950. Cultor Ltd. a axé une grande partie de ses travaux sur les techniques enzymologiques. L'entreprise est le principal actionnaire de Finnfeeds International, le plus important producteur d'enzymes alimentaires au monde.

Genencor International est une coentreprise d'Eastman Chemical Co. et de Cultor, et un chef de file en ce qui a trait aux technologies utilisant des enzymes.

Finnzymes Ltd. est un exemple d'une entreprise à croissance rapide à l'avant-garde de la recherche dans les domaines du génie génétique et de l'ADN/ARN.

## Produits pharmaceutiques

De nouvelles entreprises de R-D ont été créées en Finlande pour étudier les innovations qui pourraient avoir des applications dans le secteur de la biopharmacie commerciale. Première entreprise de

biotechnologie à capital de risque de la Finlande, BioTie Therapies Ltd. a été mise sur pied en novembre 1996.

Ses premiers produits comprennent un médicament éventuel pour les victimes de crises cardiaques ainsi que syndecan, autre molécule bioactive qui est viable au plan commercial et qui pourrait s'avérer utile dans les traitements contre le cancer.

Parmi les nouvelles entreprises de biotechnologie pharmaceutique, on trouve aussi Fibrogen Europe, filiale de U.S. FibroGen Inc. Cette société fabrique du collagène humain à l'aide de technologies de l'ADN recombinant. Hormos Medical Ltd. est une nouvelle entreprise biopharmaceutique qui s'emploie à découvrir et à mettre au point des composés utilisés en hormonothérapie.

## Applications biotechnologiques dans le secteur alimentaire

À l'heure actuelle, les aliments fonctionnels favorables à la santé font l'objet de recherches poussées dans le secteur

alimentaire de la Finlande. Plusieurs entreprises et instituts de recherche s'emploient à allier la technologie alimentaire moderne à la recherche biomédicale. Valio Ltd., principale entreprise laitière finlandaise, effectue depuis de nombreuses années des recherches sur les bactéries lactiques.

Le xylitol, sucre naturel qui contribue à l'hygiène dentaire, est ajouté à certaines gommages à mâcher et pastilles. Cultor Ltd. possède une entreprise à Thompson, aux États-Unis, qui produit du xylitol et d'autres additifs sucrants.

## Biomatériaux et emballage

Le secteur de l'emballage des produits alimentaires entretient des liens étroits avec le secteur alimentaire, et récemment, le plastique biodégradable s'est avéré une option prometteuse pour l'emballage des aliments. Un programme national de technologie à base de biopolymères a été mis en œuvre en 1992, et aujourd'hui, la Finlande est reconnue comme un chef de file mondial dans ce domaine.

Parmi d'autres sociétés novatrices, citons : Abmin Technologies Ltd. (nouveaux biomatériaux pour applications orales, cranio-maxillo-faciales et orthopédiques), Bionx Implants Ltd. (implants bioabsorbables à des fins chirurgicales), Cellomeda Ltd. (appareils d'analyse biochimique et histologique et de mesure de l'activité cellulaire sous-cutanée).

**Pour plus de renseignements,** communiquer avec M. Seppo Vihsaari, agent de promotion commerciale, Helsinki, tél. : (011-358-9) 17 11 41, téléc. : (011-358-9) 60 10 60, courriel : [hsnki-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:hsnki-td@dfait-maeci.gc.ca) internet : <http://www.canada.fi/> ✉

## Espagne — Suite de la page 9

cellulaire; biotechnologie microbienne; génétique moléculaire des plantes; structures macromoléculaires; et immunologie et oncologie.

Le Centre pour le développement de la technologie industrielle (CDTI), une importante organisation qui permet d'élaborer des projets et de trouver des personnes-ressources, et qui a été fondé en vue de favoriser la recherche et l'innovation industrielles, traite principalement avec les petites et les moyennes entreprises.

## Nouveaux facteurs en matière de réglementation

En 1994, l'Espagne a adopté une loi régissant l'utilisation restreinte, la dissémination délibérée et la mise en marché de produits contenant des organismes génétiquement modifiés (OGM) afin de

prévenir les risques qu'ils pourraient comporter pour la santé et l'environnement. Les autorités chargées d'approuver toute activité, y compris la mise en marché, sont le ministère de l'Environnement et le ministère de la Santé.

La Section commerciale de l'ambassade du Canada à Madrid peut aider les entreprises canadiennes à tirer parti des débouchés de ce marché en pleine expansion. **Pour de plus amples renseignements,** communiquer avec M. Isidro García, agent de commerce, tél. : (011-34-91) 423 3227; téléc. : (011-34-91) 423 3252; courriel : [isidro.garcia@dfait-maeci.gc.ca](mailto:isidro.garcia@dfait-maeci.gc.ca)

Autres personnes-ressources, adresses internet utiles : <http://www.cnb.uam.es> ou <http://www.cdti.es> et courriel : [elisa.barahona@sgri.nma.es](mailto:elisa.barahona@sgri.nma.es) ✉

Exposition internationale des vins et spiritueux de l'Asie-Pacifique, qui a eu lieu du 6 au 8 juin dernier à Tokyo, sous les auspices de Vinexpo de Bordeaux, a accueilli environ 1 000 entreprises exposantes, originaires de 30 pays, et a attiré près de 12 000 visiteurs du secteur commercial représentant tous les circuits de distribution de la région de l'Asie-Pacifique, dont un grand nombre de journalistes spécialistes des vins et de la gastronomie.

## Vins canadiens au Japon A la vôtre!

Certains des experts mondiaux les plus connus de l'industrie ont présenté des exposés et ont ainsi diffusé de l'information précieuse sur l'industrie vinicole et ses tendances.

Une aire d'exposition spéciale a mis en évidence les produits des vignobles qui ont remporté des prix dans le cadre de la compétition des vins Vinexpo 1999, notamment les vignobles canadiens Inniskillin Wines et Jackson-Triggs.

Parmi les vignobles représentés au stand du Canada, on retrouvait Mission

Hill Winery, Quail's Gate Estate Winery, Vins André, Château des Charmes, Colio Estate Wines, Inniskillin Wines, Pelee Island Winery, Southbrook Winery, Strewn Estate Winery, Vincor International, Hillebrand Estate Winery, Jackson-Triggs, Sawmill Creek, La Salle Icewine, Peller Estate et Rodrigues Markland Cottage Winery.

Une dégustation de vin de glace canadien, à laquelle ont participé plus

rants et chroniqueurs en vins. Les invités ont pu y goûter des vins rouges, blancs et de fruits, du champagne et des vins de vendange tardive et de glace provenant des 16 vignobles participants. Cet événement a suscité beaucoup de commentaires positifs de la part de certains importateurs et chefs qui ont manifesté un vif intérêt à importer, le plus tôt possible, des vins de table et vins de glace canadiens. Il a également démontré la nécessité de faire mieux connaître les vins canadiens au moyen d'une commercialisation renforcée. Le vin de glace doux canadien, entre autres, semble destiné à connaître le succès sur le marché japonais.

La mission regroupant les 16 vignobles s'est ensuite

rendue à Osaka, Nagoya et Fukuoka où les délégués ont participé à une série de colloques sur les vins, attirant plus de 500 personnes et suscitant un intérêt considérable pour les vins canadiens à l'échelle locale.

Pour tout renseignement sur le marché japonais, communiquer avec M<sup>me</sup> Jo-Anne Roy-Foster, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 992-6185, téléc. : (613) 944-2397, courriel : [jo-anne.roy-foster@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jo-anne.roy-foster@dfait-maeci.gc.ca)



de 140 invités dont des importateurs, grossistes et distributeurs, détaillants, chefs, exploitants d'hôtels et de restaurants et membres des médias, a eu lieu au cours de l'exposition.

De plus, l'ambassadeur du Canada a organisé un gala de dégustation à sa résidence officielle, à laquelle ont été invités les plus grands importateurs, grossistes, sommeliers, chefs, exploitants de restau-

### Italie — Suite de la page 9

Le système de santé public. Les prix sont aussi un facteur important. De même, les produits pharmaceutiques ne peuvent être vendus qu'aux prix fixés par le ministère de la Santé. On encourage fortement les entreprises canadiennes désireuses de pénétrer ce marché à recruter un agent ou un distributeur ayant de bons contacts et opérant sur l'ensemble du territoire italien.

L'Assobiomedica (association italienne des fabricants d'instruments médicaux et d'équipements de diagnostic) a un bon site internet (<http://www.assobiomedica.it>). Elle souhaite organiser des rencontres de rapprochement avec des entreprises canadiennes, en collaboration avec le consulat général du Canada à Milan.

Pour de plus amples renseignements ou pour une liste d'adresses internet utiles et d'organismes notifiés européens, voir la version internet de *CanadExport* ou communiquer avec M<sup>me</sup> Sandra Marchesi, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 6758-3351, téléc. : (011-39-02) 6758-3900, courriel : [sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada.it](http://www.canada.it)

### Le Groupe des sept — Suite de la page 8

Les membres du Groupe des sept comptent encore parmi les artistes canadiens les mieux connus et les plus appréciés, et leurs tableaux ont acquis beaucoup d'importance en qualité d'ambassadeurs de la culture canadienne.

Le Musée des beaux-arts a de tout temps organisé des expositions en collaboration avec des partenaires internationaux pour promouvoir le Canada et son patrimoine culturel. Le Musée invite aujourd'hui les sociétés qui possèdent des intérêts en Chine à prendre part à cette tournée itinérante historique. Plusieurs partenaires se sont déjà unis pour concrétiser ce projet unique : Patrimoine Canada, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, l'ambassade du Canada en Chine, l'ambassade de la République populaire de Chine au Canada et l'Agence chinoise internationale des expositions en Chine, la société McCain Foods Limited et la Société de bienfaisance Canadien Pacifique.

Dans le cadre de la tournée, des inaugurations spéciales auront lieu dans des galeries chinoises, et des réceptions et des conférences avec les médias se tiendront avec des hauts fonctionnaires chinois et canadiens et des dirigeants d'entreprise.

Pour plus d'information sur la façon dont votre entreprise peut s'associer à la Tournée des œuvres du Groupe des sept en Chine, communiquer avec M<sup>me</sup> Marie-Claire Morin, Directrice du développement, Musée des beaux-arts du Canada, tél. : (613) 991-5965, courriel : [mcmorin@gallery.ca](mailto:mcmorin@gallery.ca)

**E**n juillet dernier, le pavillon de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) à l'exposition internationale de la Chine sur l'industrie du logement a attiré un nombre sans précédent de décideurs de haut niveau du secteur privé et du secteur public. Douze entreprises et établissements canadiens faisant le commerce d'un large éventail de produits et de services étaient représentés au stand de la SCHL.

*Un marché édifiant en Chine*

# La construction

Les entreprises présentes au stand national de la SCHL n'étaient pas seules à l'exposition. Les entreprises B.C. Wood Specialties et Douglas Homes y participaient elles aussi. Les exposants canadiens ont tous été impressionnés par le nombre de visiteurs de qualité et de demandes sérieuses de renseignements qu'ils ont reçus pendant l'exposition.

M. Doug Smith, président de Mariner Marketing Ltd., entreprise de Calgary qui présentait son système de chauffage à eau Conematic, a affirmé qu'il était ravi de l'intérêt qu'on avait porté à son produit. Grâce à l'information qu'elle a recueillie pendant l'exposition, l'entreprise réalisera des travaux techniques afin d'adapter son système au marché chinois. Un deuxième voyage en Chine est prévu pour l'automne.

« J'ai été très impressionné par les efforts déployés pour organiser cette exposition, a déclaré M. Smith. L'appui que nous ont accordé la SCHL et l'ambassade du Canada était incroyable. »

C'était la troisième exposition internationale sur l'industrie du logement que commanditait le Bureau de l'industrialisation du logement du ministère de la Construction depuis 1995. Plus de 300 entreprises chinoises ont participé à

l'exposition; le Canada, les États-Unis, le Danemark et l'Australie étaient représentés par des stands nationaux.

Au cours des dernières années, le gouvernement chinois — désireux d'encourager la consommation, de générer des emplois et de libérer des ressources gouvernementales — a lancé une foule d'initiatives visant à faciliter l'achat de maisons par les particuliers.

Le gouvernement a abandonné le système de subvention du logement qui était en place depuis des décennies, pour obliger les employeurs à mettre en place des régimes d'épargne-logement obligatoires pour les travailleurs. Dans les grandes villes comme Beijing et Shanghai, les autorités municipales mettent en vente les appartements de l'État et exigent que les nouveaux travailleurs paient des loyers conformes à ceux du marché.

Les personnes chargées de la réglementation du marché financier, pour leur part, poussent les banques à accroître leurs prêts hypothécaires et leur permettent de prêter à plus long terme en demandant moins de garanties. Ces nouvelles politiques ont déclenché un essor dans le logement qui transforme la façon dont les familles pensent et vivent.

Le ministère de la Construction a annoncé récemment que la Chine construirait chaque année entre 486 et 549 millions de mètres carrés de nouvelles maisons et ce, pendant les 20 premières années du XXI<sup>e</sup> siècle. Cela représente un taux de croissance annuel de 7 % de l'investissement

dans le domaine du logement pendant cette période. L'année dernière, l'investissement dans le développement du marché du logement en Chine s'est élevée à 48,4 milliards de dollars américains, soit 10 % de plus qu'en 1998. En 1999, 410 millions de mètres carrés de logements résidentiels ont été construits, une hausse de 19 % par rapport à l'année précédente.

Le premier ministre, M. Jean Chrétien, dirigera la sixième mission commerciale d'Équipe Canada qui sera à Beijing, à Shanghai et à Hong Kong du 18 au 26 novembre. Après avoir consulté les provinces et les territoires, on a choisi le secteur des matériaux de construction comme l'un des secteurs prioritaires de cette mission.

Pour plus de renseignements sur le marché chinois des matériaux de construction, communiquer avec M. Murray Rasmusson, directeur, Transfert de l'information, Centre d'exportation et des affaires internationales, SCHL; tél.: (403) 515-2955; courriel : [mrasmuss@cmhc-schl.gc.ca](mailto:mrasmuss@cmhc-schl.gc.ca) ou avec M<sup>me</sup> Terry Brophy, conseillère commerciale, ambassade du Canada à Beijing; tél.: (011-86-10) 6532-3536; courriel : [terry.brophy@dfait-maeci.gc.ca](mailto:terry.brophy@dfait-maeci.gc.ca)



## En direct sur l'internet

Cette année, pour la première fois, le Congrès annuel de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs (5<sup>e</sup> édition), et la remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne seront diffusés sur l'internet en direct depuis Halifax. Les spectateurs virtuels pourront assister à la cérémonie de remise des prix, aux discours-programmes, aux ateliers et à un programme spécial sur le commerce électronique.

Le Congrès sera diffusé en direct à [e-ventsplus.com](http://e-ventsplus.com) du 1<sup>er</sup> au 3 octobre, alors que la cérémonie de remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne le sera dans la soirée du 2 octobre. Les Prix sont commandités par l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, la Société pour l'expansion des exportations, et Rogers Media Inc. La diffusion en direct sur l'internet est parrainée par Industrie Canada.

## Le Canada à CERE 2000

BEIJING — 28 novembre-1<sup>er</sup> décembre 2000 — L'exposition et conférence sur l'environnement, les ressources renouvelables et l'efficacité énergétique de la Chine (CERE 2000) est une foire commerciale internationale parrainée par la Commission d'État à l'économie et au commerce (Chinese State Economic and Trade Commission — SETC), le ministère de la Science et des Technologies de la Chine, l'Administration de la protection de l'environnement (Chinese State Environmental Protection Administration — SEPA), la société d'électricité de l'État (Chinese State Power Corporation — SPCC) et la China Aviation Industry Corporation (CAIC).

Voir page 15 — CERE 2000

**D**ans le cadre d'une initiative de la Banque mondiale intitulé Programme conjoint PNUD/Banque mondiale d'assistance à la gestion du secteur énergétique (PAGE), E2 Environmental Alliance Inc. a créé et livré un programme de formation et de développement de la capacité à l'intention de 35 représentants autochtones provenant de plusieurs régions de la Bolivie. Le projet était financé en partie par l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

(CIDOB) et l'industrie, alors que l'équipe d'E2 a conçu le programme en collaboration avec les représentants autochtones.»

La croissance du secteur bolivien de l'énergie crée des pressions sur les collectivités autochtones, dont les territoires traditionnels contiennent de nombreuses ressources naturelles.

« L'enjeu pour les peuples autochtones de Bolivie, ajoute M. Bouckhout, est de devenir des partenaires réels et des participants au développement des ressources

### Un défi pour tous les participants

« Ce projet constituait un défi des plus intéressants, » de dire M. Rob Stuart, coordonnateur de projet d'E2. « Nous devons utiliser des méthodes très visuelles, obtenir la participation des experts locaux du gouvernement et de l'industrie et expliquer des concepts et des documents relativement complexes, comme les lois et les règlements, de manière à ce que tous les participants puissent comprendre. »

Bien que le gros du travail ait été réalisé dans les installations modernes de Santa Cruz, une partie a été accomplie dans le petit village de Chapare, dans la jungle où il était impossible d'utiliser un rétroprojecteur ou un ordinateur. Dans ce cas, les documents de présentation ont été imprimés et laminés pour les mettre à l'abri de l'extrême chaleur et de l'humidité. « La logistique était l'un des aspects qui nous ont donné le plus de fil à retordre, ajoute M. Stuart. La formation est un service auquel il faut consacrer beaucoup de temps pour que la prestation soit efficace. »

Faisant le bilan du projet, il se dit très impressionné par la détermination et les efforts déployés par les participants autochtones, qui ont travaillé 10 heures par jour, 7 jours par semaine. « Ils étaient fermement décidés à apprendre afin de pouvoir aider leurs collectivités à relever les défis qui les attendent. »

Grâce à l'appui de l'ACDI, à l'aide du consulat général du Canada à La Paz pour trouver des bureaux et repérer les organisations appropriées, et à la collaboration du Conseil des ressources indiennes du Canada, sans oublier le travail acharné des participants boliviens et leur engagement au-delà de ce qu'on attendait d'eux, E2 a réussi à préparer les autochtones de Bolivie à s'adapter à la croissance du secteur énergétique de leur pays et à en profiter.

**Pour plus de renseignements,** communiquer avec M. Leo W. Bouckhout, directeur général, tél. : (403) 212-4065, téléc. : (403) 212-4013, courriel : [lbouckhout@e2canada.com](mailto:lbouckhout@e2canada.com) internet : [www.e2canada.com](http://www.e2canada.com)

## Une société de Calgary en Bolivie

# Place aux autochtones

E2, dont la fondation remonte à deux ans, s'est donné pour mission de fournir des services canadiens de conseil et de formation de qualité sur le marché mondial. Elle a aidé les participants à saisir les concepts de base associés aux impacts environnementaux et sociaux éventuels du développement rapide des ressources en hydrocarbures, ainsi qu'au potentiel d'électrification rurale de leurs collectivités.

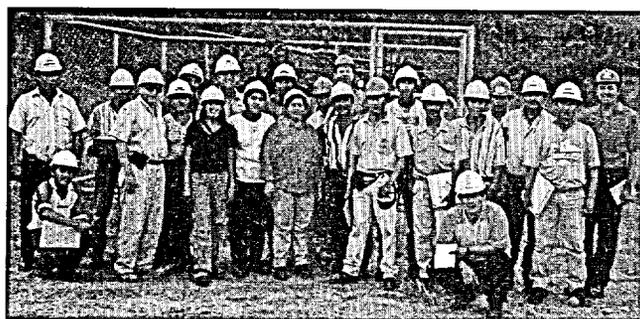
Parmi les 20 participants à la première phase du projet, l'entreprise de Calgary a sélectionné cinq représentants autochtones, dont la plupart proviennent de la jungle de la Bolivie orientale, pour en faire des formateurs. Ceux-ci se sont envolés vers Calgary pour accélérer leur formation, ainsi qu'il était prévu au projet. À leur retour au pays, les formateurs autochtones ont donné leurs propres cours sous la supervision des spécialistes d'E2. Le rapport final de ce projet d'une valeur de 500 000 \$ a été déposé en juin.

### Le programme

« Notre programme de formation vise plusieurs préoccupations de base en Bolivie, » explique le directeur général d'E2, M. Leo Bouckhout. « Pour organiser le projet, la Banque mondiale a consulté le sous-ministre de l'Énergie et des Hydrocarbures, ainsi que la Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia

du pays tout en s'assurant que ces abondantes richesses et leur propre culture demeurent adéquatement protégées. »

Bon nombre de collectivités autochtones sont situées à des kilomètres de services essentiels tels que l'électricité, alors que quelque 500 000 personnes ne disposent d'aucun branchement au



Formateurs et étudiants d'E2 en Bolivie.

réseau électrique. L'un des objectifs du projet était de les aider à comprendre les avantages (et à y avoir accès) de l'électricité produite à un coût abordable grâce à des outils tels que les systèmes photovoltaïques.

E2 Environmental Alliance a établi un partenariat avec le Conseil des ressources indiennes du Canada pour partager l'expérience des Premières nations canadiennes dans le domaine du développement des ressources naturelles du Canada. Le projet pourrait donner lieu à l'établissement de liens à long terme entre les communautés autochtones boliviennes et canadiennes.

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

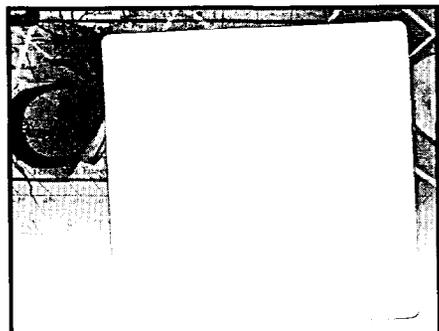
**ALGÉRIE — Logiciel pour l'industrie de l'assurance** — La Société nationale d'assurances, qui voudrait faire l'acquisition d'un logiciel d'assurance, cherche un fournisseur (concours n° 002/00/) qui doit avoir des compétences suffisantes dans les domaines du développement et de la production de logiciels d'assurance ainsi que de la commercialisation de ces logiciels. Date de clôture : le 31 octobre 2000. Coût des documents d'appel d'offres : 5 000 DA. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 96-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en

mentionnant le n° de dossier 000809-03208. Pour de plus amples détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=862fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=862fr)

**ARGENTINE — Décharges, stations de transfert et transport urbain de déchets solides** — La société Coordinacion Ecologica Area Metropolitana Sociedad del Estado recherche des entreprises capables de concevoir, de construire et d'exploiter des décharges et des stations de transfert et d'offrir des services de transport urbain de déchets solides dans la région métropolitaine de Buenos Aires. Date de clôture : le 31 octobre 2000. Coût des documents d'appel d'offres : 10 000 \$US. Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le n° de dossier 000804-

03155. Pour de plus amples détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=834fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=834fr)

**BURKINA FASO — Médicaments génériques, produits pharmaceutiques, matériel de laboratoire et produits dentaires** — La Centrale d'achats des médicaments génériques essentiels et des consommables médicaux cherche des fournisseurs de médicaments génériques essentiels sous dénomination commune internationale, de produits médicaux et pharmaceutiques consommables, d'équipement médical, de produits réactifs, de matériel de laboratoire et de produits dentaires. Le marché sera d'une durée de trois ans (dossier n° 044/2000), période au cours de laquelle il sera permis aux fournisseurs choisis de participer à d'autres appels d'offres. Date de clôture : le 31 octobre 2000. Coût des documents : 100 000 FCFA (plus 50 000 FCFA pour frais de messenger). Communiquer avec M. Daniel Lemieux, COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le n° de dossier 000809-03209. Pour de plus amples renseignements : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=861fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?id=861fr) ✪



**Le Centre des occasions d'affaires internationales**

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

**JSF** — Suite de la page 6

De plus, JSF Canada mène actuellement un programme d'information intense auprès des principaux entrepreneurs et sous-traitants américains afin de leur faire connaître les capacités du secteur canadien de l'aérospatiale. La taille et l'ampleur du programme du JSF pourraient permettre aux entreprises canadiennes d'accéder à des technologies de pointe et de renforcer leur viabilité à long terme.

On prévoit que des missions industrielles visiteront plusieurs entreprises américaines au cours des prochains mois. Lorsque les exigences techniques des divers entrepreneurs américains seront mieux connues, le MDN annoncera les détails des missions et sollicitera la participation des sociétés canadiennes que ce projet

intéresse et qui disposent des capacités techniques nécessaires.

Pour plus de renseignements sur le JSF, voir l'adresse internet <http://www.jast.mil/>

Pour plus de renseignements sur les missions, voir le site internet de l'Association des industries aérospatiales du Canada : <http://www.aiac.ca> ✪



**Équipe Canada Inc. - Team Canada Inc.**  
1-888-811-1119  
[exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca)

## Exposition internationale sur le pétrole et le gaz

ALMATY (KAZAKHSTAN) — 3-6 octobre 2000 — La Huitième Exposition internationale du pétrole et du gaz du Kazakhstan (KIOGE) sera présentée de concert avec la Huitième Conférence internationale sur le projet de pétrole et de gaz du Kazakhstan.

Cet événement, qui attire habituellement des participants de grandes sociétés pétrolières de 30 pays, bénéficie une fois de plus du soutien sans réserve du gouvernement du Kazakhstan et de son ministère de l'Énergie, de l'Industrie et du Commerce ainsi que de celui de la société nationale KazakhOil. Le gouvernement kazakh transmet ainsi un message clair aux investisseurs éventuels en éliminant les obstacles et en créant un climat d'investissement favorable.

L'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie, la Pologne et la Roumanie ont déjà confirmé qu'elles auront des

délégations, et des sociétés de premier plan telles qu'ABB, Baker Hughes, British Gas, BPAMOCO, Chevron, COT, ENI, Exxon, FIOC, Geotex, Hurricane, Honeywell, JNOC, KazakhOil, Kaztransoil, Nimir Petroleum, OKIOC, Mobil, Schlumberger, Shell, Texaco, Tengizchevron, Total et Tractebel ont déjà réservé des stands.

Pour obtenir le meilleur emplacement possible pour votre entreprise, communiquer directement avec le bureau des ventes du Kazakhstan de KIOGE 2000. tél.: (011-7-3272) 509390 / 449763 / 505746.

Pour plus de renseignements, visiter la page d'accueil internet de la KIOGE [www.ite-exhibitions.com/og/kioge](http://www.ite-exhibitions.com/og/kioge) ou communiquer avec M. Arthur Iralin, agent de commerce, ambassade du Canada à Almaty, tél.: (011-7-3272) 501-151/52/53, téléc.: (011-7-3272) 582-493, courriel: [arthur.iralin@dfait-maeci.gc.ca](mailto:arthur.iralin@dfait-maeci.gc.ca)

## Agro-alimentaire : un marché fertile au Moyen-Orient

BEYROUTH, LIBAN — 30 octobre-11 novembre 2000 — Une compagnie agro-alimentaire canadienne, CLIC Import Export, en collaboration avec le Club Export Agroalimentaire du Québec et l'ambassade du Canada à Beyrouth, organise deux événements à Beyrouth dans le secteur agro-alimentaire.

Du 30 octobre au 6 novembre, la semaine canadienne présentera des produits canadiens dans un grand supermarché de Beyrouth et, du 7 au 11 novembre, ces produits pourront être exposés à un kiosque d'information au Food and Beverage Middle East 2000, une composante d'Agritech, la plus grande exposition dans le secteur agro-alimentaire qui se tiendra à Beyrouth mais qui vise tout le marché du Moyen-Orient.

Les sociétés canadiennes qui voudraient présenter leurs produits à l'un ou à l'autre de ces événements peuvent s'adresser à M. Alain Gauthier, v.p. Marketing, CLIC Import Export Inc., tél.: (450) 669-2663, téléc.: (450) 667-6799, courriel: [clic@microtec.net](mailto:clic@microtec.net)

- réception canadienne : à l'ambassade du Canada à Beijing (à confirmer).

Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec M. Derek Yue, Industrie Canada, tél.: (416) 973-5159, téléc.: (416) 973-5131, courriel: [yue.derek@ic.gc.ca](mailto:yue.derek@ic.gc.ca) avec M. Kenneth Ko, CANMET, Centre de la technologie de l'énergie, Ressources naturelles Canada, tél.: (613) 947-5190, téléc.: (613) 995-9728, courriel: [kko@nrcan.gc.ca](mailto:kko@nrcan.gc.ca) avec M. David Hamilton, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada, Beijing, tél.: (011-86-10) 6532-3536, téléc.: (011-86-10) 6532-4072, courriel: [david.hamilton@dfait-maeci.gc.ca](mailto:david.hamilton@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Marcel Belec, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél.: (613) 995-6962, courriel: [marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca) internet: [www.ciscexpo.orgcn.net](http://www.ciscexpo.orgcn.net)

## CERE 2000 — Suite de la page 12

Les principaux secteurs en vedette à la foire CERE 2000 seront les suivants :

- science et technologies de l'environnement — air, eau et déchets solides;
- technologies liées au changement climatique; systèmes d'élimination des déchets;
- systèmes d'énergie photovoltaïque/solaire, systèmes hybrides éoliens-photovoltaïques; chauffage solaire de l'eau;
- production d'électricité éolienne; systèmes hydroélectriques, géothermiques et hybrides;
- valorisation de la biomasse (gazéification, cogénération);
- innovations relatives aux piles à combustible, matériel d'éclairage à faible consommation d'énergie;
- chaudières à faible consommation d'énergie, équipement électrique à faible consommation d'énergie;
- produits liés à l'architecture à faible consommation d'énergie.

### Le pavillon du Canada

Ressources naturelles Canada et Industrie Canada auront un stand à la foire CERE 2000. Les entreprises pourront y présenter leurs produits et leurs services ou



La maçonnerie est considérée comme la technologie du millénaire. M. Murray Rasmussen, directeur régional de l'exportation à la SCHL, présente les caractéristiques structurales d'un mur de maçonnerie canadien à des visiteurs de l'exposition internationale de la Chine sur l'industrie du logement, qui a eu lieu à Beijing en juillet dernier.

louer leur propre espace d'exposition sous l'égide du pavillon du Canada.

Au nombre des services qui seront offerts aux fabricants et fournisseurs canadiens de produits, de services et de technologies liés aux ressources renouvelables et à l'environnement, mentionnons :

- aide à la formation de partenariats : organisation de rencontres individuelles pour les entreprises canadiennes;
- colloque technique : communications présentées par des spécialistes canadiens des technologies de l'environnement (à confirmer);

## POLEKO 2000

POZNAN, POLOGNE — 21-24 novembre 2000 — La Foire écologique internationale POLEKO est la plus importante activité d'Europe centrale axée sur la protection de l'environnement. L'an dernier, elle a attiré 650 exposants venus de 18 pays, dont le Canada.

Ces entreprises, aux profils variés, offrent des technologies et de l'équipement pour la protection de l'eau, du sol et de l'air; des instruments de contrôle et de mesure pour évaluer la pollution, le bruit et la vibration; des services de gestion des déchets industriels (y compris des déchets dangereux) et municipaux; des services de production d'énergie et d'efficacité énergétique; et des sources d'énergie alternatives/renouvelables.

**INVESTCITY** — Foire sur l'investissement des villes polonaises — Cette foire est organisée parallèlement à la foire POLEKO. Les représentants de plus de 100 villes, communes et regroupements de communes y présentent leurs plans d'investissement régionaux pour le transport municipal, l'approvisionnement en eau, le traitement des eaux usées, la gestion des déchets solides, les systèmes de chauffage et les programmes énergétiques.

Pour de plus amples renseignements sur POLEKO 2000, voir le site internet [www.mtp.com.pl](http://www.mtp.com.pl) ou communiquez avec M<sup>me</sup> Ewa Gawron-Dobroczyńska, agent de commerce, ambassade du Canada, Varsovie, tél.: (011-48-22) 584 3353, courriel: [wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca)

Pour de plus amples renseignements sur INVESTCITY, communiquez avec l'Association des villes polonaises, tél.: (011-48-61) 853 0813; courriel: [zmp@priv.onet.pl](mailto:zmp@priv.onet.pl) ✪

## Débouchés pétroliers au Venezuela

CARACAS — 25-27 octobre — Le gouvernement du Venezuela et Petroleos de Venezuela S.A. (PDVSA) organisent un Forum sur les débouchés pétroliers au Venezuela. Cet évènement important vise à attirer des investissements étrangers et locaux dans les secteurs du pétrole, du gaz et de la pétrochimie, tout en mettant l'accent sur les alliances stratégiques en particulier, très chères à ce nouveau gouvernement.

Le climat pour les investisseurs étrangers n'est pas des plus faciles, mais des débouchés intéressants existent toujours pour les sociétés bénéficiant d'une situation financière solide et d'une per-

spective à long terme sur le marché, particulièrement dans les secteurs du gaz et de la pétrochimie où se réalisera la prochaine ouverture.

Pour tout renseignement sur cette activité ou pour confirmer votre participation, communiquer avec M<sup>me</sup> Eneida Sanchez, assistante commerciale, ambassade du Canada au Venezuela, tél.: (011-582) 263-4666, poste 3353, téléc.: (011-582) 263-5349, courriel: [eneida.sanchez@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eneida.sanchez@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Jacques H. Desjardins, conseiller commercial, tél.: (011-582) 263-4666, poste 3350, courriel: [jacques.desjardins@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jacques.desjardins@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Coût de la vie au Canada et aux États-Unis : une aubaine au Canada

Les administrateurs et les dirigeants d'entreprises savent que le Canada est le meilleur endroit pour faire des affaires. Pour vous en convaincre, voici quelques bonnes raisons pour lesquelles des entreprises investissent au Canada :

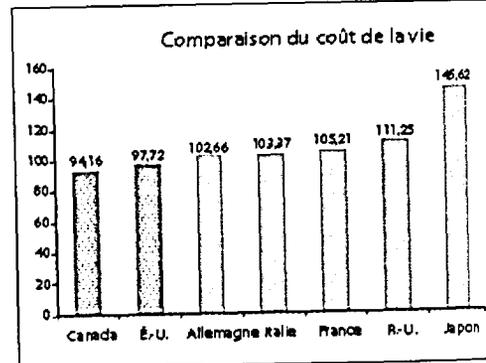
- **Coût de la vie plus bas** : Le Canada jouit du coût de la vie le plus bas de tous les pays du G-7, y compris les États-Unis.
- **Frais moins élevés** : Les coûts du logement et des biens et des services sont moins élevés au Canada qu'aux États-Unis.
- **Services supérieurs** : Les chercheurs bénéficient au Canada de systèmes d'éducation et de santé moins coûteux et meilleurs qu'aux États-Unis.
- **Avantages concurrentiels** :

- Une entreprise basée à Sarnia (Ontario) fait économiser à ses travailleurs 10,7 % en frais de subsistance par rapport à ce qu'ils devraient dépenser s'ils vivaient et travaillaient à Newark (New Jersey)\*.

- L'établissement d'une équipe internationale de développement de produit à Chicago coûte 11,1 % de plus qu'à Edmonton et 4,8 % de plus qu'à Montréal, compte tenu du coût du logement et des frais de subsistance\*.

Pour de plus amples informations sur l'investissement et les affaires au Canada, cliquer sur [www.investincanada.ic.gc.ca](http://www.investincanada.ic.gc.ca) ou appeler au (613) 941-0354, téléc.: (613) 941-3796, courriel: [lanoy.louise@ic.gc.ca](mailto:lanoy.louise@ic.gc.ca)

\* Pour un salaire de 100 000 \$ par année. Étude réalisée par une grande société privée de réinstallation, mars 2000.



## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
 CanadExport  
 2750, chemin Sheffield,  
 porte 1  
 Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
 Numéro de convention 1453



Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

NOV 30 2000

Return to Departmental Library  
Renvoyer à la bibliothèque du Ministère

# Prix d'excellence 2000



## DANS CE NUMÉRO

- 3 Services consulaires
- 4 États-Unis : le marché du mobilier
- 6 Carrefour États-Unis
- 8 Facilitation, financement des exportations et assurances
- 8 Mission commerciale réussie en Europe centrale
- 10 Les TIC aux Pays-Bas, en Suède
- 11 Les TI en Allemagne
- 12 Le secteur minier en Chine
- 13 La TI en plein essor au Japon
- 14 Occasions d'affaires
- 15 Exemple de réussite du COAI
- 16 Foires commerciales

**L**e ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a remis aujourd'hui les Prix d'excellence à l'exportation canadienne pour l'année 2000 à 10 lauréats.

Ces entreprises, qui représentent les chefs de file canadiens de l'exportation, ont été récompensées pour leur vision d'entreprise qui dépassent les frontières canadiennes. Les produits et les services du Canada ont une excellente réputation partout à travers le monde; c'est d'ailleurs la raison pour laquelle les échanges commerciaux représentent maintenant 43 % de notre produit intérieur brut.

Les Prix, qui rendent hommage à un certain nombre de ces entreprises qui remportent un succès retentissant à l'étranger, ont été décernés à l'occasion d'un gala qui a eu lieu lors du 5<sup>e</sup> Congrès annuel de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, à Halifax.

Certains commanditaires tels l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Rogers Media Inc., l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, et la Société pour l'expansion des exportations, ont contribué au succès de l'événement pour mettre en lumière les réalisations des exportateurs canadiens.

« Je tiens à offrir mes plus sincères félicitations aux 10 entreprises lauréates, » de dire le Ministre. « Ces entreprises ont non seulement démontré leur détermination à prendre leur place sur les marchés mondiaux, mais elles ont aussi contribué d'une façon remarquable à la prospérité du Canada. »

Voici le nom des 10 lauréats. Tel qu'indiqué, 5 d'entre eux ont également remporté d'autres prix :

Voir page 2 - Prix



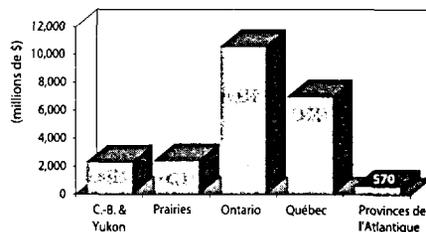
Prix d'excellence à l'exportation 2000

## La SEE annonce de bons résultats semestriels

D'après les résultats trimestriels publiés le mois dernier, les entreprises canadiennes ont conclu, au premier semestre de cette année, pour 22,8 milliards de dollars de ventes à l'exportation et d'investissements à l'étranger en recourant aux services de financement du commerce extérieur de la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Cela représente une augmentation de 17 % par rapport au premier semestre de 1999.

En tout, dans les six premiers mois de cette année, la SEE a appuyé des contrats dans 158 pays et territoires. Les transactions sur les marchés naissants ou en

développement se sont chiffrées à plus de 5 milliards de dollars, soit une augmentation de 6 % par rapport au premier semestre de 1999.



Ventilation de l'appui fourni par la SEE aux entreprises de cinq régions du Canada (1<sup>er</sup> semestre 2000).

Voir page 2 - La SEE

LE COMMERCE CANADIEN  
EN REVUE  
(Voir le supplément.)

Canada

Vol. 18, N° 16 -  
2 octobre 2000

CS  
1  
16  
RE  
né, parti-  
gaz et  
a  
cette  
partici-  
heida  
ambas-  
:  
el:  
ca  
(82)  
gc.ca &  
ie  
145,62  
Japon  
rais de  
Newark  
o coûte  
du loge-  
er sur  
el:  
rs 2000.  
eurs  
es de  
au  
un  
a  
145303

# Prix d'excellence

— Suite de la page 1

## Entreprise exportatrice de l'année

- **SMART Technologies Inc.** ([www.smarttech.com](http://www.smarttech.com))  
Calgary (Alberta)

## Prix succès pour petit exportateur de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)

- **Survival Systems Limited** ([www.survivalsystemsgroup.com](http://www.survivalsystemsgroup.com))  
Dartmouth (Nouvelle-Écosse)

## Prix succès en création d'emplois de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada

- **Groupe ADF inc.** ([www.adfgroup.com](http://www.adfgroup.com))  
Terrebonne (Québec)

## Prix succès pour innovation et progrès technologiques de Rogers Media Inc.

- **International Datacasting Corporation** ([www.intldata.ca](http://www.intldata.ca))  
Ottawa (Ontario)

## Prix d'excellence pour l'ensemble de ses réalisations

- **Med-Eng Systems Inc.** ([www.med-eng.com](http://www.med-eng.com))  
Ottawa (Ontario)
- \* **Pearl Seaproducts Inc.** ([www.pearlsea.com](http://www.pearlsea.com))  
Sechelt (Colombie-Britannique)
- \* **Silent Witness Enterprises Ltd.** ([www.silent-witness.com](http://www.silent-witness.com))  
Surrey (Colombie-Britannique)
- \* **Wescam Inc.** ([www.wescam.com](http://www.wescam.com))  
Flamborough (Ontario)
- \* **Nienkamper Furniture & Accessories Inc.**  
([www.nienkamper.com](http://www.nienkamper.com))  
Scarborough (Ontario)
- \* **Thorburn Equipment Inc.** ([www.worldexport.com/thorburn](http://www.worldexport.com/thorburn))  
Pointe-Claire (Québec) ✱

(CanadExport publiera dans son prochain numéro 4 pages consacrées aux 10 lauréats.)

## La SEE annonce de bons résultats semestriels

— Suite de la page 1

« La SEE est un chef de file au Canada dans les services de financement du commerce extérieur. Ses résultats reflètent les succès remportés par les exportateurs et les investisseurs canadiens dans le monde entier », a déclaré le président et chef de la direction de la SEE, M. A. Ian Gillespie. « Les exportations canadiennes ont augmenté de 16,5 % dans la première moitié de l'année par rapport à 1999. Nous sommes donc heureux de nous associer à bon nombre de ces exportateurs pour les aider à prendre une expansion internationale. »

Plus de 4 750 entreprises ont recouru aux services de la SEE au premier semestre de cette année, soit une augmentation de 11 % en un an.

Le nombre des PME qui utilisent les services de la SEE a augmenté de 14 % comparé aux six premiers mois de 1999, pour atteindre le nombre record de 4 223, et la valeur de leurs exportations a augmenté de 18 %, passant de 3,04 milliards de dollars à 3,58 milliards de dollars. Les PME représentent près de 90 % de la clientèle de la SEE.

Les ventes à l'exportation et les investissements étrangers réalisés, avec le

concours de la SEE, par les entreprises canadiennes dans la première moitié de l'année, s'élèvent à 22,8 milliards de dollars. Ces ventes s'appuient sur les succès de l'an dernier, où le volume d'activités avait dépassé 40 milliards de dollars. Pour la SEE, cela représente une contribution en 1999 qui équivaut pratiquement à 4 % du produit intérieur brut (PIB).

Tous les projets que la SEE a financés ou assurés au premier semestre de cette année satisfaisaient aux normes du Cadre de référence pour l'examen des questions environnementales et sociales des projets.

Parmi les autres résultats clés, quelque 710 indemnités ont été versées dans la première moitié de l'année, soit une augmentation de 21 % par rapport au premier semestre de 1999. Parallèlement, le montant de ces indemnités a diminué de 38 %, passant de 68,3 millions de dollars à 42,6 millions de dollars.

La SEE est également bien partie pour atteindre ses autres objectifs, dont la mise en œuvre de diverses initiatives qui font partie de sa stratégie Éducation et emploi jeunesse qui vise à créer une culture de

Rédacteur en chef: Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué: Louis Kovacs  
Rédactrice: Julia Gualtieri

Mise en page: Yen Le

Tirage: 77 000

Tél.: (613) 996-2225

Télex: (613) 992-5791

Courriel: [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)

Internet:

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

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à:

CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa  
(Ontario) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

l'exportation au Canada. Elle comprend 18 bourses d'études de premier cycle, le parrainage de plusieurs manifestations

Voir page 9 – De bons résultats

**V**ous allez à Boston rencontrer de nouveaux acheteurs? Vous prenez l'avion pour Berlin, ou encore pour Buenos Aires ou Beijing, en vue d'assister à une foire commerciale? Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) offre des services qui vous permettront de voyager en toute sécurité et d'atteindre vos objectifs.

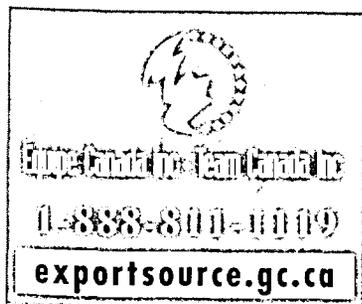
Nous vous offrons des renseignements qui vous aideront à planifier votre voyage, et aussi des services sur place conçus spécialement à l'intention des personnes en voyage d'affaires.

### **Ai-je besoin d'un visa pour entrer au Brésil? Dois-je me faire vacciner avant d'aller au Bangladesh?**

Renseignez-vous sur les mesures à prendre avant de partir. Prenez connaissance des dernières nouvelles et des avertissements émis pour votre destination. La Direction générale des affaires consulaires du MAECI met à la disposition du public une série de publications sur la façon de voyager en sécurité et des rapports détaillés concernant 223 destinations dans le monde entier qui vous informeront sur les pays ou les régions qui ne sont pas sécuritaires pour les voyageurs. Pour chaque destination, vous trouverez des renseignements concernant :

- les questions de sécurité;
- les vaccins exigés;
- le temps, les épidémies et les situations dangereuses;
- l'utilisation de cartes de crédit et les problèmes concernant l'argent;
- les documents personnels nécessaires;
- les coordonnées des ambassades et d'autres bureaux du Canada à l'étranger; et beaucoup d'autres renseignements.

Le Direction générale publie également le *Bulletin de voyage hebdomadaire*, qui donne un aperçu des derniers « points chauds » dans le monde.



### **Où descendre à Bangkok? Qui prendre comme interprète à Bogota?**

Le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada offre un service de renseignements pour les visites où vous trouverez des conseils pratiques et de

### **Et si j'ai des ennuis à Brunéi?**

Si vous perdez votre passeport, ou en cas de maladie ou pour d'autres ennuis, vous pouvez appeler l'ambassade, le haut-commissariat ou le consulat du Canada le plus proche, 24 heures sur 24, 365 jours par an.

*Vous partez en voyage d'affaires? Lisez ce qui suit!*

# Services consulaires

l'aide pour la planification de votre voyage d'affaires. De nombreux bureaux du SDC à l'étranger tiennent une liste d'hôtels recommandés (dans certains cas, avec des tarifs réduits). Si vous avez besoin d'un interprète, de soutien aux affaires ou de transport local pendant votre séjour, le bureau du SDC peut vous recommander des entreprises locales compétentes. Pour des renseignements de cette nature, communiquez avec le SDC à l'avance.

### **Quoi de neuf sur le marché belge?**

Vous pouvez demander à rencontrer en personne un agent du SDC à l'étranger pour discuter des derniers faits nouveaux sur votre marché cible. Il suffit d'avertir l'agent de votre visite au moins deux semaines à l'avance.

### **En tant que Canadien, vous avez certains privilèges**

Que vous alliez à Buffalo ou à Bamako, le MAECI est déterminé à faire en sorte que les voyages d'affaires des citoyens canadiens soient réussis et qu'ils se déroulent en toute sécurité. À cette fin, il met donc à leur disposition les Services consulaires et le Service des délégués commerciaux.

### *Bon Voyage!*

Pour les Services consulaires, consulter [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)

Pour le Service des délégués commerciaux, voir [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

## L'information sur le Canada désormais accessible de l'étranger

Vous savez peut-être que le gouvernement du Canada a un numéro sans frais facile à retenir, le 1-800 O-Canada, mais saviez-vous que ce service sans frais est maintenant accessible depuis plus de 60 pays? Ce service fait partie de l'Initiative d'information du gouvernement du Canada, englobant le numéro sans frais et le site du Canada à [www.canada.gc.ca](http://www.canada.gc.ca)

Des téléphonistes bilingues répondent à la ligne 1-800 O-Canada de 8 h à 20 h, H.A.E. Des agents d'information répondent aux questions en cherchant dans une

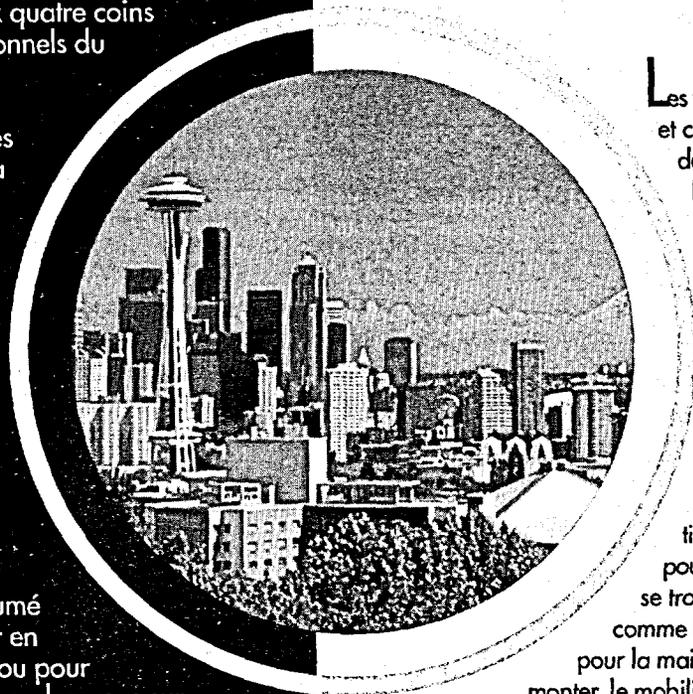
base de données exhaustive, ou ils réacheminent l'appel vers un spécialiste.

On trouvera sur l'internet à [www.canada.gc.ca/directories/infor\\_f.html](http://www.canada.gc.ca/directories/infor_f.html) la liste de tous les pays depuis lesquels le service sans frais est accessible. Cette liste est actualisée au fur et à mesure que de nouveaux numéros sont mis en place.

# ÉTATS - UNIS

Présents dans 134 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.  
**[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)**



## Le marché résidentiel

Les ventes de mobilier résidentiel et commercial ont augmenté dans la région Pacifique/Nord-Ouest des États-Unis, qui comprend l'Alaska, l'Idaho, l'Oregon et le Washington. Le Canada est depuis longtemps le premier exportateur de meubles commerciaux et le deuxième exportateur de meubles résidentiels aux États-Unis, représentant 17 % de leurs importations. Les meilleurs débouchés pour les entreprises canadiennes se trouvent dans des créneaux comme les petits bureaux/bureaux pour la maison, les meubles prêts à monter, le mobilier ergonomique, le divertissement à la maison et le haut de gamme.

### Mobilier résidentiel

En 1999, aux États-Unis, le marché global du mobilier résidentiel et de la literie a dépassé les 89 milliards de dollars. Les deux plus grands marchés métropolitains des États-Unis pour le mobilier résidentiel, Portland (Oregon)

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les:
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie des produits de consommation aux États-Unis



# meuble commercial

CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

Seattle (Washington), ont des marchés évalués à 698 millions de dollars et 1,3 milliard de dollars respectivement. L'Alaska fait partie des cinq États américains (avec le Nevada, l'Utah, l'Arizona et la Floride) qui, selon les prévisions, vont connaître la plus forte croissance (24 %) en dépenses de mobilier résidentiel entre 2001 et 2007.

Bien que les consommateurs préfèrent encore le style traditionnel, les styles contemporain et décontracté deviennent de plus en plus populaires. Le marché du mobilier résidentiel en bois représente le plus gros segment du marché, avec presque 40 % des ventes totales. Le deuxième segment en importance est celui des meubles rembourrés, avec presque 34 % des ventes totales.

Les tendances clés sont les designs plus simples, le mobilier pour les systèmes de divertissement haute technologie, une préférence pour les designs inspirés de la nature, des jardins et de l'eau, et les influences ethniques provenant de l'Asie, du Maroc et de la Turquie.



## Mobilier de bureau

Le marché du mobilier de bureau aux États-Unis s'élevait à 57,1 milliards de dollars en 1998, totalisant 661 millions de dollars dans la région Pacifique/Nord-Ouest. Les importations de matériel de bureau représentent environ 9,6 % du marché intérieur des États-Unis. Le marché des meubles de bureau dans la région Pacifique/Nord-Ouest était florissant dans les années 1990, au moment où l'économie

régionale est passée d'une orientation axée sur la production à un environnement où les services nécessitant beaucoup d'espace de bureau jouent un rôle de plus en plus important. La région offre donc des débouchés intéressants pour les exportateurs canadiens de mobilier de bureau. Les produits en bois représentent environ un quart du marché des meubles de bureau.

Le marché du mobilier ergonomique connaît une forte croissance car on accorde de plus en plus d'importance à la santé et à la sécurité au travail. L'introduction des normes actuellement proposées par des organismes de réglementation étatiques pourrait renforcer davantage la croissance de ce marché. Les entreprises préfèrent le mobilier de bureau polyvalent, peu encombrant et qui peut être facilement adapté au progrès organisationnel et technologique.

Le plus gros segment du marché du mobilier de bureau est le segment « systèmes », ou panneaux amovibles, qui représente presque 36 % du marché global. Cependant, au cours des dernières années, les segments qui ont affiché la croissance la plus forte sur le marché du mobilier de bureau étaient les tables et les chaises, qui ont dépassé le

taux de croissance global du marché. Selon les prévisions, en l'an 2000, le segment le plus important restera celui des systèmes (7,8 milliards de dollars), suivi des chaises (5,1 milliards de dollars) et des classeurs (2,6 milliards de dollars).

## Vous voyez des possibilités ?

Pour en savoir davantage sur ces débouchés, veuillez vous reporter au document intitulé *Le marché du mobilier résidentiel et commercial : États-Unis Pacifique/Nord-Ouest*. Ce rapport complet préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux est disponible en ligne à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

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

Est-ce un marché pour vous ?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Le marché du mobilier

Consultez nos études de marché

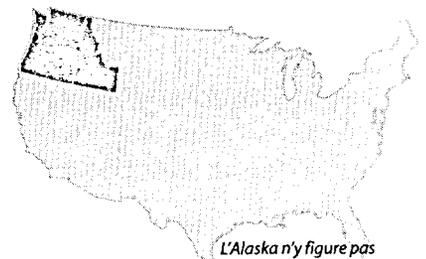


# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

Débouchés en plein essor

## Pacifique Nord-Ouest



« **N**otre rôle ici est de favoriser toutes les formes de développement de l'entreprise », déclare le délégué commercial principal, M. Rod Johnson, « notamment les alliances commerciales, les coentreprises et les partenariats. »

Le territoire du consulat général du Canada à Seattle comprend les États du Nord-Ouest en bordure du Pacifique, c'est-à-dire l'État de Washington, l'Idaho, l'Oregon et l'Alaska. Cette grande région représente 24 % de la superficie totale des États-Unis.

Parmi la population de 10,8 millions d'habitants de l'ensemble de la région, pas moins de 6,1 millions vivent dans le corridor souvent appelé I-5 qui est délimité par le tronçon de l'Interstate 5 qui relie Bellingham (Washington), au nord, et Eugene (Oregon), au sud.

On trouve dans cette région économique unique et animée des consommateurs parmi les plus aisés du pays et des entreprises qui sont des chefs de file mondiaux et parmi les plus novatrices qui soient. Ils forment un marché qui représente, pour les entreprises canadiennes, des débouchés uniques et accessibles pour le commerce et l'investissement. En dehors du corridor I-5, on trouve de petits centres comme

Spokane (Washington), Boise (Idaho) et Anchorage (Alaska), qui offrent aussi des débouchés intéressants.

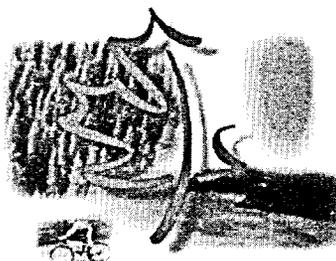
Avec la venue régulière d'entreprises de Californie et d'autres régions des États-Unis, la croissance annuelle de la région est nettement au-dessus de la moyenne nationale. Les principales industries sont

l'aérospatiale, l'élaboration de logiciels, la fabrication de composants électroniques et de composants d'ordinateurs, la recherche en biotechnologie, les instruments médicaux, la transformation des aliments et l'agriculture primaire.

Il y a maintenant dans la région 18 entreprises figurant dans la liste de Fortune 500. Plusieurs y ont leur siège, par exemple Boeing (aérospatiale et défense), Microsoft (logiciels), Amazon.com (commerce électronique), Paccar et Freightliner (camions de catégorie 7 et 8), Nike (chaussures et vêtements de sport), Columbia (vêtements de ski) et Weyerhaeuser (produits de la forêt).

### Trois secteurs à surveiller

Le secteur de l'aérospatiale demeure un élément essentiel du succès de la région, Boeing étant la principale entreprise. Mais des changements récents survenus dans ce secteur ouvrent de nouvelles possibilités pour les entreprises canadiennes.



Consulat Général du Canada/Seattle  
<http://www.canada-seattle.org/>

« Le Canada est un pays qui s'impose naturellement comme lieu où prendre de l'expansion pour une entreprise productrice de biens », a déclaré M. Bill Stafford, président de la Trade Development Alliance of Greater Seattle (Alliance du développement du commerce de la région de Seattle), dans un article récent de M. Gary Hilson sur les concentrations d'entreprises de technologie, publié dans la revue *Silicon Valley North*. « Mais les entreprises canadiennes ne doivent pas attendre que les entreprises américaines viennent frapper à leur porte, a-t-il ajouté. Elles doivent être proactives et bien préparées. »

### CENTRE D'ALLIANCE STRATEGIQUE

[www.alliance.canada-seattle.org](http://www.alliance.canada-seattle.org)

Le site internet du Centre d'alliance stratégique est conçu à la fois pour informer et pour favoriser les partenariats; il offre une base de données interactive d'entreprises qui ont leur siège au Canada et dans la région du Pacifique/Nord-Ouest et qui souhaitent former des alliances stratégiques. Il renferme des profils complets, des liens vers les meilleures bases de données de votre secteur et des ressources éducatives dans le domaine de l'aérospatiale, de la technologie de l'information ainsi que de la biotechnologie et des sciences de la vie.

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

Le secteur du logiciel retient de plus en plus l'attention — en partie du fait des retombées engendrées par Microsoft — et sa croissance dépasse constamment les moyennes américaine et mondiale. En 1988, il y avait seulement 808 entreprises de logiciel menant des affaires dans l'État de Washington, comparativement à plus de 2 500 aujourd'hui, soit plus du triple.

Poussés par le succès du secteur du logiciel, d'autres secteurs de haute technologie sont actuellement en plein essor. La région est en train de devenir une plaque tournante pour le commerce électronique et un centre important pour le jumelage de l'internet et des dispositifs de communication sans fil. La pénurie chronique d'ingénieurs en logiciel et de programmeurs représente pour les entreprises canadiennes des débouchés dans le développement conjoint de logiciels, ainsi que dans l'investissement dans le secteur canadien du logiciel.

La biotechnologie est un troisième secteur de la région de Seattle qui est mûr pour une collaboration avec les entreprises canadiennes. La concentration d'entreprises de biotechnologie dans l'État de Washington place l'État en sixième position dans le pays, la concentration étant de 75 % dans le domaine du développement de produits liés aux soins de santé.

Un des éléments clés d'une concentration d'entreprises de biotechnologie qui fonctionne bien réside dans les moyens qu'elle possède pour faire de la recherche. À cet égard, la région est exceptionnelle, car elle possède plusieurs grandes universités où se fait de la recherche, des laboratoires

fédéraux et des instituts de recherche à but non lucratif. Ces institutions ont favorisé le développement des technologies qui constituent la base de plus de la moitié des 160 entreprises de biotechnologie et d'instruments médicaux de l'État de Washington.

### Marché dynamique des biens de consommation

Étant donnée l'aisance matérielle des consommateurs (le revenu par habitant dans la région du Puget Sound est actuellement de 24 % supérieur à la moyenne nationale) et leur niveau d'instruction élevé, l'accueil de produits nouveaux, en particulier de produits importés de grande qualité, y est supérieur à la moyenne.

Dans la région du Pacifique/Nord-Ouest, les décisions d'achat et les canaux de distribution ont un caractère régional plutôt que national, ce qui veut dire que le marché est d'une dimension contrôlable pour les petits exportateurs canadiens. Étant donné ces caractéristiques, le territoire du consulat général est un premier marché idéal pour le nouvel exportateur, en particulier dans le secteur des biens de consommation. (Voir aussi le rapport sur le marché du mobilier, à la page 4.)

*Pour plus d'information sur le consulat général du Canada à Seattle, sur notre équipe du commerce et sur la manière dont nous pouvons vous aider à trouver des débouchés commerciaux sur le marché du Pacifique/Nord-Ouest, voir le site internet [www.canada-seattle.org](http://www.canada-seattle.org)*

### Activités dans le cadre d'ExportUSA (NEEF)

Le consulat de Seattle offre un programme dynamique pour les missions Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), de même que pour les missions NEEF inverses au Canada, qui sont jumelées à de grandes foires commerciales ou à des congrès d'associations.

Prochaines missions :

#### Missions NEEF inverses

Date : 13 octobre

Secteur : Multi-secteur

Lieu : Whitehorse

Date : Octobre (à déterminer)

Secteur : Software

Lieu : Vancouver/Victoria

Date : Octobre (à déterminer)

Secteur : Déjeuner de travail avec le chapitre de la C.-B. de

l'Association canadienne des industries de l'environnement

Lieu : Vancouver

Date : 12-17 novembre

Secteur : Biotechnologie, région du Pacifique

Lieu : Vancouver

Date : Début de 2001 (à déterminer)

Secteur : Sciences de la vie

Lieu : Edmonton

### EXPORT - É.-U. (Exportateurs aux États-Unis)

Date : À déterminer

Secteur : Vêtements : NW Winter Market

Lieu : Seattle

Pour plus de détails, composer le (206) 443-1777 et demander à parler à l'agent responsable du secteur. ✪

## Rapport LE PACIFIQUE/NORD- OUEST EST UN FOYER DES ESSAIS CLINIQUES

Selon les constatations d'un récent rapport, les entreprises de la région effectuent en ce moment 240 essais cliniques ayant trait au cancer, aux maladies infectieuses, aux maladies auto-immunes et à d'autres maladies débilantes. Coparrainé par le consulat général du Canada et par Axio Research Corporation, le rapport, intitulé *Status of Research, Development & Clinical Trials*, donne les profils de 46 entreprises, dont 23 sont canadiennes. Trente-six pour cent de ces essais sont des essais de phase II et de phase III, qui correspondent aux derniers stades du processus d'approbation du développement de médicaments.

Ce rapport est conçu pour dresser le profil de l'industrie régionale de la biotechnologie et pour faciliter les rencontres entre partenaires éventuels, et faire mieux connaître les possibilités de partenariat et de collaboration dans le domaine de la recherche.

Pour obtenir un exemplaire du rapport, communiquer avec Mme Jane Shaw, agent de développement commercial, tél. : (206) 770-4081, courriel : [jane.shaw@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jane.shaw@dfait-maeci.gc.ca) ✪

### COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassade.ducanada.org](http://www.ambassade.ducanada.org)) et consultez, dans la section *Promotion du commerce*, l'encadré *Marchés publics du gouvernement américain*.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

**B**ristol Aerospace Limited jouit depuis longtemps d'une excellente réputation auprès du gouvernement américain pour avoir effectué des réparations novatrices et de qualité sur des composantes de réacteurs et sur des ensembles de postcombustion. Cette réputation ne

commande actuel prévoit la réparation de 300 volets divergents de F101, à une cadence de 30 par mois. Or, le rythme de production de Bristol est de trois fois cette cadence, afin de répondre à un besoin urgent de la Base aérienne Tinker.

financier 1999-2000 seulement, Bristol, par l'intermédiaire de CCC, a conclu avec le Département de la Défense des États-Unis 14 contrats évalués à 21 millions de dollars américains.

« Nous maintenons d'excellentes relations professionnelles avec la CCC », de dire Garth Palanuk, un responsable du marketing chez Bristol. « James Kelley, notre directeur de projet, nous a accompagné à maintes occasions à la Base aérienne de Tinker, où il a expliqué au client le rôle de la CCC et discuté avec lui de points concernant, entre autres, l'exécution du contrat, les paiements proportionnels et l'attestation des prix. Ce service a été hautement apprécié par le client. »

« Nous sommes heureux de pouvoir faire ces présentations, a ajouté M. Kelly. C'est un bon exemple de la méthode qu'emploie la CCC pour mener à bien le développement d'une entreprise. »

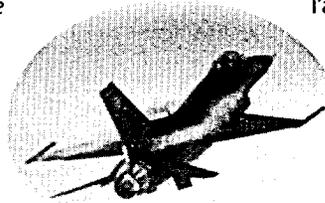
Avec un tel travail d'équipe, rien n'est impossible pour Bristol et pour la CCC.

Pour plus d'informations sur Bristol Aerospace, communiquer avec M. Garth Palanuk, tél. : (204) 788-2935, téléc. : (204) 775-7494, courriel : [gpalanuk@bristol.ca](mailto:gpalanuk@bristol.ca) internet : [www.bristol.ca](http://www.bristol.ca) ✪

*L'aérospatiale propulsée par la CCC*

# Bonne poussée aux É.-U.

cesse de grandir. La société, qui est basée à Winnipeg, est en avance d'un an sur le programme de réparation des volets divergents des F101, réalisé pour la Base aérienne de Tinker dans le cadre d'un contrat en cours atteignant maintenant 1,6 million de dollars américains. Il s'agit là d'un des nombreux contrats que Bristol exécute aux États-Unis en partenariat avec la Corporation commerciale canadienne (CCC).



La société Bristol Aerospace a vu le jour en 1930, comme entreprise de tôlerie, au moment où l'aviation en était à ses débuts. Progressant au rythme de l'aviation, la société, qui fait partie de Magellan Aerospace, compte maintenant 1 100 employés. Son expertise s'étend à l'étude, la fabrication et la réparation de structures, de composants et de sous-systèmes de moteurs, pour les avions militaires et commerciaux, et elle participe à des programmes de recherche en sciences spatiales touchant aux fusées, aux petits satellites et à la charge utile de ces engins.

Bien que l'entreprise fasse des affaires au Royaume-Uni, en Suède, au Botswana, en Australie, en France et en Russie, les États-Unis demeurent de loin son plus gros marché d'exportation. Durant l'exercice

Bristol et la CCC pilotent des projets en partenariat depuis plus de 20 ans. Grâce à la CCC, Bristol a pu avoir directement accès au département de la Défense des États-Unis, en vertu de l'Accord sur le partage de la production de défense conclu entre les deux pays. Le bon de

## Mission commerciale en Europe centrale

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a dirigé une mission commerciale en Europe centrale, le mois dernier, afin de promouvoir les intérêts commerciaux du Canada et de renforcer les liens bilatéraux dans cette région. Le Ministre et les 55 gens d'affaires qui l'accompagnaient lors de la mission de cinq jours se sont rendus à Budapest (Hongrie), à Bratislava (République slovaque), à Prague (République tchèque) et à Ljubljana (Slovénie). La mission a permis aux représentants de la délégation canadienne d'étendre leurs activités commerciales en Europe centrale où ils ont

d'ailleurs signé des contrats d'une valeur de 8,15 millions de dollars. Bon nombre des entreprises canadiennes ont déclaré qu'elles prévoyaient signer prochainement d'autres contrats pouvant atteindre 42,3 millions de dollars.

Pour tout renseignement, communiquer avec M. Pierre Boucley, Direction de l'Europe centrale, MAECI, tél. : (613) 992-1449, téléc. : (613) 885-8756, courriel : [pierre.boucley@dfait-maeci.gc.ca](mailto:pierre.boucley@dfait-maeci.gc.ca) ou voir le site internet de l'Équipe Canada à [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca) ✪

### DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



Corporation  
Commerciale  
Canadienne

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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

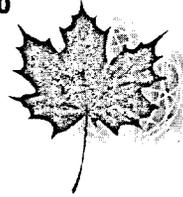
Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, n° sans frais : 1-800 748-8191, téléc. : (613) 947-3903, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca), internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

# Le commerce canadien en revue

Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada  
Deuxième trimestre de 2000

Ce rapport trimestriel sur le commerce et l'investissement fait état de la croissance économique du Canada au cours du deuxième trimestre de 2000 et souligne les résultats au plan du commerce et de l'investissement dans des secteurs et des marchés clés.



## La hausse du commerce et du courant d'investissements : force de la nouvelle économie du Canada

Le produit intérieur brut (PIB) réel du Canada a affiché un gain de 1,1 % au deuxième trimestre de 2000, comparativement au trimestre précédent. Cette croissance est en grande partie attribuable aux investissements effectués dans le domaine de la machinerie et de l'équipement, qui ont connu une hausse de 6,5 % par rapport au même trimestre l'an dernier, ainsi qu'aux dépenses de consommation et aux exportations, qui ont enregistré des augmentations de 0,9 % et 2,1 % respectivement en comparaison du deuxième trimestre de 1999. La création de 33 000 emplois, la stabilité de l'indice des prix à la consommation et une légère appréciation du dollar canadien vis-à-vis du dollar américain figurent parmi les autres observations économiques importantes faites entre avril et juin.

Au deuxième trimestre, la force de l'économie canadienne s'est également manifestée par les importations de biens et services, qui ont progressé plus rapidement que les exportations. Le solide excédent commercial que possédait le Canada depuis deux ans a par conséquent diminué, après le niveau record atteint au trimestre

Voir page 2 — La hausse

## Faits saillants du commerce et de l'investissement

Par rapport au même trimestre l'an dernier, la croissance enregistrée ce trimestre pour les exportations et les importations canadiennes de marchandises a généré une grande partie des gains au chapitre des échanges commerciaux de biens et services. Pour la première fois, la valeur des exportations trimestrielles de marchandises a dépassé 100 milliards \$. En outre, pour le deuxième trimestre, la machinerie et l'équipement venaient au premier rang parmi les catégories de biens exportés, devant les produits automobiles. D'avril à juin, la performance du commerce des services a fléchi comparativement au trimestre correspondant de l'année précédente, les exportations ayant diminué tandis qu'augmentaient faiblement les importations. Pour sa part, l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) a faibli au deuxième trimestre en comparaison d'une forte hausse de l'investissement étranger direct (IED) au Canada, qui a atteint un niveau record. Plus de la moitié de la hausse de l'IED venait d'acquisitions de sociétés canadiennes par des entreprises étrangères.

## Les produits énergétiques et de haute technologie alimentent le niveau record du commerce des marchandises

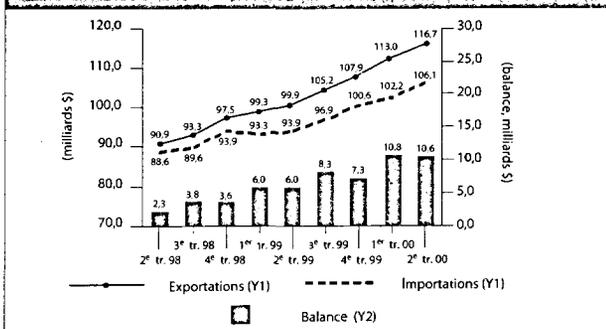
Les exportations canadiennes de marchandises ont été évaluées à 102,9 milliards \$ au deuxième trimestre, ce qui représente une hausse de 3,4 % par rapport au trimestre précédent. Les exportations ont reçu un élan des produits de haute technologie du secteur de la machinerie et de l'équipement (dont des biens tels que les téléviseurs, les appareils de télécommunications et les machines et le matériel de bureau), qui a enregistré une hausse de 10,7 %

Voir page 2 — Faits saillants

Figure 1 - Indicateurs économiques et commerciaux du Canada

Pourcentage de variation aux taux annuels 2 <sup>e</sup> tr. de 2000 par rapport au 1 <sup>er</sup> tr. de 2000	
PIB réel (annualisée)	4,7 %
Emploi (hausse trimestrielle, niveau IPC)	33 300
Ensemble des composants	1,9 %
Composants de base (exclut les aliments et l'énergie)	1,9 %
\$CAN en devise US (2 <sup>e</sup> tr., moyenne)	0,6730
Exportations de biens et de services (dollars courants)	11,1 %
Importations de biens et de services (dollars courants)	15,4 %

Figure 2 - Commerce canadien de biens et de services (en milliards de dollars, base de paiements de base)



Source : Statistique Canada

Préparé par la Direction de l'analyse commerciale et économique (EET)



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

**Faits saillants** — Suite de la page 1

par rapport au même trimestre l'an dernier. La plupart des autres catégories ont elles aussi contribué à la hausse trimestrielle qu'ont connu les exportations, faisant ainsi contrepoids au recul des produits automobiles.

La valeur des importations canadiennes de marchandises a atteint 90,7 milliards \$ au deuxième trimestre — une hausse de 4,0 % par rapport au

Les prix de l'énergie ont eux aussi joué un rôle clé dans la performance de ce trimestre en amenant une hausse des prix à l'exportation. Comme les prix à l'importation n'ont pas augmenté, les termes de l'échange ont enregistré une hausse de 2,4 points de pourcentage par rapport au même trimestre l'an dernier.

Du point de vue des principaux partenaires commerciaux, la croissance a été concentrée dans les exportations

vers les É.-U., le Japon et l'Union européenne (UE). La croissance des importations a pour sa part été générale. On a noté un renforcement des relations commerciales entre le Canada et les É.-U., alimenté par une forte croissance économique au sud de la frontière canadienne. Jusqu'à maintenant, 86 % des exportations canadiennes de marchandises ont été expédiées vers les É.-U., alors que cette proportion était de 77 % en 1995. Cependant, si l'on tient compte du trafic de trans-

bordement, la part des É.-U. dans les exportations canadiennes est un peu moins grande : elle est évaluée à 74,6 % pour 1995 et à 82,1 % pour 1999.

La prise en compte du trafic de transbordement repose sur le fait qu'il se produit des distorsions dans les statistiques sur le commerce des biens, les marchandises exportées vers une destination pouvant être réacheminées vers un troisième pays.

Par exemple, les statistiques canadiennes sur les échanges commerciaux qui rendent compte des exportations du Canada vers les É.-U. comprennent également celles dont la destination finale est le Mexique. L'utilisation systématique des moyens de transport à partir des É.-U. pour les échanges commerciaux du Canada avec des pays

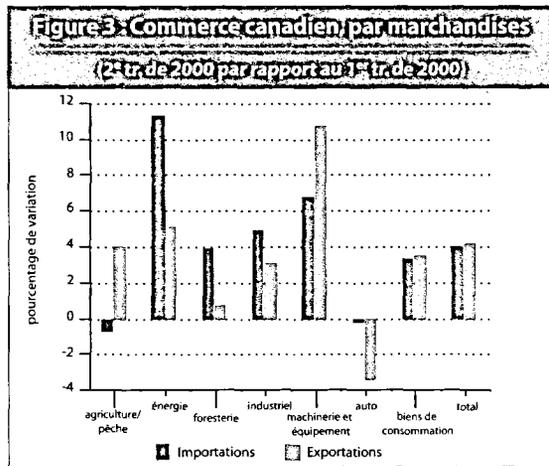
**La hausse** — Suite de la page 1

précédent. L'excédent courant du Canada a baissé de 1,3 milliard \$, pour être ramené à 3,6 milliards \$ pour le trimestre, les déficits se creusant au chapitre du commerce des services et des revenus de placement.

Un climat économique favorable aux États-Unis, mais aussi dans le reste du monde, a stimulé les exportations canadiennes. Le PIB réel des É.-U. a enregistré une forte augmentation à un taux annuel de 5,3 % au deuxième trimestre de 2000. En Europe, l'emploi et la production ont continué de progresser. Dans certains pays d'Asie, le PIB réel est demeuré solide, et on a pu observer des signes de renforcement de la conjoncture économique en Amérique latine et en Europe de l'Est.

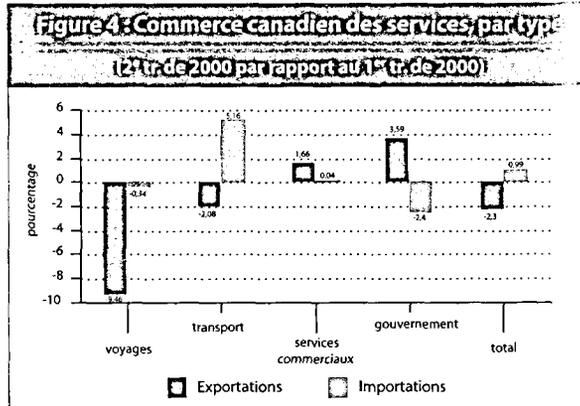
tiers rend cette question encore plus pertinente. En outre, l'utilisation des statistiques américaines sur les importations en provenance du Canada comme source d'information sur les exportations canadiennes vers les É.-U. ajoutent encore à la complexité de la question. Cette question sera explorée plus en détail dans la section « Nouvelles » du prochain numéro de *Commerce canadien en revue*.

Le succès des exportations de marchandises au deuxième trimestre de 2000 a profité à toutes les provinces et territoires du Canada, une très forte croissance ayant été observée pour le



Source : Statistique Canada

trimestre précédent. Tandis que les produits énergétique ont affiché la plus forte hausse en pourcentage du trimestre, le secteur de la machinerie et de l'équipement a enregistré le gain le plus élevé du point de vue de la valeur des importations. Les importants achats de machinerie et d'équipement découlaient en partie des forts investissements effectués dans des usines et dans l'équipement par les industries canadiennes associées à la nouvelle économie. Selon une enquête récente de Statistique Canada, les secteurs des télécommunications, de la fabrication d'ordinateurs et des services liés à l'informatique investissent cette année dans les nouvelles technologies plus rapidement que le reste de l'économie. Les importations ont également progressé dans les catégories des produits de la forêt, des biens industriels et des produits de consommation. Les produits automobiles, de l'agriculture et de la pêche ont cependant enregistré un recul au deuxième trimestre.



Source : Statistique Canada

Manitoba (31 %) et le Nouveau-Brunswick (21 %). Le mouvement des importations a été différent selon la province : des hausses ont été constatées pour Terre-Neuve, la Nouvelle-Écosse, le Québec, l'Ontario, le Manitoba, la Colombie-Britannique et le Yukon, alors que des baisses ont été observées dans les autres provinces.

### Les exportations de services ont montré des signes de faiblesse

La valeur des exportations canadiennes de services a atteint 13,7 milliards \$ au cours du deuxième trimestre, ce qui représente une baisse de 2,3 % par rapport au trimestre précédent. La hausse des exportations des services commerciaux et gouvernementaux a été plus que compensée par le recul du secteur des voyages et du transport. En ce qui concerne les services commerciaux, la hausse a été générale. Les services de transport maritime ont augmenté au deuxième trimestre, tandis que diminuaient les services de transport aérien, routier et autres, de même que les voyages d'agrément et d'affaires.

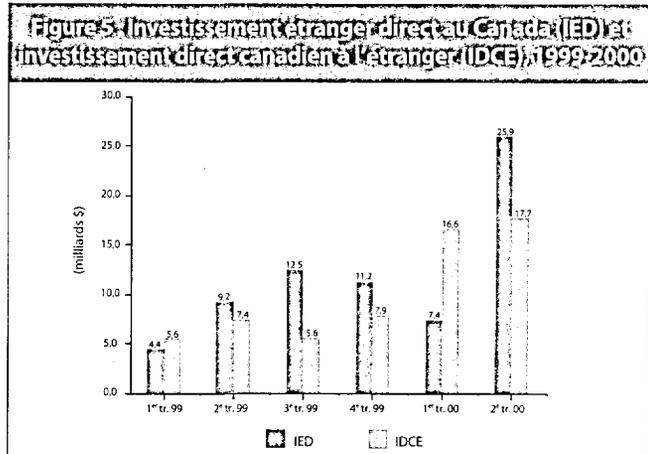
Les importations de services ont enregistré un gain au deuxième trimestre : leur valeur a atteint 15,4 milliards \$. Le déficit du Canada au chapitre des services a augmenté de 474 millions \$ pour atteindre 1,6 milliard \$.

### Les acquisitions ont engendré un énorme chiffre d'IED au Canada

Le chiffre de l'IED au Canada a été de 25,9 milliards \$ au deuxième trimestre; il est supérieur à la valeur atteinte au cours des deux précédents trimestres réunis. Une grande part de ces investissements sont des acquisitions d'entreprises canadiennes. Le volume d'IED de ce trimestre était également attribuable à une hausse sans précédent (qui a pu atteindre 10,2 milliards \$) des investissements de pays de l'UE autres que le Royaume-Uni, encore que les É.-U. demeurent la

principale source d'IED. Les secteurs d'activités dans lesquels ces investissements ont été effectués comprennent notamment la machinerie et le matériel de transport.

L'IDCE a atteint 17,7 milliards \$ au deuxième trimestre de 2000 et était principalement orienté vers les É.-U., l'Europe et l'Asie. Les secteurs d'activités dans lesquels ont été effectués ces investissements sont l'énergie, la machinerie, le matériel de transport et les industries diverses. La part des acquisitions a également été importante dans l'IDCE et représentait la moitié de l'investissement direct à l'étranger.



Source : Statistique Canada

## Nouvelles

### Principaux exportateurs du Canada

Vue l'intensification de la concurrence mondiale et comme la prospérité canadienne dépend de plus en plus du commerce international, le Canada est résolu à conserver et à étendre ses marchés à l'étranger. À cet effet, on a observé un intérêt croissant en vue d'identifier les caractéristiques des entreprises exportatrices, ce type de renseignements n'ayant pas toujours été accessible aux personnes chargées de formuler les politiques. Cette section du *Commerce canadien en revue* porte sur la répartition des exportations canadiennes selon le volume et la destination des exportations, les provinces où se trouvent les sièges des

entreprises exportatrices et leurs secteurs d'activités. Elle précise aussi quelle a été, ces dernières années, la présence des 50 principaux exportateurs canadiens sur les marchés.

Selon le Registre des exportateurs de Statistique Canada, 30 738 établissements canadiens ont collectivement exporté pour 278,9 milliards \$ de biens en 1997. Le nombre d'établissements exportateurs identifiés a augmenté de 6 846, soit de 6,5 %, tandis que la valeur des exportations a progressé de 12,1 % entre 1993 et 1997, selon un taux annuel moyen composé. Le secteur de la fabrication représentait 52,2 % du nombre total d'entreprises en 1997 et 70 % de la valeur de leurs exportations (voir la figure 6). Le secteur des services a enregistré la croissance la

plus forte du nombre d'exportateurs entre 1993 et 1997.<sup>1</sup>

Les cinq secteurs les plus forts (transports; commerce de gros; papier et produits assimilés; produits électriques et électroniques; extraction minière, exploitation des carrières et puits de pétrole) représentaient 56,8 % de la valeur des exportations en 1997; ils ne représentaient néanmoins que 34 % du nombre d'exportateurs. Cependant, le commerce de gros, les produits métalliques ouvrés, la machinerie, les services aux entreprises et le bâtiment, les transports et le stockage ont dominé du point de vue du nombre d'établissements exportateurs, avec 45,7 % du total de 1997 et 25,2 % de la valeur des exportations.

1 Le Registre des exportateurs recense également les exportations de marchandises des établissements de services.

**Figure 6: Nombre d'exportateurs canadiens, valeur et croissance des exportations**

	Nombre d'exportateurs, 1997	Croissance annuelle composée, 1993-1997 (%)	Valeur des exportations, 1997 (milliards \$)	Croissance annuelle composée 1993-1997 (%)
Transformation des ressources premières*	2 006	3,4	20,4	11,6
Fabrication	16 056	5,3	195,1	12,6
Services	12 676	8,7	63,4	10,9
<b>Total</b>	<b>30 738</b>	<b>6,5</b>	<b>278,9</b>	<b>12,1</b>

\* Comprend les services agricoles et services connexes, la pêche, le piégeage, l'exploitation forestière, l'extraction minière (broyage), l'exploitation des carrières et les puits de pétrole.

Du point de vue de la destination, la majorité des établissements canadiens (18 445 ou 60 % du total) ont exporté seulement vers les États-Unis en 1997. Seulement 14,2 % des établissements ont exporté vers des marchés autres qu'américains. Les autres, soit 25,8 %, ont exporté à la fois aux É.-U. et vers des marchés autres qu'américains. La valeur moyenne des exportations par établissement pour les sociétés ayant exporté aux É.-U. et vers des marchés autres qu'américains a été de 16 millions \$, comparativement à 7,5 millions pour les exportateurs ayant effectué des ventes aux É.-U. seulement et à 2,9 millions pour les exportateurs ayant fait des ventes exclusivement dans des marchés autres qu'américains. Ces chiffres montrent que l'accès à des marchés plus diversifiés a été très profitable pour les exportateurs, qui ont notamment pu bénéficier d'économies d'échelle.

Au sein du marché américain, les États côtiers de l'est du pays (Maine, New Hampshire, Vermont, Connecticut, Massachusetts, Rhode Island, New Jersey, New York, Pennsylvanie, District de Columbia, Delaware, Maryland, Caroline du Nord, Virginie et Virginie occidentale) sont la destination la plus importante, si l'on considère le nombre d'exportateurs. La principale région industrielle (Illinois, Indiana, Kentucky, Michigan, Ohio et Wisconsin) est pour sa part la plus importante du point de vue de la valeur des exportations.

Si l'on considère la province où se trouve le siège de chaque exportateur, l'Ontario, le Québec et la Colombie-Britannique venaient, en 1997, aux premiers rangs pour le nombre d'exportateurs et la croissance nette entre 1993 et 1997. Les provinces où la croissance des ventes a été le plus élevée pendant cette période sont le Manitoba (23 %), le Québec (15,8 %) et l'Alberta (14,8 %).

Le Registre des exportateurs de Statistique Canada montre également que, si l'on considère la taille des établissements, la catégorie où le nombre d'exportateurs a le plus augmenté est celle où la valeur des ventes à l'exportation se situait entre 100 000 \$ et 999 999 \$. Cette catégorie comptait le plus grand nombre d'exportateurs (12 843), avec une part de seulement 1,7 % de la valeur des exportations en 1997. De leur côté, les 1 317 plus grands établissements

ayant déclaré des exportations de plus de 25 millions \$ ont généré 81,5 % (227 milliards \$) du total des exportations en 1997.

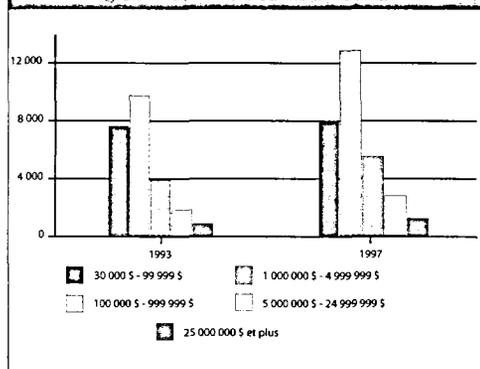
Il semble que, du point de vue de la valeur, la part des petits exportateurs<sup>2</sup> et celle des 50 principaux exportateurs aient graduellement diminué. En ce qui concerne les petits exportateurs, leur part a chuté de 7,3 % en 1993 à 6,6 % en 1997. En revanche, la part des 50 principaux exportateurs a diminué de 38 % en 1993 à 35 % en 1997. Signalons en particulier

que du point de vue de la valeur, la part des 50 principaux exportateurs vers les É.-U. a été ramenée de 45 % en 1993 à 40 % en 1997<sup>3</sup>, ce qui donne à penser que les exportations ont été moins concentrées dans les mains des principaux exportateurs canadiens au cours de cette période.

Les données communiquées par les entreprises viennent confirmer les constatations qui précèdent, les 50 principaux exportateurs ayant effectué 33,5 % des exportations canadiennes de biens et services en 1999, avec des ventes à l'exportation variant entre 390 millions \$ et 28 milliards \$. En moyenne, ces entreprises ont exporté 45 % de leur production en 1999.

Parmi les 50 plus grandes entreprises exportatrices, 12 appartiennent au secteur de l'exploitation forestière, 6 au secteur de l'automobile, 4 au secteur de l'extraction minière, 4 au secteur du pétrole et du gaz, 4 au secteur de l'informatique et les 16 dernières à d'autres secteurs d'activités. En 1999, les sociétés canadiennes du secteur de l'automobile ont exporté pour 71 milliards \$ de biens et services, dépassant les ventes de toutes les autres entreprises réunies. Les autres entreprises dont le volume des exportations a été assez important en 1999 appartenaient aux secteurs de l'exploitation forestière et des télécommunications.

**Figure 7: Nombre d'exportateurs canadiens, par taille des établissements**



Source : Statistique Canada

- On qualifie de petits exportateurs ceux qui font des ventes à l'exportation de moins de 5 millions \$.
- Données fournies par la Direction du commerce international, Statistique Canada.

**L'**économie mondiale tourne à plein régime pour la première fois depuis 1994. Une des conséquences de cette révolution est l'apparition d'une très forte demande de pétrole, qui a propulsé les prix à des niveaux jamais encore atteints au cours des 10 dernières années. Récemment,

Devant le choc que pourrait produire cette hausse, on peut chercher à se rassurer en disant que les grandes économies du monde sont beaucoup moins à la merci du pétrole aujourd'hui qu'elles ne l'étaient dans le passé. Cette affirmation demeure vraie dans la

des dépenses de consommation et l'investissement.

Même si le prix du pétrole se fixe à environ 35 \$ le baril, plutôt qu'au prix oscillant entre 22 \$ et 25 \$ prévu par la SEE au printemps 2000 dans ses prévisions mondiales sur les exportations, ce prix aura pour effet de ralentir la croissance des grandes économies d'environ un demi-point de pourcentage et de hausser l'inflation d'environ 1 %.

S'il n'y avait pas d'autres conséquences, les marchés financiers seraient plus rassurés. Or ce sont les effets secondaires qui sont le plus inquiétants, et leur gravité dépendra de la durée pendant laquelle persisteront les prix élevés du pétrole. Devant la possibilité que les travailleurs commencent à négocier pour obtenir des salaires plus élevés à la suite de la hausse des prix pétroliers et engendrent ainsi, après un certain temps, des pressions inflationnistes généralisées, les banques centrales vont augmenter les taux d'intérêt et donc provoquer un ralentissement économique encore plus marqué. Comme la croissance économique mondiale est actuellement supérieure à 4 %, il ne s'ensuivrait pas une récession, mais les perspectives seraient beaucoup moins encourageantes qu'elle ne l'étaient il y a seulement quelques mois.

En conclusion, on peut dire que la hausse des prix pétroliers — bien qu'elle puisse être un bienfait pour certaines entreprises — engendre le risque d'un ralentissement de la croissance des exportations canadiennes et de l'économie canadienne en général, sans parler de la hausse de l'inflation et des taux d'intérêt.

Espérons que l'hiver sera doux... ❄

## Talon d'Achille de l'économie mondiale

# Flambée du pétrole

par Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

les observateurs en sont venus à se demander si l'industrie pétrolière était capable de produire assez de pétrole pour maintenir le prix du baril sous les 30 \$US. En effet, les réserves étant très basses, une hausse soudaine de la demande pendant les mois d'hiver dans l'hémisphère nord pourrait porter le prix au-delà des 40 \$US.



M. Stephen S. Poloz de la SEE

mesure où les secteurs de l'économie qui connaissent la plus forte croissance sont ceux de la technologie et des services. Cependant, cela ne change rien à l'hypothèse selon laquelle des prix pétroliers élevés auront à peu près le même effet qu'une forte hausse des impôts, qui ralentira les autres composantes

## Renseignements sur l'accès aux marchés

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), par l'intermédiaire de la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés, offre aux exportateurs canadiens des renseignements sur l'accès aux marchés.

Ces renseignements comprennent de l'information sur les droits de douane, les taxes, les règles d'origine et certaines méthodes d'entrée et, pour les États-Unis, des services consultatifs sur les normes d'étiquetage des produits alimentaires de la Food and Drug Administration (FDA) et du Département de l'Agriculture des É.-U. (USDA). D'autres renseignements, plus généraux, sont également disponibles pour d'autres pays.

Le service, qui concerne presque toutes les exportations canadiennes, est offert pour les pays et régions suivants : Afrique du Sud, Algérie, Arabie saoudite, Argentine, Australie, Bahreïn, Bolivie, Brésil, Brunéi, Bulgarie, Cameroun, Chili, Chine, Colombie, Corée du Sud, Costa

Rica, Côte d'Ivoire, Cuba, Émirats arabes unis, Équateur, Égypte, El Salvador, États-Unis, Honduras, Hong Kong, Hongrie, Inde, Indonésie, Irlande, Israël, Japon, Kenya, Koweït, Luxembourg, Malaisie, Maroc, Maurice, Mexique, Nicaragua, Nigéria, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pakistan, Paraguay, Pérou, Philippines, Pologne, Qatar, République tchèque, Roumanie, Russie, Sénégal, Singapour, Slovaquie, Slovénie, Sri Lanka, Taiwan, Tanzanie, Thaïlande, Tunisie, Turquie, Union européenne (15 pays membres), Uruguay, Venezuela et Vietnam.

Pour obtenir de l'information sur l'accès aux marchés et sur les droits de douane, composer les numéros suivants : tél. : (613) 944-1569 ou (613) 944-5070, téléc. : 613) 944-4840 ou (613) 992-6002.

Pour des services consultatifs sur les normes d'étiquetage des produits alimentaires de la FDA ou de l'USDA, composer les numéros suivants : tél. : (613) 944-1015, téléc. : (613) 944-4840 ou (613) 992-6002. ❄

## De bons résultats semestriels de la SEE

— Suite de la page 2

ainsi que des partenariats avec des établissements d'enseignement et des associations de jeunes.

Pour de plus amples détails sur les résultats commerciaux de la SEE, y compris sur les marchés d'exportation, les secteurs industriels et l'origine des exportations, voir le site internet [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca) ❄

**A**ux Pays-Bas, les ventes de technologies de l'information et des communications (TIC — matériels, logiciels et services informatiques) totalisaient 14,6 milliards de dollars en 1999, soit une hausse d'environ 11 % par rapport à 1998.

*Surviv*

# Les TIC aux Pays-Bas

En 1999, les ventes de matériel et de logiciels ont augmenté de 14 % et de 20 % respectivement, alors que les services informatiques n'affichaient qu'une hausse modeste de 1,7 %. Pour 2000, l'humeur est à l'optimisme, le taux de croissance prévu étant de 14 %, ce qui portera le total des ventes à 16,8 milliards de dollars. Les logiciels standard gagnent sans cesse en popularité, au détriment des logiciels sur mesure.

Le marché néerlandais des télécommunications a été évalué à 14 milliards de dollars en 1999, ce qui correspond à un accroissement de 7,3 % par rapport à 1998. Sur ce total, les services de télécommunications représentaient 11,8 milliards de dollars.

## Tendances et débouchés potentiels

Le marché néerlandais offre des débouchés pour les logiciels spécialisés (techniques), par exemple les logiciels de création graphique, les logiciels de conception et de fabrication assistée par ordinateur, les logiciels d'édition et les systèmes experts. Les systèmes d'information documentaire constituent un important secteur de croissance comme les logiciels PC pour communications et les produits complémentaires. Par ailleurs, l'industrie des

logiciels multimédias se développe rapidement. Parmi les principaux domaines d'application figurent l'enseignement, soit un domaine où les Pays-Bas accusent du retard par rapport aux autres pays industrialisés. Les autorités néerlandaises ont donc mis en place un vaste programme

pour promouvoir l'utilisation des TI dans l'enseignement.

Le marché des télécommunications a été libéralisé ces dernières années. Parmi les secteurs de croissance clés figurent les applications internet, la téléphonie mobile et les réseaux WAP, l'intégration ordinateur-téléphone et l'intégration voix-données.

Quelque 43,9 % des 16 millions de Néerlandais utilisent régulièrement l'internet. Près de 39 % des ménages ont accès au réseau, et, d'après des sondages récents, près de 50 % des ménages y seront abonnés au milieu de 2001. En décembre 1998, 80 % des grandes entreprises néerlandaises utilisaient l'internet.

Le commerce électronique progresse rapidement (au rythme de 200 % par année selon certaines estimations). L'importance grandissante de l'internet pour la communication de données, le nombre accru de fournisseurs d'accès à l'internet et la popularité sans cesse plus grande du commerce en ligne (commerce de détail, commerce entre entreprises, commerce entre gouvernement et entreprises) vont créer des débouchés pour les fournisseurs de technologies connexes.

## Pour pénétrer le marché

Comme sur d'autres marchés, toutes sortes d'entreprises et d'organismes publics et privés sont représentés parmi les utilisateurs finals des TIC. Les Pays-Bas ne sont pas un « gros » fabricant de TIC. En revanche, ils sont forts dans le domaine de l'intégration de systèmes et de services et offrent donc un bassin intéressant de partenaires éventuels. En général, pour pénétrer le marché, il faudra obligatoirement retenir les services d'un représentant sur place.

## Principaux concurrents

À quelques exceptions près, les Pays-Bas ne sont pas un important fabricant de TIC. Pour les logiciels, la plupart des grands producteurs américains, japonais et européens sont représentés sur le marché; les développeurs locaux sont bien implantés dans le segment des applications sur mesure pour entreprises

## Contraintes et défis

Les Pays-Bas sont un marché relativement ouvert qui oppose peu d'obstacles aux producteurs étrangers, ce qui en fait un important point d'entrée en Europe. Un nombre appréciable d'entreprises canadiennes œuvrant dans le domaine des TIC ont ouvert une filiale au Pays-Bas alors qu'un nombre plus important y réalisent des ventes très intéressantes par l'intermédiaire de distributeurs ou de revendeurs.

**Pour plus de renseignements,** communiquer avec M. Chris J. Rowley, agent commercial, ambassade du Canada, La Haye, tél. : (011-31-70) 311-1664, téléc. : (011-31-70) 311-1682, courriel : [chris.rowley@dfait-maeci.gc.ca](mailto:chris.rowley@dfait-maeci.gc.ca) internet: [www.ocanada.nl](http://www.ocanada.nl)

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

## Un chef de file mondial

### Le marché des TIC en Suède

En février 2000, la Suède devenait le premier producteur de technologies de l'information (TI) dans le monde, enlevant ainsi aux États-Unis le titre qu'ils détenaient depuis toujours.

#### Un bastion de la R-D

L'établissement en Suède, au cours des deux dernières années, de centres de recherche-développement (R-D) avancée

par des géants dans le domaine des technologies de l'information et des communications (TIC), comme Intel, Microsoft, Motorola et Nokia, témoigne bien de l'importance de ce marché. Ces entreprises et d'autres ont rejoint le champion national, Ericsson, dans divers centres d'excellence, par exemple l'énorme complexe de recherche de Kista, en banlieue nord de

Stockholm. Le quartier de Kista, où sont établies quelque 700 entreprises, figure parmi les cinq premiers centres de recherche dans le monde et le premier centre de recherche en Europe.

#### Un catalyseur pour l'innovation

Leader mondial dans les systèmes de communication mobile — et numéro trois dans la téléphonie mobile — Ericsson a stimulé l'innovation parmi ses fournisseurs ainsi que la création d'un nombre important de filiales et d'entreprises nouvelles.

Voir page 11 — Le marché

**L'**Allemagne occupe le troisième rang, derrière les États-Unis et le Japon, pour son marché des technologies de l'information (TI) (produits et services confondus), qui vaut 205 milliards de marks ou 150 milliards de dollars.

En 1999, l'accès à l'internet s'est beaucoup développé en Allemagne, le nombre d'utilisateurs ayant augmenté de 36 %, pour s'établir à 11 millions (l'Allemagne

du commerce électronique en Allemagne offre des possibilités extraordinaires. En 1999, 9 millions de personnes ont fait des achats sur l'internet pour la somme totale d'un milliard de marks environ (750 millions de dollars). Parmi les produits les plus vendus, mentionnons les livres, les ordinateurs et logiciels, les vêtements et les disques compacts. Les services bancaires en ligne (qui constituent 74 % des services proposés sur l'internet en Allemagne), les

prises est appelé à dépasser le commerce électronique avec les particuliers.

Les entreprises allemandes prennent de plus en plus conscience de l'intérêt du commerce électronique et elles élargissent leur présence sur l'internet. À l'heure actuelle, 82 % des entreprises allemandes de taille moyenne font du commerce électronique et 34 % ont des échanges en ligne avec d'autres entreprises.

#### Principaux concurrents

Parmi les principaux fournisseurs de service internet en Allemagne figurent T-Online, AOL Bertelsmann et Compuserve, et parmi les principaux détaillants, Amazon.com, Ebay.com, Etoys.com, Barnesandnoble.com, et bol.de. Les portails internet les plus populaires sont Yahoo.de, Web.de, lycos.de, et t-online.de, alors que les principales entreprises multimédias sont GFT Technologies, USWeb/CKS, Pixelpark et I-D Media.

#### Défi pour les exportateurs canadiens

Bien que le marché allemand offre des possibilités phénoménales, il est le théâtre d'une concurrence acharnée. D'après les spécialistes de l'industrie, les principaux intervenants mondiaux vont continuer d'étendre leur présence localement. De plus, les entreprises de commerce électronique scandinaves ont une solide avance technologique et elles vont commencer à étendre leurs activités en Europe continentale. Pour les entreprises canadiennes,

Voir page 14 — Les TI

### Survols sectoriel

# Allemagne : les TI

compte 80 millions d'habitants). La moitié de ces utilisateurs ont fait appel aux principaux fournisseurs d'accès à l'internet en Allemagne — T-Online, AOL Bertelsmann et Compuserve. À l'heure actuelle, 13 % des Allemands sont abonnés à l'internet (contre 28 % aux États-Unis). D'après les spécialistes, le tiers des Allemands auront accès à l'internet en 2005.

#### Commerce électronique : possibilités extraordinaires

Le commerce électronique est également en plein essor en Allemagne. D'après les prévisions, d'ici 2004, il représentera en Europe 2,4 billions de dollars. Le marché

réservations d'hôtel et de billets d'avion ou de train sont actuellement les services en ligne les plus populaires. Cela dit, l'Allemagne continue d'accuser un retard de deux ou trois ans par rapport aux États-Unis.

#### Tendances sur le marché

Au fur et à mesure que la demande pour appliquer l'internet progressera, de plus en plus de fournisseurs offriront un accès gratuit au réseau. Les achats en ligne deviendront plus fréquents dès qu'on aura dissipé les inquiétudes ayant trait à la sécurité. Cependant, selon les prévisions, le commerce électronique entre les entre-

## Le marché des TIC en Suède — Suite de la page 10

#### Explosion du capital-risque

Compte tenu des très nombreuses créations d'entreprises novatrices en TI, l'industrie suédoise du capital-risque connaît un véritable essor et, à l'heure actuelle, elle est largement considérée comme la plus novatrice et la plus dynamique en Europe, après l'industrie britannique.

#### Un marché-test important

La Suède a toujours été un important marché-test pour les nouveaux produits ou services. Elle est considérée comme le pays le plus accessible à l'innovation.

#### Les banques adoptent l'internet

Fidèles à cette capacité d'adaptation, les banques commerciales suédoises ont adopté sans réserve les nouvelles techno-

logies. Les trois banques européennes ayant le mieux réussi à intégrer les applications internet à leurs activités sont suédoises. En fait, seule Citibank, aux États-Unis devance les banques suédoises.

#### Les télécommunications

La Suède est le deuxième pays en Europe, après le Royaume-Uni, à avoir déréglé son marché des télécommunications — elle a ouvert le marché à la concurrence, et a fait baisser les prix. Autre événement lourd de conséquences est la délivrance, prévue pour décembre prochain, de quatre licences UMTS ou 3G.

#### Un leader dans les services internet à large bande

Parallèlement à la modernisation de ses

services de téléphonie mobile, l'État suédois s'est engagé à verser 1,5 milliard de dollars dans le cadre d'un projet à frais partagés avec le secteur privé en vue de relier tous les comtés de ce vaste pays (selon les critères européens) à un réseau d'accès à l'internet à large bande.

Aux milliers d'abonnés actuels viendront bientôt s'ajouter des millions d'autres, faisant de la Suède l'un des marchés les plus intéressants pour les fournisseurs de services et de contenus technologiques.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Euan Scott, ambassadeur du Canada à Stockholm, tél. : (011-46-8) 453-3000, téléc. : (011-46-8) 24 24 91, courriel : euan.scott@dfait-maeci.gc.ca internet : [www.canadaemb.se](http://www.canadaemb.se)

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

**L**e secteur des minéraux et de l'exploitation minière sera au cœur de la prochaine mission commerciale d'Équipe Canada en Chine (18-27 novembre). Un atelier sur les minéraux est d'ailleurs prévu au programme, pendant l'escale de la mission à Beijing.

La Chine a d'abondantes ressources minérales, avec des réserves de 154 minéraux,

*Dernier marché à conquérir*

# Les mines en Chine

dont 54 minéraux métalliques et 90 minéraux non métalliques. La Chine est le plus grand producteur de charbon, de zinc, de terres rares et d'acier, l'un des principaux producteurs d'or et le deuxième producteur en importance pour 10 des métaux non ferreux les plus importants. En 1999, les importations minérales de la Chine s'élevaient à 31 milliards de dollars américains. Cette somme comprenait des matières premières et des métaux, notamment de l'acier, du fer, du pétrole, de la chromite, du manganèse, du cuivre et du potassium.

## Marché plus accessible

Alors qu'il s'apprête à ouvrir son marché aux investisseurs étrangers, le gouvernement chinois est décidé à rendre plus clairs les droits miniers et les lois en la matière, à faciliter l'approbation de projets miniers et à réformer sa politique sur l'investissement étranger.

La Chine, qui a créé le ministère des Terres et des Ressources (MTR) en 1998, entreprend actuellement une restructuration en profondeur des ministères et entreprises œuvrant dans le secteur minier. Pour améliorer le cadre juridique, les législateurs chinois ont modifié la Loi sur les ressources minérales et adopté, en février 1998, trois nouveaux règlements, qui mettent en place un régime d'acquisition des droits miniers avec compensation et définissent la situation juridique des investisseurs en Chine. L'adoption en 1999 de la Loi sur l'administration des terres a également permis d'améliorer les conditions dans lesquelles les terres sont utilisées pour l'exploitation minière avec des investissements étrangers.

Le gouvernement est par ailleurs en train de rédiger de nouveaux règlements pour établir des pratiques internationales, notamment dans le domaine de la vente et du transfert de droits d'exploration et d'exploitation minières, de l'acquisition de droits d'exploitation, de la protection des droits miniers, des politiques préférentielles pour promouvoir une utilisation cohérente des ressources et pour explorer

la région non encore développée de l'Ouest de la Chine.

Après avoir libéralisé le marché de l'argent en janvier dernier, le gouvernement se propose d'ouvrir progressivement le marché de l'or et d'établir un centre d'échange de l'or.

## Événements récents

- En janvier dernier, le ministre des Ressources naturelles du Canada, M. Ralph Goodale, a fait un voyage en Chine, en compagnie de 70 représentants d'entreprises canadiennes, parmi lesquels un important contingent de représentants de l'industrie minière. À cette occasion, le Canada et la Chine ont signé un protocole d'entente pour accroître la collaboration entre les deux pays (voir *CanadExport* du 4 juillet 2000, p. 12).
- M. Joe Singer, président de Penfold Limited, est le premier président du nouveau groupe de travail du Canada en Chine sur l'industrie minière.
- Le Canada et l'Australie ont établi en Chine un groupe de travail sur l'industrie minière.

## Activités futures

- La conférence sur l'investissement étranger et le développement de l'industrie minière, qui se tient en Chine chaque année et qui est organisée par le MTR, aura lieu du 10 au 12 octobre 2000, à Ürümqi, dans la province de Xinjiang. En juin dernier, M. Raymond Chan, secrétaire d'État (Asie-Pacifique) a visité la région en compagnie d'une

délégation comprenant plusieurs représentants d'entreprises minières.

- L'atelier sur l'industrie minière qui sera organisé dans le cadre de la prochaine mission commerciale d'Équipe Canada en Chine, et qui se tiendra le 20 novembre à Beijing, portera essentiellement sur les derniers changements apportés aux politiques et aux règlements qui touchent à l'exploration minière, à la stratégie de développement de l'Ouest de la Chine, aux activités de réseautage et aux débouchés qui s'offriront sur le marché des équipements miniers lorsque la Chine aura adhéré à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

## Débouchés pour les équipements miniers

Bien que les équipements fabriqués en Chine soient plus perfectionnés et variés qu'il ne l'étaient, le contrôle de la qualité continue d'y faire défaut. Les prix pratiqués par les fabricants chinois sont inférieurs à ceux des fabricants

étrangers. Cela dit, les réformes entreprises par les autorités chinoises sur le marché minier encouragent les entreprises chinoises d'extraction et de traitement miniers à rechercher des investissements en capital pour améliorer leur productivité.

L'accession de la Chine à l'OMC étant imminente, le droit à l'importation général, qui est de 16 % en moyenne, devrait peu à peu être abaissé au cours des cinq prochaines années à 10 %. Certaines entreprises étrangères ont déjà formé des coentreprises en Chine et y produisent des équipements.

**Pour plus de renseignements** sur la mission d'Équipe Canada, sur les secteurs d'activité et sur les ateliers, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada, MAECI, tél. : (613) 995-2194, téléc. : (613) 996-3406, internet : [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca)

**Pour plus de renseignements** sur l'industrie minière chinoise, communiquer avec M<sup>me</sup> Su Yun Myong, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-3607, courriel : [suyun.myong@dfait-maeci.gc.ca](mailto:suyun.myong@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/china](http://www.dfait-maeci.gc.ca/china) ou avec M. Marc Parisien, ambassade du Canada à Beijing, téléc. : (011-86-10) 6532-4072, courriel : [marc.parisien@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marc.parisien@dfait-maeci.gc.ca)



**R**écemment, on a pu lire dans certains grands journaux économiques du Japon des manchettes comme « Le Japon consacre 15 milliards de dollars au soutien de la technologie de l'information », « Plus de 57 millions d'abonnements au téléphone cellulaire » ou « D'ici 2005, le Japon va égaler les États-Unis dans l'utilisation de l'internet ». Ces titres s'adressent à un pays qui est sorti de son ralentissement économique et progresse rapidement vers sa propre révolution dans le domaine de la technologie de l'information (TI).

L'État comme les entreprises ont consacré d'énormes ressources à la restructuration de ce secteur pour amener le Japon dans l'ère numérique. Les entreprises canadiennes du secteur des TI qui souhaitent accroître leur part du deuxième marché de la TI dans le monde doivent agir maintenant.

#### Pleins feux sur l'internet

Des sociétés japonaises telles que Matsushita (Panasonic et National) et Sony, qui ont établi leur réputation grâce aux qualités de leurs produits électroniques de consommation, délaissent le secteur du matériel, où les marges bénéficiaires sont faibles, pour s'intéresser à des domaines plus intégrés axés sur l'internet. Fujitsu vient d'annoncer son intention de se départir, au cours des prochains mois, de ses divisions qui n'ont pas de rapport avec l'internet.

#### Nécessité de partenariats

Bien que le Japon soit aux commandes de l'évolution de son secteur de la TI, les entreprises japonaises reconnaissent que leurs compétences de base résident dans les secteurs de la miniaturisation, de la fabrication, des microprocesseurs, plutôt que du côté de l'élaboration des logiciels, des contenus et des applications. Pour être gagnantes dans l'industrie mondiale de la TI, les entreprises japonaises de la TI devront allier leurs points forts en la matière avec ceux de partenaires étrangers.

#### Succès canadiens au Japon

Les entreprises canadiennes qui ont une connaissance approfondie du marché local de la TI réussissent assez bien leur entrée dans le milieu des affaires japonais. Actuellement, la circulation quotidienne sur les routes de Tokyo est réglée par des logiciels canadiens; des réalisateurs

de jeux japonais produisent de nouveaux jeux d'animation à l'aide d'outils logiciels canadiens; c'est grâce à des logiciels canadiens que tous les principaux fabricants d'automobiles japonais, tels que Toyota, Nissan ou Honda, auront conçu la ligne

japonaises font affaires sur les marchés de la TI de l'Asie du Sud-Est, donc les entreprises canadiennes peuvent se servir de leurs alliances technologiques stratégiques avec leurs partenaires japonais pour s'établir sur ces marchés.

*Le Japon importe 90 % de ses logiciels*

# La TI en plein essor

extérieure de leurs prochains modèles; un Japonais passant un examen IRM dans un hôpital local ne saura pas que, sous l'étiquette « Fabriqué au Japon », c'est un logiciel canadien qui fait fonctionner le cerveau de cette IRM. Il existe ainsi une multitude d'exemples qui ont un point



commun : les entreprises canadiennes ayant fabriqué ces produits connaissent leur technologie et avaient soigneusement étudié le marché pour déterminer la meilleure façon de positionner leur produit en conséquence.

#### Un marché du logiciel basé sur les importations

Pays avancé sur le plan technologique, disposant de niveaux de revenus très élevés, le Japon représente un excellent marché pour les logiciels. Contrairement à l'autosuffisance visible dans la plupart des secteurs de l'économie, le marché des logiciels du Japon est dominé à plus de 90 % par des produits importés, l'Amérique du Nord étant la source d'approvisionnement la plus importante, avec 85 % des produits logiciels importés.

#### Débouchés du côté des pays tiers

Le marché japonais de la technologie de l'information est un marché appréciable en soi, mais les sociétés canadiennes de TI présentes sur ce marché pourront aussi utiliser le Japon comme tremplin pour également accéder à des marchés auxiliaires. De nombreuses entreprises

#### Nécessité d'étudier le marché

Le Japon a ses caractéristiques propres : ce qui marche sur le marché intérieur ou sur les marchés américains et européens ne s'applique pas forcément au Japon. Les entreprises canadiennes de TI doivent donc étudier le marché pour savoir si leur technologie plaira ou sera adoptée au Japon. Les délégués commerciaux du Canada au Japon peuvent conseiller les sociétés sur le secteur de la haute technologie, une fois qu'elles ont effectué leurs propres études de marché.

#### Préparation pour l'entrée sur le marché

S'établir sur le marché japonais exige un engagement, de la patience et souvent des dépenses substantielles de la part des entreprises qui ont un produit intéressant. Une commercialisation adéquate du produit peut cependant générer des retombées financières importantes, les prix de vente étant beaucoup plus élevés au Japon qu'en Amérique du Nord.

#### Pour en savoir plus

La Section de haute technologie de l'ambassade du Canada à Tokyo publie régulièrement, sous forme de bulletin électronique, de l'information sur le marché dans trois secteurs en particulier : la santé, l'environnement et la technologie de l'information au Japon.

Pour vous abonner à l'un d'entre eux ou obtenir des renseignements sur les activités commerciales à venir dans le domaine de la TI, il suffit d'écrire à : [Tokyo.htech@dfait-maeci.gc.ca](mailto:Tokyo.htech@dfait-maeci.gc.ca)

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

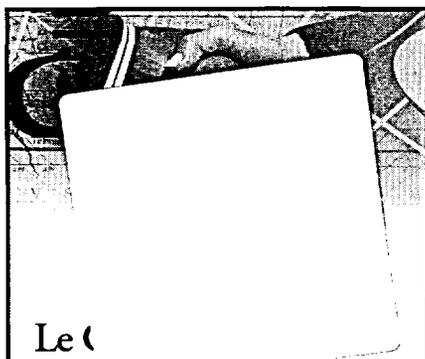
**ITALIE — Liaison de données à haute vitesse** — Avis reçu de l'ambassade du Canada à Rome. Un appel d'offres a été publié par le Centre de recherches sous-marines Saclant de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN) relativement à une liaison de données à haute vitesse pour un système de communications VSAT navire-côtière. Spécifications techniques : Station de bord (navire de recherche de l'OTAN ALLIANCE) : 1) antenne VSAT stabilisée de 1,2 m et bloc de commande d'antenne : fonctionnement en bande KU, stabilisation sur trois axes, précision de pointage meilleure que 0,3 degré,

# Le Centre des occasions d'affaires

interface avec le terminal VSAT radiofréquence, interface avec le gyroscope du navire, alimentation de 240 V c.a.; 2) terminal VSAT radiofréquence : récepteur et modem intégrés, convertisseur abaisseur intégré, interface avec le réseau local Ethernet, soutien naturel du protocole Internet (IP), alimentation 240 V c.a. Station côtière (SACLANTCEN) : 1) antenne VSAT de 2,4 m: fonctionnement en bande KU, interface avec le terminal VSAT radiofréquence, alimentation 240 V c.a.; 2) terminal VSAT radiofréquence : récepteur et modem intégrés, convertisseur abaisseur intégré, interface avec le réseau local Ethernet, soutien naturel du protocole Internet (IP), alimentation 240 V c.a. Date de clôture : **6 novembre 2000**. Communiquer avec M<sup>me</sup> Carol Ann Guzzo, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [coai@dfait-maeci.gc.ca](mailto:coai@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier [www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=833fr](http://www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=833fr). Pour de plus amples renseignements : [www.saclantc.nato.int/ships/alliance.html](http://www.saclantc.nato.int/ships/alliance.html)

**INDE — Robot manipulateur de soudage** — Avis reçu du haut-commissariat du Canada à New Delhi. La Rail Coach Factory de Kapurthala a publié un appel d'offres (numéro 6013005338) relativement à un robot manipulateur de soudage avec soudage continu automatique. Coût du document d'appel d'offres : 2 000 Rs ou 200 \$US, avec une garantie de 408 800 Rs ou 9 300 \$US. Date de clôture : **20 novembre 2000**. Communiquer avec M. Steve Guertin, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [coai@dfait-maeci.gc.ca](mailto:coai@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier **000829-03485**. Pour plus de détails : [www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1020fr](http://www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1020fr)

**INDE — Câbles pour faisceaux électroniques de diverses dimensions** — Avis reçu du haut-commissariat du Canada à New Delhi. La Diesel Locomotive Works de Varanasi a publié un appel d'offres relativement à des câbles pour faisceaux électroniques de diverses dimensions et en quantités différentes. Coût du document d'appel d'offres : 2 000 Rs (60 \$US), avec une garantie de 100 000 Rs (10 000 \$US). Date de clôture : **8 novembre 2000**. Communiquer avec M. Steve Guertin, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [coai@dfait-maeci.gc.ca](mailto:coai@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier **000889-03480**. Pour plus de détails : [www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1019fr](http://www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1019fr)



## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

## Les TI en Allemagne — Suite de la page 11

le défi consistera à se positionner sur le marché allemand et à y proposer des produits et des services comportant un avantage unique. Il est important d'établir une présence sur le marché et d'offrir un bon service à la clientèle. Pour cela, le meilleur moyen consiste à trouver un bon partenaire allemand.

### Clients les plus prometteurs

Les clients les plus prometteurs en ce qui concerne les applications du commerce électronique comprennent les PME, les banques et autres institutions financières

et les agences de voyages. Pour les jeux et les communications de loisir (par exemple les cartes de souhaits virtuelles), on pourra également cibler l'industrie du divertissement en ligne.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Claudia Seeber, agent commercial, ambassade du Canada, Berlin, tél. : (011-49-30) 203-12-366, téléc. : (011-49-30) 203-12-115, courriel : [claudia.seeber@dfait-maeci.gc.ca](mailto:claudia.seeber@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada.de](http://www.canada.de)

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

Certains experts-conseils trouvent qu'il est ardu d'exporter leurs services, mais M. Douglas Potvin et son entreprise, Dalpot International Consultants Reg'd., excellent à ce chapitre. Professeur de mathématiques et ex-administrateur à l'Université Concordia,

en œuvre ses cours et ses activités de formation. Par exemple, son programme pour étudiants vénézuéliens en administration hospitalière s'est déroulé dans six hôpitaux de la région de Montréal.

Selon l'envergure du projet qu'elle entreprend, Dalpot engage à contrat entre

18 mois qui lui a été adjugé, Dalpot devra donner de nombreux ateliers dans des écoles aux quatre coins de Guyana et rédiger un manuel pédagogique.

### Quelques tuyaux

Bien que la majorité de ses clients soient des groupes scolaires internationaux, Dalpot a élaboré et mis en œuvre des programmes portant sur divers sujets destinés à d'autres types de clients.

Pour leur faciliter la tâche, M. Potvin offre aux sociétés d'experts-conseils qui songent à exporter les conseils suivants : « Cerner un secteur ou un créneau qui vous convient, trouvez un représentant sur place à l'étranger et, ce qui importe le plus, établissez de bons contacts. »

Ce sont précisément ces derniers qui ont permis à Dalpot d'obtenir sa part de marchés. Le COAI en fait d'ailleurs partie. Inscrite dans WIN Exports du MAECI, l'une des bases de données qu'utilise le COAI, Dalpot fut repérée, ce qui lui permit de soumissionner pour le débouché au Guyana.

En bout de ligne, Dalpot est sortie grand gagnant. Comme le dit M. Potvin : « Lorsqu'on obtient un contrat comme celui-là, c'est une grande réussite non seulement pour l'entreprise, mais aussi pour le Canada. »

Le COAI sert de guide en Guyane

# Dalpot grand gagnant

M. Potvin est président-fondateur et expert-résident de Dalpot.

Fort de 41 ans de métier, M. Potvin quitta le monde universitaire en 1989, avec en poche une véritable mine de contacts dans ce milieu. Cela lui permit de fonder une société prospère d'experts-conseils remplissant un créneau particulier en offrant des programmes de formation pédagogique personnalisés à des groupes internationaux.

Grâce à l'expertise de son président-fondateur combinée à une piste d'affaires du Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) du MAECI, Dalpot remporta un marché de 241 500 \$ auprès du Primary Education Improvement Program (PEIP) du gouvernement de Guyana.

### Programmes sur mesure

Au fil des ans, M. Potvin et sa firme ont élaboré et administré plus de 40 programmes pédagogiques. Compte tenu de son expérience, se voir attribuer la conception et la mise en œuvre d'un programme de formation destiné aux enseignants de mathématiques du niveau primaire au Guyana était pour M. Talbot le couronnement de sa carrière.

Cette vaste gamme de programmes « faits sur mesure » va de cours d'anglais, langue seconde, pour un groupe de policiers koweïtiens jusqu'à des séances de formation pour futurs administrateurs en milieu hospitalier au Venezuela.

Établie à Lasalle, au Québec, Dalpot utilise les ressources en personnel et les ressources matérielles disponibles dans les établissements d'enseignement et d'affaires existants pour élaborer et mettre

trois et quinze employés, la plupart des cours étant donnés à Montréal.

### Un apport de taille

En janvier 1999, le PEIP du Guyana lança un appel d'offres pour obtenir des services d'experts-conseils en formation.

M<sup>me</sup> Lyris Primo, agent commercial du Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada au haut-

commissariat du Canada au Guyana, signala ce débouché à l'agent de repérage du COAI, M. Daniel Lemieux. Le COAI collabore avec le SDC partout dans le monde et communique des occasions d'affaires internationales aux entreprises canadiennes.

Les agents de repérage utilisent toute une gamme de sources et de bases de données pour trouver des entreprises canadiennes répondant aux exigences des acheteurs étrangers. Dans ce cas-ci, M. Lemieux consulta la base de données WIN Exports puis avisa Dalpot qui ensuite présenta une soumission.

Les appels d'offres à l'étranger peuvent souvent prendre un an ou plus avant de se conclure. Afin de suivre l'évolution du dossier, M. Potvin communiqua régulièrement par courriel avec M<sup>me</sup> Primo. En février dernier, Dalpot reçut un avis lui demandant d'assister, deux jours plus tard, à l'ouverture des soumissions au Guyana. M<sup>me</sup> Primo, qui proposa donc à Dalpot d'y assister en son nom, put constater que l'offre de Dalpot surpassait toutes les autres.

Le mois suivant, M. Lemieux confirma à Dalpot que cette dernière avait remporté l'appel d'offres et demanda à M. Potvin de se rendre au Guyana pour une évaluation de deux semaines. En vertu du marché de



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.



## IFE nous prépare un excellent menu

LONDRES, ANGLETERRE — 25-28 mars 2001 — IFE 2001, le plus important salon professionnel britannique consacré aux produits alimentaires et aux boissons, mettra l'eau à la bouche des participants lorsqu'il ouvrira ses portes à l'ExCel, le centre d'exposition le plus récent et le plus attrayant d'Europe.

L'IFE, qui attire plus de 38 000 visiteurs du métier à la recherche des idées les plus novatrices en matière d'alimentation et de boissons et qui a son siège à Londres, capitale mondiale de l'alimentation et des boissons, met à la portée des exposants plus d'acheteurs des secteurs de la vente au détail, des services de traiteur et de la vente en gros que toute autre exposition au Royaume-Uni. Au service du secteur de l'alimentation et des boissons depuis plus de 21 ans, l'IFE a fait la preuve qu'elle était déterminée à produire des résultats et qu'elle en avait les moyens et la capacité.

Le haut-commissariat du Canada à Londres, Agriculture et Agroalimentaire Canada, et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international vous invitent à être présents au stand du Canada à l'occasion d'IFE 2001. La participation du Canada sera coordonnée par la société Unilink, qui sert d'intermédiaire entre les exportateurs et les organisateurs d'IFE.

Le Royaume-Uni représente un marché de 320 millions de dollars pour les produits agroalimentaires et les boissons du Canada. Il achète une gamme impressionnante de produits dans tous les segments du marché. On trouve au Royaume-Uni d'excellents débouchés pour les produits-crêneau de grande qualité et à forte valeur ajoutée, particulièrement dans le domaine de la confiserie et des aliments

de collation. Les aliments biologiques, les spécialités ethniques, les nouvelles boissons, les repas prêts à servir et les articles originaux de toutes sortes ont leur place sur ce marché. Les produits canadiens qui réussissent à percer au Royaume-Uni bénéficient du fait même d'une porte d'entrée sur les autres marchés d'Europe.

Pour plus de renseignements et pour

réserver votre stand au pavillon du Canada à l'IFE, communiquer avec M<sup>me</sup> Anne Heath, chargée de projet, Unilink, tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528, courriel : ah@unilinkfairs.com. La date limite pour les inscriptions est le 31 octobre 2000.

Pour de l'information commerciale, communiquer avec M. Ian Thomson, conseiller (agriculture/pêches), haut-commissariat du Canada, Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6663, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca ✪

## RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT : POURQUOI CHOISIR LE CANADA?

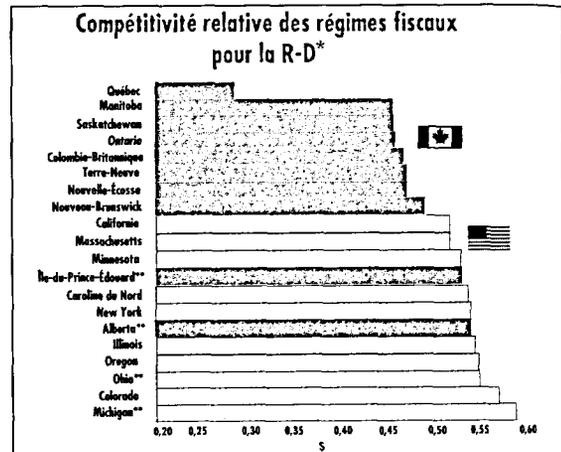
Les cadres et dirigeants d'entreprises savent que le Canada est le meilleur pays au monde où faire des affaires. Mais si vous n'en êtes pas tout à fait convaincus, voici quelques-unes des raisons qui poussent les entreprises à investir au Canada.

- Les coûts de R-D les plus bas : sur tous les pays du G-7 (y compris les États-Unis), le Canada est celui où les coûts après-impôts pour la R-D sont les moins élevés.
- Entièrement déductibles : grâce au traitement fiscal très avantageux offert par le Canada en matière de R-D, tous les achats de biens d'équipement pour la R-D sont entièrement déductibles.
- En bref, il est possible de faire des économies substantielles en choisissant le Canada pour des activités de R-D, que ce soit par sous-traitance ou par investissement direct.

« Le régime fédéral-provincial d'impôt sur les sociétés est le plus avantageux du monde eu égard à la R-D. Aucun des régimes fiscaux que nous avons examinés\* [...] n'est aussi intéressant que le régime fiscal du Canada et de ses provinces en matière de R-D. »

\* Comparaison portant sur les pays du G-7, l'Australie, le Mexique et la Suède.  
Source : Conference Board du Canada, juin 1999

Pour plus de renseignements sur la façon d'investir et de mener des affaires au Canada, consulter le site internet [www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca) tél. : (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : lanoy.louis@ic.gc.ca



\* En se fondant sur les grandes entreprises de fabrication.  
\*\* Provinces et États n'offrant pas de crédit d'impôt pour la R-D.

Source : Conference Board du Canada, novembre 1999

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 145303

OCT 17 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

# Chef de file mondial de la technologie Le Canada en tête



## DANS CE NUMÉRO

- 2 Bombardier en Corée
- 3 Équipe Canada : exemple de réussite
- 4 Le marché des additifs plastiques au R.-U.
- 6 Carrefour États-Unis
- 7 Le programme de paiements progressifs (PPP) de la CCC
- 8 Le transport en commun en Chine
- 9 Japon : la construction domiciliaire
- 10 Promotion des TIC en Bavière
- 12 TIC en Irlande, Italie
- 13 Le secteur russe des télécommunications
- 14 Occasions d'affaires
- 15 Foires et missions commerciales
- 17 Supplément sur les lauréats des Prix d'excellence à l'exportation

Les PDG et cadres supérieurs savent que le Canada est le meilleur endroit pour les affaires. S'il faut encore vous convaincre, voici quelques-unes des excellentes raisons pour lesquelles les entreprises investissent au Canada.

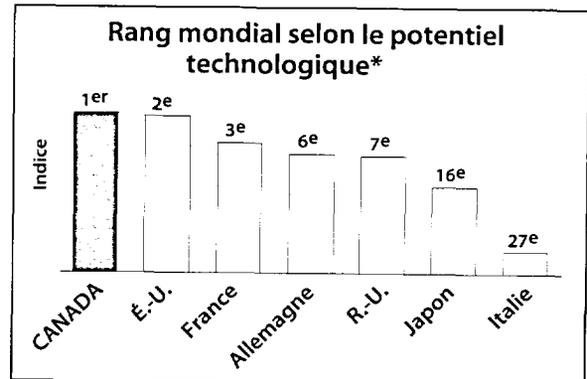
## UNE INFRASTRUCTURE TECHNOLOGIQUE DE CALIBRE MONDIAL

- **La plus forte proportion d'utilisateurs de l'internet** : le Canada compte la plus forte proportion par habitant d'utilisateurs de l'internet de tous les pays du G-7, y compris les États-Unis\*.
- **Les coûts de télécommunications les plus bas** : le Canada surpasse les États-Unis pour les frais d'accès à l'internet; ses coûts de télécommunication sans fil sont les plus bas\*\*.
- **Le meilleur réseau d'éducation** : selon l'OCDE, le Canada se classe au premier rang des pays du G-7 pour la formation des travailleurs du savoir.

Pour plus de renseignements sur la manière d'investir et de faire des affaires au Canada, visitez le site à l'adresse [www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca) ou téléphonez au (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : [lanoy.louise@ic.gc.ca](mailto:lanoy.louise@ic.gc.ca)

\* Rapport sur le développement mondial des télécommunications de l'UIT, 1999

\*\* Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), Perspectives des communications, 1999 et Wireless/Mobile Communications Global Report - The Yankee Group, vol. 3, n° 16, mai 1999



\* Classement parmi 38 pays, indice basé sur plusieurs critères relatifs aux technologies de l'information et au capital humain, notamment accès à un service direct d'appels téléphoniques interurbains internationaux, nombre de télécopieurs par habitant, puissance informatique nationale par habitant, nombre d'étudiants inscrits dans les établissements d'enseignement supérieur, qualité des établissements de recherche scientifique et capacité de production d'énergie.

Source : Global Competitiveness Report, Groupe-conseil KPMG  
[http://www.kpmg.ca/francais/services/consulting/publications/competitive\\_alternatives](http://www.kpmg.ca/francais/services/consulting/publications/competitive_alternatives)

## La Chambre de commerce et d'industrie Portugal-Canada

Loin des rayons chauds du soleil portugais, la Chambre de commerce et d'industrie Portugal-Canada établie à Edmonton entretient des liens étroits avec le Portugal afin de promouvoir les entreprises portugaises établies au Canada et l'exportation de produits canadiens à destination du Portugal (particulièrement les technolo-

gies environnementales albertaines), en plus d'encourager la création de coentreprises entre des sociétés canadiennes et portugaises.

Constituée en 1994, la Chambre est pour l'instant unique en son genre, au Canada.

Voir page 11 - Portugal-Canada

Vol. 18, N° 17 -  
16 octobre 2000

LA PÉNINSULE IBÉRIQUE —  
DES DÉBOUCHÉS À VOTRE PORTÉE  
(Voir le supplément.)

Canada

**U**n consortium qui comprend **Bombardier** a été sélectionné pour un contrat de construction-exploitation-transfert d'un réseau automatisé de transport rapide. Le futur métro reliera la ville de Kimhae, à forte croissance,

taire tout comme dans ceux de la construction à ossature de bois, des technologies de l'information et de l'investissement en infrastructure.

Pusan, et la province de Kyongnam qui l'entoure, sont d'importants centres logis-

navires sort des chantiers situés non loin de Pusan, ce qui peut intéresser les exportateurs canadiens de technologie navale.

La principale usine de Hyundai Motors se trouve à Ulsan. De plus, l'acquisition récente par Renault des installations de Samsung Motors, situées à Pusan, aidera à renforcer l'économie.

Les grands de l'aérospatiale canadienne tels que Pratt & Whitney et Bell Helicopter sont déjà très engagés dans la région. On prévoit que le choix de Bombardier pour le projet de métro créera des débouchés pour de nombreuses autres entreprises canadiennes.

Le Canada a établi un consulat honoraire à Pusan en 1995 afin de servir les intérêts commerciaux de nos entreprises.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Bonn Lee, agent commercial, consulat honoraire du Canada à Pusan, tél.: (011-8251) 246-7024, téléc.: (011-8251) 247-8443, courriel : bonnlee@chollian.net ✪

*Débouchés à Pusan (Corée)*

# Bombardier bon 1<sup>er</sup>

à Pusan, deuxième ville de Corée. La part de Bombardier dans ce projet de 1 milliard de dollars américains est d'environ 30 %.

Pusan, qui se trouve à l'extrémité méridionale de la péninsule coréenne, offre de nombreux débouchés pour les entreprises canadiennes œuvrant dans les secteurs maritime, environnemental, agroalimen-

tiques et industriels. Pusan se classe au quatrième rang des ports de conteneurs sur le plan mondial et joue le rôle de point de transbordement des exportations de produits manufacturés de la Corée. La région est également un centre des industries navale, de l'électronique, de l'automobile, de l'aérospatiale et de la machinerie. Le tiers de la production mondiale de

## La société Canadian Showcase a pignon sur rue au Bangladesh

Une nouvelle société torontoise, Canadian Showcase Inc., en collaboration avec le Canada-Bangladesh Trade Promotion

Centre (Centre de promotion des échanges entre le Canada et le Bangladesh) a ouvert en juin, à Dhaka, au Bangladesh, son premier point de vente offrant exclusivement des produits et des services canadiens.

Ce point de vente est le premier d'une série que la société a l'intention d'ouvrir dans d'autres grandes villes de l'Asie du Sud et du Moyen-Orient. Misant sur la réputation mondiale du Canada pour ses normes élevées de contrôle de la qualité, le point de vente de **Canadian Showcase** au Bangladesh n'offrira que des produits et des services d'origine canadienne, allant des cosmétiques à l'huile de colza, en passant par les articles de toilette et les papiers minces. **Canadian Showcase** veut attirer des clients qui cherchent des produits et des services de grande qualité et souhaite devenir le principal instrument par lequel les exportateurs canadiens étendront leurs marchés en Asie du Sud et au Moyen-Orient.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Ashraf Ali, Canadian Showcase Inc., tél.: (416) 691-8001, téléc.: (416) 691-2668, courriel : canadianshowcase@sprint.ca ✪

## Ouverture d'un consulat honoraire à Hiroshima

Le Canada vient d'ajouter un consulat à la liste de ses bureaux au Japon : le 17 septembre dernier, le consulat honoraire de Hiroshima a ouvert ses portes. Le Canada possède également des consulats à Fukuoka, Nagoya et Osaka.

Voici le nom de la personne-ressource et les coordonnées du bureau de Hiroshima : M. Scott K. McKeeman, agent de commerce, section commerciale du consulat honoraire du Canada, Hiroshima, #709, 5-44 Motomachi, Naka-ku, Hiroshima, 730-8510, Japon, téléphone et télécopieur : (011-81-82-) 211-0505, courriel : ctohiroshima@gol.com ✪

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 77 000

Tél. : (613) 996-2225

Téléc. : (613) 992-5791

Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Internet :

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

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

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

**CanadExport** est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec **CanadExport** au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de **CanadExport** ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expéditeur à :  
CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa  
(Ontario) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

**D**ans l'univers élégant et hautement concurrentiel de la mode, l'image de l'éclosion de talents « du terroir » en Saskatchewan n'est pas la première qui vient à l'esprit. Pourtant, c'est précisément grâce à leur réputation canadienne d'amabilité et de coopération — sans parler de leur beauté naturelle — que des mannequins de l'agence **The Edge Models & Talent Agency**, établie à Regina, figurent dans les défilés de mode et les magazines du monde entier.

Pour étendre sa présence à l'étranger, l'agence, animée d'un esprit d'équipe, a bénéficié et profite encore de la publicité que lui a valu sa participation à un autre effort concerté, la mission commerciale de l'Équipe Canada 1997 en Asie du Sud-Est.

The Edge, qui est la seule agence de mannequins et de gestion des talents en Saskatchewan, représente depuis six ans des professionnels canadiens de la mode. La propriétaire et directrice de l'agence, M<sup>me</sup> Lisa Marie Schwartz, gère son entreprise à partir de son domicile, avec l'aide d'une coordonnatrice et d'un éclaircisseur.

Malgré sa petite taille, l'agence représente plus de 300 mannequins et artistes, venant pour la plupart de la Saskatchewan. Les mannequins vedettes de The Edge sont invités à travailler dans de nombreux pays, comme l'Angleterre, la France, l'Allemagne, l'Italie, la Chine, l'Espagne, Taïwan, et les États-Unis, don't certains renferment de vrais carrefours de la mode.

#### Possibilité de tête-à-tête

M<sup>me</sup> Schwartz, qui a travaillé comme mannequin international en Asie pendant six ans et demi, avait déjà noué des relations et trouvé des clients au Japon et en Corée avant la mission. Sa participation lui a donné l'occasion de rencontrer en personne ces clients ainsi que de pénétrer le marché des Philippines et de la Thaïlande.

« En tant qu'agente, il importe que je puisse me rendre dans les endroits où je vais envoyer mes mannequins et rencontrer les clients, » déclare M<sup>me</sup> Schwartz. « La mission commerciale m'a donné une occasion formidable de le faire. Elle nous a ouvert beaucoup de nouvelles perspectives. »

En outre, les ateliers offerts dans chaque pays par les organisateurs de la mission ont dispensé ce que M<sup>me</sup> Schwartz con-

sidère comme de précieuses connaissances approfondies sur les pratiques commerciales et culturelles. « Il importe que toute personne faisant des affaires à

aux mannequins canadiens, qui ont la réputation d'avoir l'esprit ouvert et d'être des personnes avec lesquelles il est facile de travailler, ce qui est le cas.

*Pour une agence de mannequins de Regina*

# La mode s'exporte

l'étranger comprenne la culture et les règles commerciales à respecter dans chaque pays.»

À la suite de la mission, The Edge a placé des mannequins à Bangkok, et continue, par le biais d'agences établies à Séoul, de trouver du travail pour ses mannequins dans des magazines de mode et des annonces publicitaires à la

Comme il y a moins de débouchés au Canada, les mannequins sont reconnaissants d'avoir la chance de voyager et de travailler à l'étranger. »

#### Les alliances produisent des résultats

L'esprit de collaboration dont font preuve les mannequins de l'agence vient peut-être de l'exemple que leur donne M<sup>me</sup> Schwartz elle-même. Lors de la mission dans la région de l'Asie-Pacifique, M<sup>me</sup> Schwartz a vanté à ses clients les mérites de la Conférence de la mode et du talent canadien, tenue chaque année à Toronto, à laquelle certains d'entre eux ont assisté par la suite. M<sup>me</sup> Schwartz déclare : « Je n'ai pas été la seule à profiter de leur participation; leur présence à la Conférence leur a également donné l'occasion de rencontrer des représentants d'autres agences canadiennes. »

N'est-ce pas donner l'avantage à la concurrence? M<sup>me</sup> Schwartz croit que non. « Les alliances jouent un rôle clé dans l'industrie canadienne; nous œuvrons tous ensemble pour promouvoir nos agences. »

Faisant preuve d'une discrétion typiquement canadienne, M<sup>me</sup> Schwartz ne divulguera pas de chiffres, mais déclare modestement : « nous avons beaucoup de succès ». Et lorsqu'on lui demande de décrire ses mannequins, son sens canadien de l'humour transparaît dans ses propos : « Nous aimons dire qu'ils viennent des champs de blé du terroir, qu'ils sont la belle moisson du fermier ».

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Lisa Marie Schwartz, tél. : (306) 789-2403, téléc. : (306) 586-2468, courriel : [edgmodels@cableregina.com](mailto:edgmodels@cableregina.com), internet : [www.cableregina.com/business/edgmodels](http://www.cableregina.com/business/edgmodels) ✪

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)



On voit ci-dessus Winter, l'un des grands mannequins de The Edge qui, après deux mois à Taipei (Taïwan) plus tôt cette année, a obtenu des contrats à Milan puis, récemment, à Paris.

télévision. L'agence reste en contact avec l'industrie cinématographique de Manille.

#### L'esprit de collaboration des Canadiens

Quel est l'attrait qu'exercent les mannequins canadiens à l'étranger? « Visuellement, les agences internationales aiment l'éclat naturel et sain du teint de nos mannequins — qu'elles attribuent à l'air canadien, » dit M<sup>me</sup> Schwartz en riant.

Elle souligne toutefois que la personnalité a encore plus d'importance. « Nous avons de la chance d'être Canadiens; nous sommes très bien accueillis dans le monde entier. Cela s'applique aussi

# ROYAUME- UNI

Présents dans 134 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



## Le marché plastique

### Survol du marché

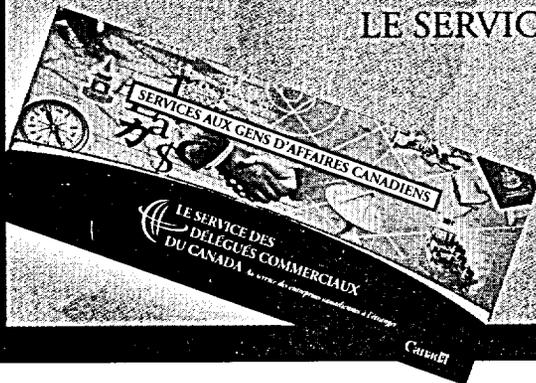
Le Royaume-Uni est le quatrième consommateur en importance des additifs plastiques en Europe. En 1998, ce marché était évalué à environ 417,3 millions \$. En 2000, on estime que les recettes atteindront 504 millions \$, ce qui représente une croissance annuelle de 2,8 %.

Le Royaume-Uni est le premier partenaire commercial du Canada en Europe. Plus de 25 % des exportations totales canadiennes vers l'Union européenne (UE) sont destinées au Royaume-Uni, qui est le troisième marché à l'exportation du Canada.

Le Royaume-Uni est depuis longtemps le meilleur point d'entrée dans le marché commun européen pour de nombreux producteurs canadiens, et de nombreuses entreprises canadiennes le considèrent comme un tremplin vers d'autres marchés de l'UE.

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie des plastiques en



# Les additifs

CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

**additifs**  
additifs sont indispensables pour améliorer les propriétés des matières plastiques. Il s'agit de matériaux de finissage en poudre fine constitués de substances non polymères, telles que

Les principaux utilisateurs finals des additifs plastiques sont les entreprises de transformation du plastique qui fabriquent des produits pour les industries du conditionnement alimentaire, de l'électronique et de l'automobile.

services entièrement intégrés en produisant une gamme étendue d'additifs dénicheront de nombreuses occasions d'affaires au Royaume-Uni, la plupart des utilisateurs finals préférant se procurer les différents additifs dont ils ont besoin auprès d'un seul fournisseur. En outre, les entreprises pouvant fournir des mélanges personnalisés ou expérimentaux d'antioxydants y trouveront un nombre croissant de débouchés.

## Le marché des additifs plastiques au Royaume-Uni (1995-1999)

Année	Valeur du marché (millions \$)
1995	676,7
1996	553,6
1997	504,5
1998	417,3
1999	424,4

Source : Frost & Sullivan Market Engineering Report, Forecast of the United Kingdom Market, août 1999

### Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, consultez le rapport complet préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux, intitulé *Le marché des additifs plastiques au Royaume-Uni*. Ce rapport est disponible en ligne à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

Ces industries ont grand besoin de plastiques de hautes performances et de certains polypropylènes.

De plus en plus, l'industrie de transformation du plastique doit fournir des produits qui respectent les normes de protection de l'environnement et qui sont sans danger ni toxicité pour ceux qui les manipulent. Environ 70 % de la production totale de plastiques est constituée de polyéthylène, de polypropylène, de PVC et de styrène.

Les entreprises canadiennes qui offrent des

du kaolin, de la poudre de bois, de la colle de bois et du calcaire. D'autres processus de transformation ont recours à tout des éléments suivants :  
antioxydants qui contrarient l'oxydation des polymères;  
stabilisants qui compensent l'exposition aux rayons ultraviolets;  
plastifiants qui améliorent la flexibilité des produits en plastique.



**réseaux**  
Le Royaume-Uni offre des débouchés aux entreprises canadiennes qui désirent exporter des additifs plastiques spécialisés, notamment des antioxydants, des additifs anti-ultraviolet, des agents antistatiques, des stabilisants thermiques, des lubrifiants et des agents anti-fougeants.

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

Est-ce un marché pour vous ?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

**Le marché des additifs plastiques**

Consultez nos études de marché



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

*Le pavillon du Canada*

## COMDEX Fall 2000

LAS VEGAS, NEVADA — 13-17 novembre 2000 — Le salon COMDEX de l'automne 2000 est à nos portes! Cette exposition annuelle est considérée comme l'événement commercial le plus important dans le secteur de la technologie de l'information. Elle accueille plus de 200 000 revendeurs, professionnels de l'industrie et décideurs d'entreprises qui représentent un pouvoir d'achat combiné de plus de 125 milliards de dollars. En 1999, COMDEX a accueilli plus de 100 000 visiteurs — dont plus de 30 000 en provenance de l'étranger — qui ont acheté ou prévoyaient d'acheter des produits exposés.

Ils recherchent des technologies de réseaux, du matériel informatique/des consoles d'accès au Web (notamment des solutions mobiles et sans fil), des applications et de l'infrastructure pour le commerce électronique, des médias numériques

et des innovations en Webédition.

Voilà un événement à ne pas manquer! Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en collaboration avec Key3 Media (organisa-

*La mission Exportateurs aux États-Unis (EXPORT-É.-U.), les 16-17 novembre, en conjonction avec COMDEX 2000, a été annulée.*

teurs du COMDEX), apporte encore une fois son soutien au pavillon du Canada, qui sera installé dans un emplacement stratégique.

Toutes les entreprises qui exposent au pavillon du Canada auront accès aux services d'un consultant en communications marketing qui les aidera à préparer un plan marketing et une stratégie médiatique. Ces services sont offerts sans frais à titre de service à valeur ajoutée du Ministère.

Chaque exposant recevra de l'information décrivant les débouchés et les tendances du marché, et pourra se prévaloir d'une aide pour l'élaboration de stratégies d'entrée sur le marché conformes à ses objectifs de commercialisation aux États-Unis, et pour l'organisation de rencontres personnelles avec des partenaires commerciaux éventuels avant le salon. Encore une fois, une conférence de presse réunissant les participants du Canada permettra à votre société et à vos produits d'obtenir une couverture médiatique aux États-Unis et au Canada.

Profitez de cette possibilité inédite d'étendre vos activités sur le marché américain. En exposant au pavillon du Canada, vous pourrez vous consacrer à la conception d'une stratégie d'entreprise qui vous permettra d'atteindre votre objectif primordial : générer des ventes et élargir votre clientèle.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Pat Fera, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : (613) 944-9475, courriel : [pat.fera@dfait-maeci.gc.ca](mailto:pat.fera@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Mission environnementale Texas-Mexique

T EXAS et NUEVO LEÓN — 4-9 février 2001 — La région aux confins du Texas et du Mexique offre l'un des marchés de l'environnement les plus prometteurs en Amérique du Nord.

Industrie Canada ainsi que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) travaillent conjointement à la planification d'une mission commerciale environnementale. Cette mission cible la région située le long de la frontière américano-mexicaine et, en par-

ticulier les États du Texas et du Nuevo León. Elle bénéficie de l'appui d'une institution locale, la North American Development Bank (NADBank).

Fondée par les États-Unis et le Mexique et financée à parts égales par ces deux pays, la NADBank octroie des fonds pour des projets de traitement de l'eau, des eaux usées et des déchets ménagers solides dans la région frontalière. Afin d'aider les localités frontalières à se doter d'une nouvelle infrastructure

environnementale, la NADBank fait office de prêteur, de garant, de banque d'affaires, d'administrateur des subventions ou de conseiller technique.

### Commanditaires :

- Industrie Canada
- MAECI
- North American Development Bank
- Consulat général du Canada à Dallas
- Consulat du Canada à Monterrey

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Marc Blanchette, Industrie Canada, téléc. : (613) 952-9564, courriel : [blanchette.marc@ic.gc.ca](mailto:blanchette.marc@ic.gc.ca) ✪

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**L**es exportateurs sont rarement payés avant que leur acheteur n'ait reçu les produits ou les services vendus — ils doivent parfois attendre des mois, voire des années après la signature du contrat. Or, pour bien des entreprises, en particulier

qu'en 1998 mais il est aujourd'hui un inconditionnel du PPP.

Selon lui, le PPP est un programme idéal pour les exportateurs canadiens, et aussi pour la Banque Royale. « Avec le Programme de paiements progressifs,

## Les banques, partenaires essentielles

# Le PPP de la CCC

les PME, cette situation entraîne de graves difficultés de trésorerie, qui risquent de mettre la transaction en péril.

Si une société ne peut pas obtenir les fonds nécessaires à l'exécution d'une vente au moyen des crédits que lui accorde habituellement sa banque, elle fait face à un problème sérieux. C'est là qu'entrent en jeu la Corporation commerciale canadienne (CCC), son Programme de paiements progressifs (PPP) et ses 19 partenaires du secteur bancaire sans lesquels le Programme n'existerait pas.

La Banque Royale du Canada a participé au PPP dès son lancement en 1995. M. Rick Letford, principal chargé de comptes au Centre bancaire commercial de Kawartha-Lakeshore à Peterborough, travaille à la Banque Royale depuis 31 ans. Il n'a commencé à collaborer avec la CCC



M. Rick Letford, de la Banque Royale

la banque joue un rôle minime : c'est la CCC qui assume la plus grande partie du

risque — elle gère la valeur des versements sur prêt et garantit la marge de crédit individuelle.»

C'est le prêteur qui amorce le processus. Comme il recommande son client à la CCC, il doit bien le connaître et être convaincu qu'il a les capacités et le savoir-faire nécessaires pour mener à bien la transaction, ce que la CCC vérifie minutieusement.

La première fois que M. Letford a fait appel au PPP — pour un fabricant cana-

*« Je n'ai jamais traité avec un organisme gouvernemental aussi efficace et aussi bien organisé. Les agents de la CCC font tout en leur pouvoir pour que la transaction réussisse. »*

dien du secteur culturel — l'expérience a été très positive. « L'entreprise avait besoin de fonds pour financer plusieurs contrats importants. Compte tenu de sa situation financière, nous ne pouvions pas augmenter le montant de nos prêts par les moyens habituels. Confiant en ses capacités, nous avons donc cherché un moyen de l'aider. J'ai alors pris contact avec la CCC pour voir si une entente était envisageable, ce qui était le cas, et tout s'est très bien déroulé.»

La vente se chiffrait à 2,4 millions de dollars, et une bonne partie des travaux était prévue au cours du contrat. Or, les banques ne financent généralement pas ce genre de travaux.

« L'entreprise s'est présentée munie d'un contrat signé avec une université américaine réputée. Nous avons donc

### DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



Corporation Commerciale Canadienne

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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, n° sans frais : 1-800 748-8191, téléc. : (613) 947-3903, courriel : info@ccc.ca, internet : www.ccc.ca

un bon vendeur et un bon acheteur, explique M. Letford. Il ne manquait que le financement. » C'est là que M<sup>me</sup> Sue Elgar, gestionnaire de programme, et l'équipe du PPP, sont entrées en jeu. « La CCC nous a permis d'aider notre client », ajoute M. Letford.

La marge de crédit a été remboursée, rapidement et sans aucune difficulté. Depuis, la Banque Royale a conclu avec ce client quatre contrats faisant appel au PPP.

Après une première expérience aussi réussie, M. Letford n'a pas hésité à recommander le PPP à un fabricant de placards qui devait fournir des meubles à plusieurs hôtels aux États-Unis. Là encore, les travaux étaient prévus pendant le contrat. « Compte tenu des bons rapports que j'ai avec les gens de la CCC, j'ai simplement téléphoné pour discuter de l'affaire, explique M. Letford. Au mois de juillet, j'ai approuvé une deuxième marge de crédit du PPP pour ce client, et tout a bien marché. Le PPP rend les choses plus faciles pour toutes les parties.

« En fin de compte, il faut avoir confiance — confiance que l'organisme vers

Voir page 8 - Le PPP

#### COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassade.ducanada.org](http://www.ambassade.ducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

**P**ays le plus peuplé du monde, la Chine compte aussi les plus grandes villes. Selon le Bureau d'État de la statistique, on dénombre 70 villes dont la population dépasse 5 millions d'habitants et 144 qui en comptent de 1 à 5 millions, toutes des villes à croissance rapide.

*Le transport en commun du XXI<sup>e</sup> siècle*

# En Chine, ça roule

Par Murray King et Zhang Xiaojie

Le gouvernement chinois estime que la population des villes du pays atteindra 685 millions d'habitants d'ici 2010. Pour répondre aux besoins de transport urbain de cette population en expansion rapide, favoriser le développement économique, réduire le niveau élevé de pollution de l'air et atténuer les embouteillages, la Chine investira massivement au cours des 20 prochaines années dans le développement de réseaux de métro, de train léger et de liaisons ferroviaires à grande vitesse.

## Projets de construction colossale

D'ici cinq ans seulement, on prévoit que plus de 15,7 milliards de dollars américains seront investis dans la construction de réseaux de transport en commun dont la longueur atteindra 120 km à la fin de 2000. Au total, la Chine planifie la construction, d'ici 2025, de 550 km de lignes de transport en commun dans les villes importantes; l'objectif à long terme est fixé à 2 000 km pour 2050.

Entre 2001 et 2005, la Chine a l'intention d'entreprendre de grands projets de transport en commun dans les villes suivantes : Beijing, Shanghai, Tianjin, Guangzhou, Chongqing, Nanjing, Chengdu, Qingdao, Dalian, Shenyang, Kunming, Shenzhen, Changchun, Harbin et Xi'an.

Les autorités de Beijing prévoient la construction de 82,3 km de nouvelles lignes de métro et de train léger sur rail pour les ajouter aux 53 km existants; le réseau comptera alors 13 lignes principales et deux prolongements, pour une valeur totale de 1,4 milliard de dollars américains.

On projette de construire jusqu'à 11 lignes (384 km) de métro à Shanghai et 10 lignes (186 km) de train léger sur rail sur voie élevée. Une voie ferrée d'essai à suspension magnétique d'une longueur de 40 km doit également être construite pour relier Lujiazui, Pudong,

Shanghai et l'aéroport international de Pudong.

La première phase du projet de métro de 17 km de Nanjing commencera avant la fin de 2000 et devrait être terminée en 2005. L'investissement total pour ce projet est estimé à 760 millions de dollars américains.

Shenyang projette la construction d'un réseau de transport en commun de 182,5 km (de surface et souterrain) comportant 5 lignes.

Shenzhen investira 1,25 milliard de dollars américains dans la construction d'un métro de 19,5 km à 14 stations destiné à être relié au réseau de transport en commun de Hong Kong. La construction a débuté en 1998 et devrait être terminée en juin 2004. Les acquisitions de matériel étranger seront probablement centrées sur les systèmes de signalisation et de contrôle automatique.

La construction de la ligne 2 du métro de Guangzhou a commencé au début de février 2000. Selon les prévisions, le réseau de métro, d'une longueur de 23,3 km, coûtera 1,33 milliard de dollars américains.

## Défis et possibilités

Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à ce marché devraient noter que le gouvernement central a encouragé les autorités locales à utiliser du matériel construit au pays pour les réseaux de transport urbain. Elles doivent ainsi utiliser des wagons et du matériel électrique comportant au moins 70 % de contenu local. Néanmoins, des débouchés significatifs peuvent exister pour les entreprises cana-

diennes qualifiées dans la fourniture de matériel et de services pour ces projets d'infrastructure d'une ampleur colossale.

Bien que la plupart des moyennes et grandes villes chinoises planifient de réaliser des projets de transport en commun, certaines ne détiennent pas encore les approbations gouvernementales nécessaires ni un financement assuré. Les entreprises canadiennes que ces projets intéressent sont fortement encouragées à rencontrer régulièrement les responsables locaux du transport et des municipalités. Les autorités locales sont généralement très réceptives aux demandes de renseignements des entreprises. Donc en communiquant régulièrement au sujet des projets, cela peut augmenter les chances de décrocher un contrat.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Gregory Chin, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél.: (613) 996-7526, téléc.: (613) 943-1068, courriel : [gregory.chin@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gregory.chin@dfait-maeci.gc.ca)

L'ambassade du Canada à Beijing, les consulats généraux de Shanghai et de Guangzhou ainsi que le consulat de Chongqing peuvent aussi aider les entreprises canadiennes à obtenir de l'information à jour sur l'état des projets de transport en commun, à déterminer quelles sont les autorités compétentes et à entrer en communication avec elles. ✪

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

## Le PPP

— Suite de la page 7

lequel vous dirigez votre client pourra l'aider. Et je n'ai jamais hésité à orienter mes clients vers la CCC. Je suis convaincu que les gens de la CCC pensent avant tout à l'intérêt du client. Ils veulent que la vente soit conclue et ils font tout ce qu'ils peuvent dans ce but. »

M. Letford ajoute qu'il continuera de faire appel au Programme chaque fois qu'il en aura l'occasion. « Je n'ai jamais traité avec un organisme gouvernemental aussi efficace et aussi bien organisé. Les agents de la CCC font tout en leur pouvoir pour que la transaction réussisse. » ✪



**L**e secteur japonais des matériaux de construction et de l'habitation offre des débouchés extraordinaires.

La porte est ouverte aux fournisseurs, fabricants et constructeurs étrangers, comme le démontrent d'ailleurs les nombreux gens d'affaires japonais qui se

à l'origine de l'essor domiciliaire actuel. Les sondages réalisés par l'industrie montrent une augmentation de la demande de maisons à ossature de bois de styles compatibles avec la production canadienne (à base de montants de deux pouces sur quatre). À la base de

*Le marché japonais de la construction domiciliaire*

# Occasion imbattable!

rendent au Salon de l'habitation du Japon année après année.

Des entreprises et organisations européennes, qui font énergiquement la promotion de leurs produits auprès des acheteurs, distributeurs et constructeurs japonais, s'intéressent également au Japon. Avec une telle concurrence, les sociétés canadiennes doivent agir vite et mettre au point des outils de marketing efficaces, en mettant l'accent sur les avantages et les différences de leurs produits vis-à-vis de ceux qu'offrent leurs concurrents.

## Un avenir prometteur

En 1999, on a vu 1 214 601 mises en chantier de logements au Japon (46,6 % étaient des habitations à ossature de bois, un type de produit pour lequel le Canada est bien positionné). En plus du secteur des maisons neuves, il existe des débouchés dans la reconstruction, la rénovation et la revitalisation. On estime que des millions de maisons ne sont pas conformes aux normes et que les deux tiers des 46 millions de logements du Japon ne pourraient probablement pas résister à un tremblement de terre de forte magnitude.

Les projections font état d'une hausse des importations de bois d'œuvre et de produits séchés au four au Japon. Une proposition d'un comité du ministère de la Construction sur le point d'être rendue publique devrait mener à une augmentation de la construction de logements sans barrières (c.-à.-d. qui conviennent aux personnes âgées).

Ce sont néanmoins les préférences des consommateurs, et non les mesures gouvernementales, qui sont réellement

cette tendance se trouve la perception qu'ont les consommateurs japonais des maisons nord-américaines : ils les considèrent comme mieux conçues, offrant plus de possibilités et en tête sous l'aspect vaguement défini du « style de vie ». Les habitations canadiennes sont d'ailleurs en



train de se bâtir une réputation de confort, de qualité, de durabilité, d'efficacité énergétique et de bonne qualité de l'air intérieur.

Cette préférence pour les produits canadiens est évidente chez les futurs acheteurs de maisons, soit les personnes qui ont actuellement entre 20 et 40 ans. Parmi eux, 41 % choisiraient une maison à ossature de bois. Cette popularité accrue a également aidé le Canada à accroître sa part du marché des fenêtres et des portes aux dépens de ses concurrents américains.

## Le Salon de l'habitation du Japon

Les constructeurs se tournent également vers l'importation en réponse aux nombreuses influences qui s'exercent sur leur industrie. Pour profiter de la forte influence qu'exercent les clients et les salons professionnels sur les constructeurs japonais, le MAECI, Ressources naturelles Canada (RNCan) et la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) organisent conjointement une mission qui se rendra au Salon 2000 de l'habitation du Japon, du 14 au 17 novembre. L'an dernier, le Salon a attiré plus de 100 000 visiteurs, (90 % venaient de

l'industrie). Cela permettra aux entreprises canadiennes de percer sur le lucratif marché japonais ou d'y améliorer leur performance en établissant de solides réseaux auprès des constructeurs et des acheteurs japonais.

Pour renseignements sur le Salon ou pour placer des brochures en montre, envoyer un courriel à M<sup>me</sup> Laura Diakiw, SCHL, à : [ldiakiwcmhc-schl.gc.ca](mailto:ldiakiwcmhc-schl.gc.ca)

## Faire des affaires au Japon

Avant d'aller au Salon de l'habitation ou d'essayer de conclure des marchés au Japon, les sociétés canadiennes devraient garder à l'esprit certaines considérations techniques et culturelles :

- La superficie du Japon équivaut au 1/27 de celle du Canada, mais sa population est le quadruple de la nôtre, soit plus de 125 millions de personnes. Les exportateurs canadiens doivent être prêts à produire en masse pour ce marché et être en mesure de livrer des produits aux chantiers de construction très rapidement.
- Les entreprises japonaises du secteur sont toujours à la recherche de matériaux de haute qualité et de sources d'approvisionnement constant.
- Les acheteurs japonais accordent beaucoup d'importance au service après-vente. Cette question doit être analysée en profondeur par les entreprises désireuses de gagner la confiance du client. Au Japon, cette confiance est un élément crucial de toute relation d'affaires.

Les entreprises doivent accepter d'adapter leurs produits aux maisons japonaises, plus petites, et d'apprendre les pratiques commerciales du pays. En outre, la culture commerciale du Japon est davantage axée sur des relations solides plutôt que sur des contrats et des transactions sans lendemain.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. John Zimmerman ou M. Masayo Umeda, section commerciale, ambassade du Canada à Tokyo, tél.: (011-81-3) 5412-6345, courriel : [tokyo.construct@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tokyo.construct@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Éric Laverdure, Direction du Japon, MAECI, Ottawa, tél. : (613) 996-2974, courriel : [eric.laverdure@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eric.laverdure@dfait-maeci.gc.ca), internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka) ✪

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

**I**l y a cinq ans, l'euro suscitait un scepticisme général. Peu nombreux étaient ceux qui croyaient que les critères fixés à Maastricht pour pouvoir devenir membre de l'Union monétaire européenne (UME)

Mais aussi, et surtout, les conditions sont maintenant en place pour que l'on assiste à une convergence croissante des niveaux de vie des pays membres de l'UME.

Actuellement, en Espagne, le PIB par

croissance de la demande va probablement être plus forte que la moyenne européenne.

En raison de ce contexte favorable, l'Espagne et le Portugal deviennent des marchés cibles intéressants pour les exportateurs canadiens. L'an dernier, les ventes à l'exportation du Canada à destination de ces deux pays ont totalisé plus de 700 millions de dollars. Près de la moitié de celles-ci correspondait à des produits agroalimentaires et à des produits forestiers, et le cinquième environ était constitué de machines, d'aéronefs et de matériel de haute technologie.

Au cours des prochaines années, il va y avoir de nouveaux investissements de grande ampleur en Espagne et au Portugal, et les entreprises canadiennes seront en bonne position pour briguer une participation à ces projets. De toute évidence, l'euro est nettement sous-évalué par rapport à la plupart des autres devises et, notamment, au dollar américain. Dans la mesure où les paramètres de base du marché des changes se renforceront au cours des prochains mois, le dollar canadien va baisser par rapport à l'euro, même s'il monte par rapport au dollar américain. Cela aura pour conséquence que les prix des entreprises canadiennes seront de plus en plus compétitifs sur les marchés européens. ✪

## Les avantages pour l'Espagne et le Portugal Membres de l'UME

par Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

pourraient être respectés par plus de trois ou quatre pays. Les chances de l'Italie semblaient minces et, dans le cas de l'Espagne et du Portugal, une telle perspective semblait très lointaine. Or, à la fin de 1998, il y a eu une convergence extraordinaire de facteurs économiques fondamentaux chez les candidats désireux de se joindre à l'UME et une union monétaire a pris forme.



M. Stephen S. Poloz de la SEE

habitant équivalait à environ 70 % de la moyenne dans l'Union européenne; au Portugal, il est d'environ 40 %. Grâce à un marché intérieur nettement plus ouvert, à une simplification des transferts de technologie, à l'amélioration du cadre structurel et à une politique monétaire unique dans toute la zone, ces deux économies pourraient même répéter ce qui s'est produit en Irlande. En 1990, en Irlande, le PIB par habitant équivalait à 70 % de la moyenne dans l'Union européenne; aujourd'hui, il est de 5 % supérieur à la moyenne de l'ensemble de la région. Le facteur qui sera décisif, dans le cas de l'Espagne et du Portugal, c'est que, durant les 10 prochaines années au moins, la

Les mesures prises pour satisfaire aux critères de convergence se sont avérées bienfaisantes dans le cas de l'Espagne et du Portugal. Les économies de ces deux pays bénéficient maintenant de taux d'inflation et de taux d'intérêt faibles ainsi que d'un contexte financier plus stable.

## Promotion des TIC du Canada en Bavière

En juillet, le ministre de l'Industrie, M. John Manley, a effectué sa deuxième visite dans le sud de l'Allemagne en moins de 10 mois afin de prononcer le discours liminaire lors de l'inauguration du Congrès internet de Bavière, à Munich.

Il s'agissait d'une excellente occasion de promouvoir la stratégie des technologies de l'information et des communications (TIC) « Un Canada branché » au moyen d'une présentation multimédia de premier ordre portant sur le programme Rescol ainsi que sur la stratégie du Canada en matière de commerce électronique. Le discours a fait salle comble.

La Bavière a de l'importance pour les intérêts du Canada en matière de TIC, car plus de 40 % de l'industrie allemande des

TIC est établie dans cette région. D'ailleurs Munich, avec 75 000 employés travaillant dans ce secteur, se classe au deuxième rang des centres de TIC de l'Europe, juste derrière Londres.

Le discours de M. Manley au Congrès poursuit la tendance au resserrement



Le ministre de l'Industrie, M. John Manley (à droite), avec le premier ministre de Bavière, M. Edmund Stoiber, lors du Congrès internet à Munich.

des relations Canada-Allemagne dans le secteur des TIC, suscitée par des réunions qu'il a eues avec le premier ministre de Bavière, M. Edmund Stoiber, l'an dernier.

Cette année, le Congrès internet de Bavière avait pour thème « La vie sur le marché virtuel ». M. Stoiber, qui était l'hôte de l'événement, ainsi que M. Peter Lewi, président de Cisco Systems (Allemagne), ont aussi prononcé un discours.

La vocation internationale de ce congrès de deux jours a été de nouveau mise en évidence au cours d'une séance en après-midi où on a présenté des initiatives de TIC entreprises dans des régions de divers pays comme la Chine, la France, l'Espagne, l'Afrique du Sud et l'Autriche. M. Hervé Fischer, fondateur du salon annuel Marché international du multimédia, a pris la parole au nom de l'industrie des TIC du Québec. ✪

# La péninsule ibérique

## Des débouchés à votre portée

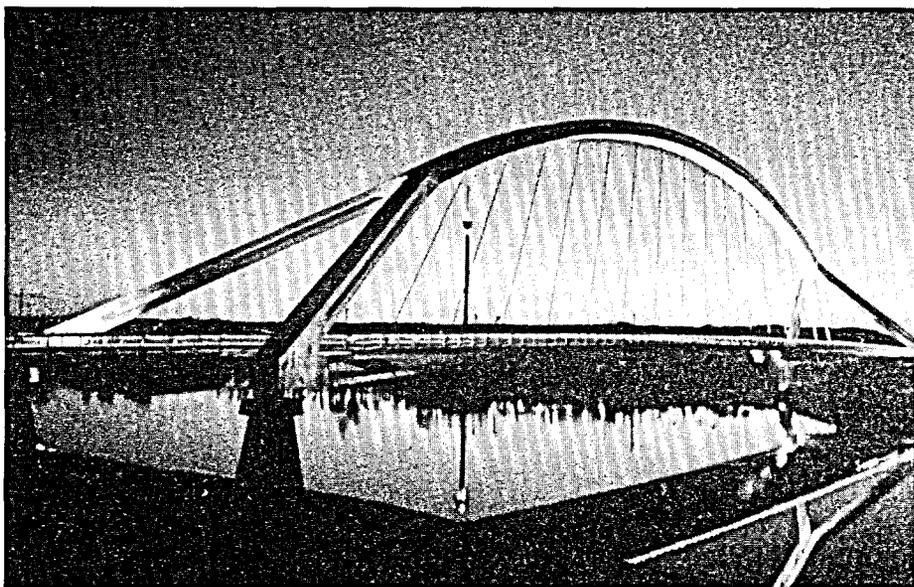
*Ce supplément spécial de CanadExport met en lumière certains des débouchés qui s'offrent aux Canadiens sur les marchés de la péninsule ibérique. Le Service des délégués commerciaux du Canada est sur place, au Portugal comme en Espagne, à l'affût des possibilités et prêt à servir les entreprises canadiennes intéressées à étendre leurs marchés d'exportation.*

### Portugal

L'adhésion du Portugal à l'Union européenne (UE) en 1986 a fait naître un vent de changement : depuis, le PIB de ce pays a connu une croissance marquée et continue. Le gouvernement portugais a mis en oeuvre des politiques économiques cohérentes, axées sur l'intégration totale au marché européen. Ainsi, il a libéralisé les marchés intérieurs, lancé un vaste programme de privatisation et restructuré les industries. Avec l'aide financière de l'UE, le pays a aussi pu se doter de l'infrastructure moderne dont il avait grandement besoin. Une production vigoureuse et une solide progression de l'emploi ont en outre permis au Portugal de voir son PIB réel grimper de 3,4 % par année depuis 1986, ce qui excède la moyenne des pays de l'UE d'un bon point. Parallèlement, l'inflation était jugulée. Le Portugal bénéficie du plus faible taux de chômage de l'UE, ce qui alimente une forte demande de logements et de biens de consommation. Cette performance économique impressionnante a permis au Portugal d'être un des membres fondateurs de l'Union monétaire européenne.

Sur ce marché dynamique, les technologies canadiennes de pointe (notamment dans le domaine des services et produits environnementaux, de l'information et des communications) prennent le dessus sur les produits traditionnellement exportés au Portugal, comme les céréales, les pommes de terre de semence et le poisson. Le marché portugais des télécommunications, récemment déréglementé, vaut plus de 6,4 milliards \$, et on prévoit qu'il connaîtra une croissance supérieure à 50 % au cours des quatre prochaines années. Pour sa part, le marché des logiciels atteint 2,8 milliards \$. Il existe par ailleurs d'excellentes occasions d'affaires dans d'autres secteurs, notamment celui du gaz naturel, où les investissements nécessaires afin de développer l'infrastructure dans tout le pays s'élèvent à environ 180 millions \$ annuellement pour les cinq prochaines années. Dans le secteur de l'environnement, 11 milliards \$ seront investis d'ici 2006 dans le traitement des eaux usées, des déchets urbains et industriels. Divers projets dans le secteur des transports sont évalués à 2,9 milliards \$.

**À vous maintenant de prendre connaissance des débouchés qui s'offrent au Portugal...**



Le Puente de la Barqueta, Séville. Avec la permission de l'Institut espagnol du commerce extérieur (ICEX). Photo : Expo 92.

# PORTUGAL

## TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

### Une croissance d'au moins 10 %

Le secteur portugais des télécommunications connaît un essor rapide et attire des investissements importants. La déréglementation de ce secteur s'est faite en deux étapes au cours de 2000, et elle a entraîné une vive concurrence et une amélioration des services maintenant offerts à coût moindre. La valeur actuelle du secteur se chiffre à quelque 4 milliards \$, et on prévoit qu'elle atteindra 8,3 milliards \$ d'ici 2005. Des investissements annuels de 500 millions \$ ont été réalisés ces dernières années afin de passer à la technologie numérique, d'offrir des services perfectionnés et d'installer des réseaux de fibre optique. Le Portugal compte maintenant une vaste gamme de fournisseurs dans le domaine de l'infrastructure. Un réseau de base de fibre optique et de câble coaxial a en outre été construit.

Le Portugal compte neuf exploitants publics de réseaux de télécommunications, sept exploitants de services fixes, neuf de services fixes sans fil et trois de réseaux de téléphonie cellulaire. Environ 54 % des Portugais sont abonnés au service de téléphonie cellulaire; on prévoit que le marché arrivera à maturité (75 %) d'ici deux ans. Environ 8 % de la population possède un accès Internet, et l'on s'attend à ce que ce pourcentage augmente. La commutation automatique de canaux (communication radio bilatérale) connaît un taux de croissance annuel de 83 %, et cette tendance devrait se maintenir avec la mise en service de la commutation automatique de canaux numérique. Par contre, l'utilisation des services de téléavertisseurs est en déclin; le nombre de clients a chuté de 12 % et le nombre d'appels, de 48 %.

La modernisation et l'expansion du marché des technologies de l'information se poursuivent. En 1998, les sociétés multinationales ont réalisé des ventes de matériel de 1,5 milliard \$, soit une hausse de 28,5 % par rapport à 1997. Une croissance des ventes de l'ordre de 10,5 % est prévue pour 1999; on estime la valeur du marché à 2,6 milliards \$. De 1995 à 1999, le marché des logiciels a connu une expansion de 22 % à 45 % par an; sa valeur actuelle est estimée à 2,2 milliards \$. On prévoit que cette valeur s'élèvera à 2,8 milliards \$ d'ici un an.

La câblodistribution représente un autre marché qui connaît une progression rapide, soit 39 % par an. Les investissements canadiens dans ce secteur sont importants. Plus de 2 millions de foyers (51 %) sont abonnés au service. Le secteur du multimédia est également en plein essor. Portugal Telecom, qui possède aussi une société de câblodistribution, a récemment fondé PT Multimedia, qui s'occupera exclusivement des activités liées à Internet et au multimédia.

En raison de la déréglementation des télécommunications et des progrès rapides réalisés dans le secteur des services et des technologies de l'information, beaucoup de débouchés sont maintenant offerts aux Canadiens. Au palmarès des succès des entreprises canadiennes dans ce secteur, mentionnons le partenariat conclu par CGI, de Montréal, et Portugal Telecom, ainsi que l'investissement réalisé par Câble Satisfaction International, de Longueuil, dans une entreprise de câblodistribution portugaise.

Le Portugal est fortement tributaire des importations de produits de télécommunications, les entreprises locales ne bénéficiant pas des économies d'échelle, de l'assise industrielle et de la technologie de pointe qui leur permettraient de fabriquer des produits de haute qualité pouvant répondre aux besoins du marché des télécommunications. Cette situation se traduit elle aussi par des débouchés intéressants pour les entreprises canadiennes.

Des entreprises suédoises, norvégiennes, allemandes, françaises et américaines sont déjà présentes dans le secteur. Bien qu'il puisse s'avérer difficile de concurrencer les fournisseurs des pays de l'UE, le fait de compter sur des installations de production sur place ou un solide partenaire européen constitue un atout important.

### Le Canada

occupera l'avant-scène au  
**Congrès des communications  
du Portugal en 2001**

L'Association portugaise pour le développement des communications a récemment demandé au Canada d'être son « pays invité » en 2001. À ce titre, le Canada participera à un certain nombre d'activités dont la plus importante sera le Congrès des communications, qui se tiendra en novembre 2001. Cette manifestation est l'événement de l'année dans l'industrie des télécommunications. L'invitation lancée au Canada n'est pas simplement à titre honorifique: des entreprises et conférenciers canadiens pourront participer au Congrès, ce qui mettra en valeur l'expertise nationale en matière de télécommunications.

## ENVIRONNEMENT

### La conformité aux normes européennes s'impose

La population portugaise est de plus en plus sensible aux questions environnementales. Selon les sondages, les Portugais se préoccupent principalement des eaux usées non traitées; l'eau potable contaminée arrive au deuxième rang des préoccupations, suivie des feux de forêt et de la pollution des rivières. Seulement 42 % de la population a accès à de l'eau propre et seulement 27 % des effluents liquides et 75 % des déchets urbains sont traités de manière appropriée. Le niveau de pollution industrielle est celui que l'on associe habituellement à une population de 26 millions de personnes, soit deux fois et demie celle du Portugal.

Des mesures sont prises pour s'attaquer à ces problèmes. D'ici 2006, 11,67 milliards \$ seront consacrés à l'assainissement et au traitement des déchets. De cette somme, 4,17 milliards \$ proviendront de l'UE; l'État et le secteur privé paieront le solde de la facture. Une grande partie de la somme, soit 8 milliards \$, est réservée à des projets d'assainissement de base qui seront réalisés au cours des deux prochaines années afin de rendre l'infrastructure portugaise conforme aux normes européennes.

À titre de mesure d'incitation, le gouvernement portugais offre, jusqu'en 2001, au secteur privé un crédit d'impôt équivalant à 8 % des investissements dans les immobilisations dédiées à la protection de l'environnement, y compris le matériel. La valeur maximale du crédit est de 80 000 \$.

#### • Eaux usées

Environ 64 % des Portugais sont raccordés à un système d'évacuation des effluents, mais seulement 27 % d'entre eux sont desservis par des stations d'épuration des eaux d'égout adéquates. On vise à égaler le taux moyen de traitement des effluents de l'UE, qui est de 90 %. Ces projets créent des débouchés pour les entreprises dans les domaines de l'aménagement du territoire et de la planification des ressources ainsi que de la fourniture d'expertise, de matériel et de services.

#### • Déchets solides

Le gouvernement a l'intention d'autoriser la gestion privée des déchets urbains. Ce sont les entreprises industrielles qui causent le plus de problèmes : à l'heure actuelle, elles expédient leurs déchets aux municipalités, qui ne disposent généralement pas du matériel nécessaire pour les traiter. Il est urgent que le Portugal dispose de technologies de prévention des rejets industriels, de méthodes de production plus propres et de techniques de fin de chaîne.

#### • Eau potable

Le Portugal est l'un des pays de l'UE où le taux de captage d'eau potable est le plus faible, soit environ 85 m<sup>3</sup> par habitant, dont seulement 53 m<sup>3</sup> sont traités. On prévoit pour les prochaines années une forte croissance du marché du captage, du traitement et de la distribution de l'eau; l'UE et l'État financeront une bonne partie de ces travaux.

Le secteur environnemental est régi par les ministères de l'Environnement et des Finances ainsi que par les municipalités. Ces organes établissent également des politiques et adjugent des contrats. Des entreprises portugaises, françaises, allemandes et italiennes sont déjà présentes dans ce secteur; il y a néanmoins de la place pour des entreprises canadiennes qui sauraient trouver un créneau dans le traitement des déchets liquides et solides. Les entreprises canadiennes doivent garder à l'esprit que toute entreprise étrangère à la recherche de projets a absolument besoin d'un agent ou d'un partenaire local.

## CONSTRUCTION

### Le Portugal en tête de l'Union européenne

Ces quatre dernières années, l'industrie portugaise de la construction a connu une croissance annuelle moyenne de 5,6 %, comparativement au taux de 0,6 % enregistré pour le reste de l'UE. La croissance a été de 10,8 % en 1997 — une année exceptionnelle. Divers facteurs ont contribué à cette accélération, dont les travaux préparatoires en vue d'Expo 98 (l'exposition mondiale de Lisbonne); les autres grands travaux publics; la chute des taux d'intérêt; le redressement de l'économie; et le climat de confiance suscité par l'accession du Portugal à l'Union monétaire européenne.

Depuis, plusieurs grands projets d'infrastructure ont été menés à bien et le plan de soutien européen a été interrompu, ce qui a amené certains à craindre que l'activité de construction ne connaisse un recul prononcé. Cependant, de grands projets d'infrastructure sont encore nécessaires dans le secteur des transports, où le Portugal accuse un retard.

Les travaux publics représentent environ 47 % de la production du secteur de la construction du Portugal, preuve des efforts déployés pour remédier aux lacunes de l'infrastructure de base. En 1997, la construction d'ouvrages publics a augmenté de 20 %. Parmi les projets réalisés figurent Expo 98, d'importantes nouvelles routes et le pont Vasco da Gama. Les projets financés par l'État et pour lesquels les travaux devraient débuter incessamment incluent le nouvel aéroport de Lisbonne, des réseaux de transport en commun et le pipeline Transgás. Pour sa part, le secteur privé finance de nouvelles autoroutes. De plus, des travaux seront réalisés en vue de la tenue du championnat européen de soccer en 2004, dont le Portugal sera l'hôte.

On prévoit une croissance soutenue du marché portugais de la construction domiciliaire. Des techniques et des produits innovateurs sont lancés sur ce marché où les entreprises canadiennes ont beaucoup à offrir. L'intérêt pour les maisons usinées augmente, bien que les sociétés portugaises hésitent encore à adopter cette technique de construction. Beaucoup d'efforts devront être déployés pour démontrer les avantages des maisons usinées et de l'utilisation de matériaux préfabriqués dans les travaux de rénovation d'immeubles existants.

Une vague de fusions a balayé l'industrie ces dernières années, les entreprises tentant ainsi d'accroître leur taille et d'acquérir des technologies. De grandes entreprises de construction espagnoles ont notamment fusionné avec des sociétés locales ou en ont acquises.

Les entreprises canadiennes sont avantagées du point de vue du savoir-faire et de la technologie. Le marché portugais est néanmoins petit et dominé par des entreprises locales ou européennes. Il est difficile pour une entreprise non européenne de remporter un appel d'offres concernant des travaux publics. Le fait de disposer d'installations de production sur place pourrait être un atout important.

## CONSTRUCTION DOMICILIAIRE

### Boom dans un secteur d'expertise du Canada

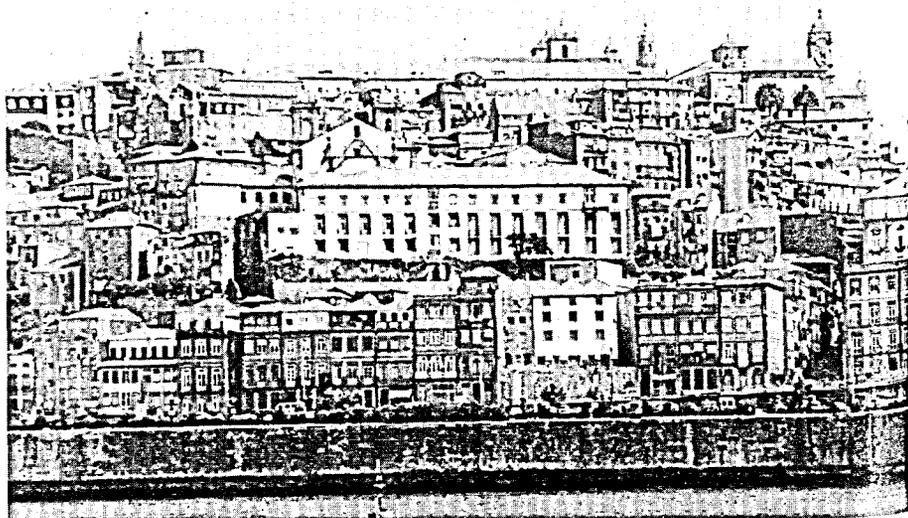
La construction domiciliaire représente en moyenne 22 % de l'activité de construction totale en Europe. Au Portugal, la proportion est de 27 %, ce qui révèle des lacunes au chapitre du logement ainsi que l'ampleur des besoins du pays. La croissance du PIB (qui surpasse elle aussi la moyenne de l'UE) a alimenté la demande de logements, tout comme la chute importante des taux d'intérêt ces dernières années. Cette dernière a entraîné une augmentation rapide des prêts à l'habitation. Le volume annuel des prêts hypothécaires actuel est cinq fois plus élevé que celui de 1991. Le regain de la construction domiciliaire devrait se poursuivre.

Les débouchés sont nombreux dans le secteur de la construction de logements sociaux, notamment des immeubles bas préfabriqués. La croissance vigoureuse stimule la demande de bâtiments à logements multiples, d'habitations haut de gamme, de villages de retraités, d'appartements de base et de logements abordables pour la population en général.

Bien que les constructeurs locaux demeurent prudents, l'intérêt du public pour les nouvelles techniques de construction augmente, en particulier chez les anciens émigrants qui retournent vivre au Portugal. Ces derniers comptent parmi les clients qui exigent des maisons mieux construites et plus confortables. Les maisons portugaises sont rarement isolées ou munies d'un système de chauffage central. Or, les entrepreneurs canadiens sont des experts en ces domaines.

L'un des obstacles les plus importants consiste à se conformer aux formalités administratives. Il s'agit là d'un des domaines où la présence d'un agent ou d'un partenaire local peut se révéler utile.

Des entreprises européennes, en particulier espagnoles, sont déjà présentes dans ce secteur. Pour leur part, les entreprises canadiennes ont beaucoup à offrir du côté des techniques et produits innovateurs et des maisons usinées. Leur expérience pourrait être recherchée par les Portugais désireux d'améliorer leurs logements.



La Vieille ville, Porto

## LE MATÉRIEL MÉDICAL

### Un secteur largement tributaire des importations

Au Portugal, les dépenses médicales annuelles par habitant atteignent en moyenne 318,90 \$. De ce montant, 252,65 \$ sont dépensés au sein du Système national de santé (SNS), qui en rembourse les deux tiers. La part de marché du secteur privé augmente à mesure que les régimes d'assurance-maladie privés gagnent en popularité auprès des salariés à revenu moyen et élevé. Le gouvernement encourage les investissements privés depuis juin 1999. À cette date, un rapport de vérification confirmait que les dépenses du SNS avaient augmenté de 100 % en 1998, mais que la productivité ne s'était accrue que de 10 %.

Le financement des projets d'infrastructure par l'UE fait des soins de santé un domaine en croissance au Portugal. Pour les années 2000 à 2006, le Portugal recevra 36,8 milliards \$ de l'UE pour des investissements dans l'infrastructure du secteur de la santé, principalement pour construire et équiper de nouveaux hôpitaux et remettre à neuf les installations existantes. Le ministère de la Santé consacre 611,5 millions \$ à la construction de 9 nouveaux hôpitaux régionaux, dont l'ouverture est prévue pour 2001. Une autre somme, soit 797 millions \$, sert à agrandir 12 hôpitaux existants.

Près de 90 % du matériel médical est importé, car on en fabrique peu sur place. Les principaux fournisseurs sont l'Allemagne, l'Espagne, la Grande-Bretagne, les États-Unis et le Japon.

Le matériel médical est acheté au moyen d'appels d'offres lancés par les commissions d'approvisionnement des hôpitaux et les hôpitaux eux-mêmes. Les achats du secteur public sont centralisés. Les fournitures et les produits consommables sont achetés deux fois l'an (en avril et en octobre) par une commission centrale d'approvisionnement agissant au nom de tous les hôpitaux publics. Cette procédure rend les prix très concurrentiels. Le secteur privé a généralement recours aux ventes directes. Au sein du ministère de la Santé, la Direcção-Geral das Instalações e Equipamentos de Saúde (Direction générale des installations de santé et du matériel médical) est chargée de construire et d'équiper les nouveaux hôpitaux ainsi que d'acquérir le matériel non jetable pour le réseau des hôpitaux publics.

Tout le matériel acheté par le ministère de la Santé doit être conforme aux normes européennes. La qualité des produits et le service après-vente sont souvent plus importants que le prix. À noter que le ministère de la Santé met plus d'un an à régler ses factures. Les distributeurs doivent avoir une situation financière suffisamment solide pour survivre sur ce marché.

Les importateurs ont généralement une impression favorable des produits canadiens, mais ils ne savent pas ce que les entreprises canadiennes ont à offrir en matière de matériel médical. Il est nécessaire de recourir à un agent qui connaît le système des appels d'offres publics et possède des contacts au ministère de la Santé et dans les hôpitaux publics.

### La santé au Portugal

- Taux de natalité parmi les plus bas de tous les pays industrialisés
- Population dont le vieillissement est rapide : plus de 14 % des Portugais ont 65 ans ou plus
- Deux principales causes de décès : maladies du système circulatoire (40,1 %) et cancer (19,97 %)

## TRANSPORTS

### En avant toute

Il reste encore d'importants projets d'infrastructure à réaliser dans le secteur des transports au Portugal. En plus des projets à venir financés par le budget de l'État ou par des sociétés d'État, les projets d'infrastructure financés par le secteur privé, y compris les concessions relatives à des autoroutes, représenteront un investissement d'environ 2,9 milliards \$.

### Tendances

Le secteur portugais des transports continuera de croître, stimulé par les grands projets d'infrastructure publique, les concessions d'autoroutes et l'expansion du réseau routier à péage exploité par Brisa. Les entreprises canadiennes sont surtout en concurrence avec les sociétés locales ou européennes, en particulier les entreprises espagnoles. Il est encore possible de bénéficier d'un financement substantiel de l'UE.

### Principaux aspects de l'accès au marché

Les entreprises canadiennes qui souhaitent exercer des activités au Portugal doivent travailler en partenariat avec des sociétés portugaises et/ou retenir les services d'un agent qui connaît le marché local. La plupart des projets sont adjugés par voie d'appel d'offres, et les entreprises canadiennes qui s'y intéressent devraient établir des relations d'affaires avec les principaux intervenants du secteur de l'infrastructure de transport.

Les matériaux ou procédés importés doivent être approuvés par le Laboratório Nacional de Engenharia Civil (Laboratoire national de génie civil). Les produits électriques canadiens doivent être accompagnés d'un certificat de conformité aux normes canadiennes délivré par CSA International ou son pendant américain.

## GAZ NATUREL

### L'énergie de demain

Avant 1997, le pétrole fournissait 71 % de l'énergie primaire utilisée au Portugal; ce dernier était alors le pays européen le plus dépendant envers cette source d'énergie. La même année, le Portugal a commencé à importer du gaz naturel, qui, en 1998, représentait 10 % de la consommation d'énergie primaire. L'Algérie fournit le gaz par un pipeline traversant le Maroc et l'Espagne.

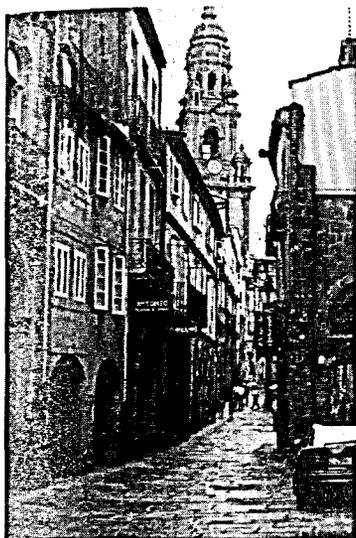
Le gaz est perçu comme plus économique et moins nocif pour l'environnement que le pétrole. Son utilisation s'accroît de manière significative et, d'ici 2010, on prévoit que ce combustible représentera 19 % de la consommation d'énergie primaire. On rapporte que les entreprises locales de distribution de gaz recrutent 100 000 nouveaux clients par an. À Lisbonne seulement, environ 300 000 foyers utilisent le gaz municipal, mais ils devront faire l'objet d'une conversion au gaz naturel. La cogénération devient également de plus en plus courante.

Le Portugal a des plans de grande envergure visant à l'aider à faire face à la croissance :

- Au cours des quatre ou cinq prochaines années, on devrait investir 180 millions \$ par an pour étendre son infrastructure et financer les conversions.
- Afin de diversifier les sources d'approvisionnement, on construira un terminal d'expédition dans le port de Sines, où les navires-citernes pourront livrer du gaz naturel liquéfié. La valeur du projet est estimée à 322,6 millions \$. Cinq consortiums formés pour répondre à l'appel d'offres figurent sur la liste restreinte, y compris des entreprises de Belgique, d'Espagne, des États-Unis, de France, d'Italie, du Japon, des Pays-Bas et du Portugal. La date cible d'achèvement est fixée à 2003.
- Un contrat relatif à des installations de stockage souterrain a été adjugé. Il s'agit d'un projet d'environ 115 millions \$.

Cette expansion se traduit par une foule d'occasions d'affaires dans le secteur du gaz naturel. L'aide financière de l'EU constitue un attrait supplémentaire.

Étant donné que le Portugal est membre de l'UE, les entreprises européennes bénéficient d'une certaine avance. Les entreprises canadiennes disposent néanmoins de leur propre avantage : le Portugal accueille favorablement les participants qui ne sont pas originaires de l'UE, dans l'espoir de diversifier ses fournisseurs de technologies et de produits.



La Vieille ville, Porto

## Sites Web utiles Portugal

<http://www.gdp.pt>  
Gás de Portugal

<http://www.min-economia.pt>  
Ministère de l'Économie

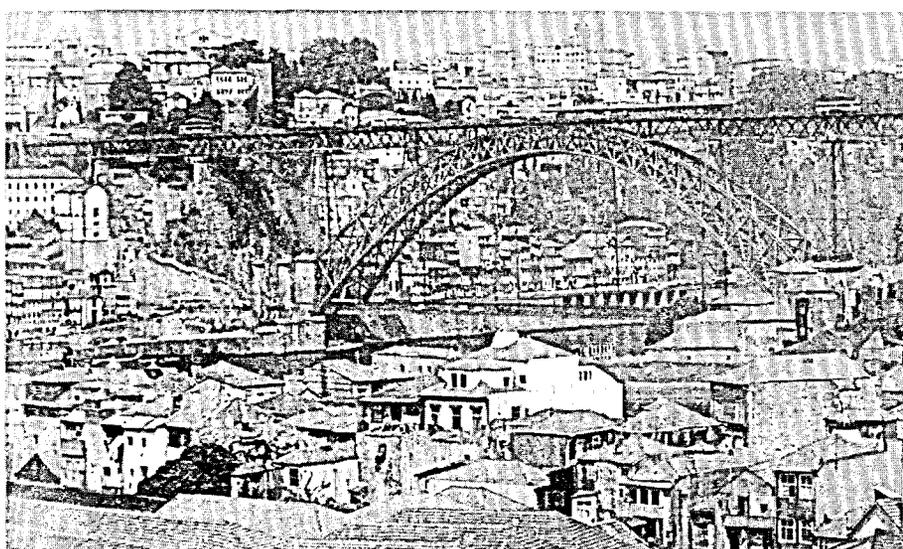
<http://www.dga.min-amb.pt/rama.html>  
Ministère de l'Environnement

<http://www.dge.pt>  
Direction générale de l'énergie,  
Ministère de l'Économie

<http://www.min-saude.pt>  
Ministère de la Santé

<http://www.dgsaude.pt>  
Direction générale de la santé,  
Ministère de la Santé

<http://www.ine.pt>  
Institut national de la statistique



Le Ponte D. Luis, Porto

## Contacts

**Ambassade du Canada  
au Portugal**

### SECTION COMMERCIALE

Tél.: (011-351-21) 316-4600

Fax: (011-351-21) 316-4695

Courriel :  
[Isbon-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:Isbon-td@dfait-maeci.gc.ca)

Site Web :  
[www.dfait-maeci.gc.ca/lisbon](http://www.dfait-maeci.gc.ca/lisbon)

TECHNOLOGIES DE  
L'INFORMATION ET DES  
TÉLÉCOMMUNICATIONS :

José Araújo Correia

Courriel :  
[jose.correia@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jose.correia@dfait-maeci.gc.ca)

GAS NATUREL, ENVIRONNEMENT  
ET ÉQUIPEMENT MÉDICAL :

Carlos Lindo da Silva

Courriel :  
[carlos.silva@dfait-maeci.gc.ca](mailto:carlos.silva@dfait-maeci.gc.ca)

CONSTRUCTION (LOGEMENT)  
ET TRANSPORTS :

Fatima Carvalho

Courriel :  
[fatima.carvalho@dfait-maeci.gc.ca](mailto:fatima.carvalho@dfait-maeci.gc.ca)

## Principaux projets dans le domaine des transports au Portugal

Projet :	Débouchés pour :
Nouvel aéroport de Lisbonne	Sous-traitants ou fournisseurs Gestionnaire de projet
Liaison ferroviaire à grande vitesse avec les autres pays de l'UE	Sous-traitants ou fournisseurs
Modernisation de l'aéroport Francisco Sá de Porto	Partenariat avec des entreprises européennes
Méto de surface au sud du Tage (ligne ferroviaire de Lisbonne, pour laquelle le processus d'appel d'offres est entamé)	Fournisseurs
Nouvelle liaison passant au-dessous/ en dessous du Tage (à l'examen)	Les entreprises intéressées doivent communiquer avec l'ambassade du Canada à Lisbonne
Autoroute A2 en direction d'Algarve	Fournisseurs ou sous-traitants

# Espagne

Classée au deuxième rang des pays de l'UE pour l'importance de son territoire, l'Espagne compte une population d'un peu plus de 40 millions d'habitants.

L'économie espagnole a connu, jusqu'au début des années 1980, de longues périodes de stagnation et de récession.

Un nouveau gouvernement, arrivé au pouvoir à la fin de 1982, a adopté des politiques monétaires et budgétaires pragmatiques.

En 1983, il a présenté un programme dans le cadre duquel il s'attaquait aux malheurs économiques du pays dans une optique à long terme et plus cohérente. Ses politiques de restructuration, notamment celles visant la fermeture de grandes entreprises d'État non rentables, ont permis de corriger les déséquilibres les plus graves à l'origine de la piètre performance de l'économie espagnole. Le programme de reconversion industrielle qu'il a mis en place a équilibré le système de sécurité sociale, qui croulait sous les problèmes.

L'investissement de capitaux privés a été encouragé au moyen de mesures incitatives, et on a amélioré la souplesse du marché du travail.

Dès lors, la croissance du salaire réel a été jugulée, et elle a pu, de façon générale, être maintenue à un niveau inférieur au taux d'inflation. L'Espagne a connu un formidable essor pendant tout le reste des années 1980. La très forte hausse de l'investissement étranger, la diminution radicale de la valeur d'échange de la devise américaine et l'augmentation du tourisme sont des facteurs complémentaires qui ont permis au pays de connaître une croissance économique rapide, sans pour autant éprouver des difficultés de balance des paiements.

La saine et rapide croissance de l'économie a contribué à stimuler la demande intérieure, qui, au milieu des années 1980, progressait au rythme de 5 % par année. La demande fortement accrue a été satisfaite par une augmentation considérable des importations de produits et de services pendant tout le reste des années 1980 et au cours des années 1990.

Les exportations canadiennes à destination de l'Espagne se sont accrues de façon continue ces 10 dernières années. Les entreprises canadiennes établies en Espagne exercent des activités dans les domaines bancaire, de l'immobilier, de l'informatique, des télécommunications, de la protection de l'environnement, des loisirs, de l'exploitation minière, du recyclage et de la pétrochimie — ce ne sont là que quelques-uns des nombreux débouchés qu'offre l'Espagne.



## CONSTRUCTION

Secteur clé, la construction en Espagne traverse une période de très forte expansion qui a un effet favorable sur la croissance économique générale du pays. En 1999, ce secteur représentait 7,3 % du PIB et 10,4 % de l'emploi total (1 275 000 travailleurs).

En 1999, le niveau d'activité dans le secteur de la construction a enregistré une croissance se situant à environ 8,5 %. Le sous-secteur de l'habitation a eu de bons résultats et l'activité y a augmenté de 13 %, tandis que celle de la remise à neuf s'est accrue de 4 %. Les travaux publics ont progressé de 9,5 % et la construction non résidentielle a enregistré une hausse de 5,5 %.

De grands projets d'infrastructure sont actuellement en cours. Le gouvernement espagnol a approuvé le plan général d'infrastructure qui prévoit des investissements de 20 billions de pesetas (143 milliards \$US aux taux de change actuels) pour les routes, les chemins de fer, les ports de mer, les aéroports, les travaux hydrauliques, la remise en état des zones littorales, l'environnement et la qualité de l'eau. La période visée par ce plan s'étend de 1995 à 2010. Environ 77 % de l'investissement total sera consacré à l'amélioration de l'infrastructure de transport.

C'est dans le secteur de la construction qu'ont été effectués deux des plus importants investissements de l'Espagne au Canada en 1998-1999, générant quelque 4,4 milliards \$ pour l'économie canadienne. Bien que ces

investissements aient été réalisés dans le secteur industriel (construction de routes), le secteur résidentiel en Espagne suscite aussi de plus en plus l'intérêt des fournisseurs canadiens de matériaux de construction, de même que des entrepreneurs. Dragados & Ferrovial sont des investisseurs espagnols présents tant au Canada que dans le secteur espagnol de la construction résidentielle. Il serait pertinent de tirer parti de leur présence au pays (dans le cadre de projets de concession pluriannuels) pour promouvoir ce secteur auprès des clients qui ont leur siège social au Canada.

## Politique de l'habitation en Espagne

En vertu de la Constitution espagnole (1978), l'Espagne est divisée en 17 régions et villes autonomes (Ceuta et Melilla). Celles-ci sont dotées de pouvoirs politiques, administratifs et judiciaires, et ce, même si l'Espagne n'est pas une fédération.

La Constitution espagnole donne aux régions et aux villes le droit exclusif d'exercer le pouvoir politique et administratif relativement au secteur de l'habitation. Le gouvernement central ne possède pas de droits spécifiques découlant de la législation en matière d'habitation. Il peut cependant intervenir dans le secteur de l'habitation en raison de ses responsabilités liées à la politique générale en matière d'économie et

de planification et compte tenu du fait que ce secteur est très important pour l'économie nationale.

Par l'entremise de taxes et de réductions de taxes dans le secteur de l'habitation, le régime fiscal a, dans une très large mesure, un effet direct sur le comportement des promoteurs et des acheteurs.

Il importe de noter l'attention toujours plus grande qui est accordée à la restauration des zones urbaines, plus particulièrement à la remise en valeur des vieux quartiers des villes. L'aide de l'État peut avoir une influence non seulement sur la remise à neuf de bâtiments et de maisons situés dans ces zones, mais aussi sur leur réurbanisation, y compris sur les travaux de démolition. Pour obtenir l'aide de l'État, il faut qu'un accord soit conclu entre la municipalité et le gouvernement régional afin que ce dernier puisse s'entendre avec le ministère du Développement pour inclure la zone en question dans les objectifs régionaux généraux du plan de construction d'habitations du gouvernement.

### Variation annuelle de l'activité dans le secteur de la construction

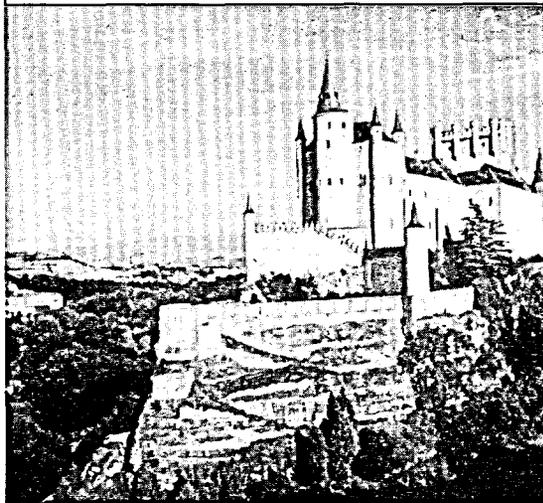
Activité	1996	1997	1998	1999
Habitation	6,0 %	5,5 %	9,0 %	13,0 %
Construction non résidentielle	-2,0 %	2,0 %	4,0 %	5,5 %
Travaux publics	5,0 %	-4,5 %	6,5 %	9,5 %
Remise à neuf	-12,0 %	4,0 %	2,5 %	4,0 %
Consommation de ciment (en millions de tonnes)	24,2	27,1	31,2	36,9
Mises en chantier (en milliers)	285	315	375	520

Source : Fédération nationale espagnole de la construction (SEOPAN)

## Projets d'infrastructure en Espagne

Projet	Endroit	Budget (en milliards de pesetas)	Détails	Date de parachèvement
Train à grande vitesse	Madrid – Barcelone	1 100	Vitesse de 280 km/h	2004
Autoroute	Jerez – Los Barrios	60	90 km	2002
Superport - 1 <sup>re</sup> phase	Ferrol	80	Projet à l'étude	
Chemin de fer	Cafranc, Espagne – Oloron, France	25	20 km traversant les Pyrénées	2004
Autoroute La Plata	Gijon – Séville	250	582 km	2006
Train à grande vitesse	Cordoba – Malaga	220	157 km	2006
Parc d'attractions	Port Aventura, Catalogne	250	Actionnaires : Universal et La Caixa	2013
Train à grande vitesse	Madrid – Valence	400	494 km; vitesse de 220 km/h	2005
Centrales de cogénération		1 000	13 000 MW	2002–2005
Agrandissement du port	Barcelone	200		2011
Usines de dessalement			Visé à doubler la capacité de l'Espagne	
Train à grande vitesse	Madrid – Extremadura	688	Avec correspondance pour Lisbonne	2009
Autoroute	Somport – Sagunto	200	428 km	2009
Métro (MetroSur)	Madrid	200	35,2 km de nouvelle rame, 29 stations	2004
Agrandissement de l'aéroport Barajas	Madrid	280		2004
Nouvel aéroport Campo Real	Madrid	1 000		2020
Prolongement du métro et système de tramways	Barcelone	500		2001–2010
Pont-tunnel	Espagne – Afrique du Nord		Projet à l'étude	
Agrandissement de l'aéroport El Prat	Barcelone	139		2004
Pont-aqueduc	Montpellier, France – Barcelone	200	800 m <sup>3</sup> /minute	2005–2010
Parc d'attractions Terra Mitica	Benidorm, Alicante	183		2009
Train à grande vitesse	Madrid – Valladolid	275	247 km	2006
Huit autoroutes à péage		671	769 km	2004

Note : 35 % des sommes susmentionnées seront fournis par l'Union européenne par l'entremise du Fonds de cohésion. Ce fonds a été établi en prévision de l'Union économique et monétaire de l'Europe. Il est destiné à donner de l'élan aux projets relatifs à l'environnement et au transport dans les pays où le revenu par habitant représente moins de 90 % de la moyenne de l'UE et à porter ce revenu au niveau de celui des autres pays membres.



## FOIRE COMMERCIALE RECOMMANDÉE : CONSTRUMAT

(Exposition internationale biennale sur la construction — Barcelone — Avril 2001)

Données fournies par Construmat : 1999

Nombre total d'exposants	3 198
Exposants directs	1 680
espagnols	1 471
étrangers	209
Exposants indirects	1 518
espagnols	618
étrangers	900
Superficie occupée (superficie de l'exposition)	96 616 m <sup>2</sup>
Nombre total de visiteurs	216 169

L'Alcázar, Ségovie. Avec la permission de l'Institut espagnol du commerce extérieur (ICEX). Photo : Antonio Lafuente.

# BIOTECHNOLOGIE

Les sciences biologiques constituent la discipline scientifique dans laquelle l'Espagne s'est traditionnellement distinguée. Au nombre des lauréats du prix Nobel, un Espagnol a été reconnu pour ses travaux en médecine et un autre pour ses recherches en biologie moléculaire. Jusqu'à il y a 15 ans, le gouvernement espagnol ne disposait néanmoins d'aucun cadre de planification et de coordination pour la recherche et le développement scientifiques. Cette lacune a ralenti le développement de la science et de la technologie en général, et de la biotechnologie en particulier. La situation a été finalement corrigée en 1986, lorsque le Plan national pour la recherche scientifique et le développement technologique a été établi.

L'Espagne possède aujourd'hui un programme national de biotechnologie administré par le nouveau ministère de la Science et de la Technologie. Pour la période allant de 2000 à 2003, le programme a choisi les secteurs d'activités suivants :

- projets relatifs au génome et à la génomique des protéines
- industries agroalimentaires
- soins de santé (humaine et animale)
- processus de bio-ingénierie
- environnement

## Recherche dans le secteur public

Des centres de recherche, des instituts et des universités publics sont tous très actifs dans la R-D en biotechnologie. Ils emploient deux fois plus de personnes que le secteur privé et entreprennent la plus grande partie de la recherche effectuée en Espagne. Au nombre de ces organisations :

L'**Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria** met l'accent sur l'agrobiotechnologie.  
<http://www.inia.es>

Le **Centro Superior de Investigaciones Científicas** est le plus important centre national de R-D. Il a des constituantes dans presque toutes les régions d'Espagne et couvre plusieurs domaines scientifiques. Est lié à ce centre le **Centro de Biología Molecular Severo Ochoa**, qui offre un programme de maîtrise en biotechnologie, en collaboration avec plusieurs entreprises de biotechnologie.  
<http://www2.cbm.uam.es/cbmso>

Fondé en 1985, le **Centro Nacional de Biotecnología** (Centre national de biotechnologie) concentre sa recherche sur cinq domaines : biologie moléculaire et cellulaire; biotechnologie microbienne;

génétique moléculaire des végétaux; structure macromoléculaire; immunologie et oncologie. Ses 14 laboratoires étudient la génématique, la microscopie électronique, la spectroscopie et l'imagerie par résonance magnétique, la micropurification et le microséquençage des protéines, la spectroscopie de masse, la synthèse de peptides, le remodelage de protéines, le séquençage et la synthèse d'acides nucléiques, la fermentation, le traitement en aval, la production en série de cellules eucaryotes, de même que la synthèse et l'analyse des composés chimiques.

<http://www.cnb.uam.es>

Le **Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial** est une importante organisation qui met en oeuvre des projets et trouve des contrats. Fondé en 1978 pour stimuler la recherche et l'innovation industrielles, ce centre exerce une grande influence sur le développement de la biotechnologie en Espagne. Il s'occupe principalement des PME et est responsable :

- de l'identification des technologies prioritaires;
- du financement de la R-D avant commercialisation et de la mise en marché de nouveaux produits et procédés;
- de la gestion, de la promotion et du suivi de la participation de l'Espagne aux programmes internationaux de coopération technique.

<http://www.cdti.es>

La plupart des **universités** espagnoles ont un département de biotechnologie ou d'études connexes. Pour obtenir la liste complète des universités faisant partie du réseau espagnol de recherche, consultez :

<http://www.rediris.es/recursos/centros/univ.es.html>

L'Espagne participe également au Programme de biotechnologie de la Communauté européenne.

<http://www.cordis.lu/biotech/home.html>

## Le secteur privé

En Espagne, quelque 250 entreprises sont actives dans le secteur de la biotechnologie. Les activités industrielles sont centrées sur le diagnostic, les produits chimiques fins, les antibiotiques et l'amélioration des plantes. Environ 40 % des nouvelles entreprises de biotechnologie oeuvrent dans le secteur agroalimentaire. La plupart des entreprises du secteur sont situées autour de Madrid et de Barcelone; c'est dans ces villes que l'on observe la plus forte concentration d'universités et que se trouve le nouveau Centre national de biotechnologie.

On trouve dans ce secteur aussi bien des petites entreprises telles que **Tecnología para Diagnostico e Investigacion (TDI)**, qui exerce des activités uniquement sur le marché espagnol, que des multinationales dotées de succursales en Espagne, telles que **Bio-Rad Laboratories**.

## Réglementation de la biotechnologie

En juin 1994, le Parlement espagnol a adopté une loi sur les organismes génétiquement modifiés (OGM). Cette loi a confié aux 17 gouvernements régionaux la responsabilité d'approuver la vente délibérée d'OGM sur leur territoire (sauf par les départements gouvernementaux de recherche). Aucune région n'a encore obtenu l'autorisation d'approuver la vente et pour le moment, la responsabilité appartient aux ministères de l'Environnement et de la Santé.

La Commission nationale de la sécurité biologique est chargée de surveiller la sécurité biologique en matière d'environnement. Cette commission, qui doit rendre des compte aux autorités compétentes, a pour membres des représentants de tous les ministères concernés et un certain nombre d'experts.

## Entreprises de biotechnologie sur le Web

Il n'existe pas encore de répertoire complet des entreprises espagnoles de biotechnologie sur Internet, quoique bon nombre d'entre elles figurent dans les sites suivants :

- ❑ **Spainindustry** — <http://www.spainindustry.com>  
Il s'agit d'une liste générale, en espagnol et en anglais, d'entreprises situées aux quatre coins de l'Espagne. On peut consulter cette liste selon le type d'activités, d'exportations et d'importations.
- ❑ **Paginas amarillas** (Pages jaunes) — <http://www.paginas-amarillas.es>  
On peut faire des recherches dans ce répertoire général d'entreprises, par activité. Comprend les entreprises de biotechnologie.
- ❑ **Madrid+d.** — <http://www.madrimasd.org>  
Ce répertoire, qui porte sur la région de Madrid, donne des précisions sur les besoins des entreprises en matière de R-D et sur leurs capacités, de même que sur les recherches en cours dans des domaines précis.
- ❑ **Réseau de centres relais innovation** — <http://www.cordis.lu/irc/home.html>  
Ce Réseau mis sur pied par la Commission européenne vise à promouvoir l'innovation en mettant la recherche et la technologie à la portée des entreprises européennes, particulièrement les PME. L'Espagne compte six centres relais innovation.

## Perspectives des entreprises canadiennes dans le secteur espagnol de la biotechnologie

- ❑ Forêts et produits forestiers (technologies des pâtes et papiers), technologies de reforestation, amélioration génétique, protection des forêts, restauration et protection des sols, cultures génétiquement modifiées
- ❑ Traitement des eaux usées, déchets toxiques, biorestauration, contrôle des odeurs, processus phytochimiques, biocatalyseurs, plastiques biodégradables, biopolymères, biopesticides
- ❑ Transfert de technologies alimentaires, y compris la technologie de fermentation, les procédés de transformation biotechnologique, l'amélioration des matières premières pour le secteur des produits alimentaires, la conservation et le stockage des aliments, l'évaluation de la qualité des aliments et des matières premières
- ❑ Vaccins de soins vétérinaires, génétique et biologie moléculaire pour améliorer la production animale
- ❑ Produits biopharmaceutiques et trousseaux de diagnostic pour distribution ou fabrication sous licence en Espagne, et projets conjoints de R-D
- ❑ Formation de spécialistes de la R-D et de personnel technique hautement qualifié
- ❑ Accès aux fonds de R-D de la Commission européenne (le Canada a un accord avec l'UE en ce qui concerne la collaboration scientifique et dans le secteur de la R-D)
- ❑ Coentreprises canadiennes et espagnoles dans des pays tiers, surtout sur le marché de l'Amérique latine

## Aide aux entreprises canadiennes

Vous souhaitez percer sur le marché espagnol de la biotechnologie, en pleine expansion? Vous êtes à la recherche d'un représentant qualifié? La **Section commerciale de l'ambassade du Canada** à Madrid est prête à aider les entreprises canadiennes.

<http://www.canada-es.org/francais/business.html>

## R-D en Espagne

Le 27 avril 2000, le gouvernement espagnol a créé le ministère de la Science et de la Technologie. Ce nouveau ministère remplace la Commission interministérielle pour la science et la technologie. Comme son prédécesseur, il est responsable de la coordination, du financement et de la mise en oeuvre des activités nationales de R-D.

<http://www.mcyt.es>

## ENVIRONNEMENT L'Espagne amorce un virage vert

Il est prévu que le secteur environnemental espagnol enregistrera une forte croissance au cours des cinq prochaines années. La demande de produits et de services « verts » augmente au fur et à mesure que le gouvernement adopte des règlements pour se conformer aux directives de l'Union européenne. L'influence sur l'industrie a été importante.

Ces dernières décennies, l'Espagne s'est industrialisée et est devenue une société de consommation. Cette transformation a créé de sérieux problèmes environnementaux, en particulier dans les régions urbaines et dans les villes lourdement industrialisées.

Aujourd'hui, la situation s'améliore, tandis que les entreprises polluantes modifient leur position. Jadis passives à l'égard de l'environnement, elles changent d'orientation et adoptent une approche proactive, s'efforçant de résoudre les problèmes sous-jacents et de respecter la législation environnementale espagnole. Déjà, les gouvernements, les administrations locales et l'industrie ont investi des sommes importantes dans le secteur environnemental pour amener l'Espagne au même niveau que les autres États membres de l'UE en matière de protection environnementale.

Au cours des cinq prochaines années, l'Espagne espère recevoir quelque 9 milliards \$ du Fonds de cohésion de l'Union européenne; les sommes reçues seront affectées à l'amélioration des résultats des industries, des municipalités et des régions espagnoles en matière d'environnement.

### Aménagement forestier

L'an dernier, l'Espagne a adopté sa première **Stratégie nationale d'aménagement forestier**. Annoncée par le ministère de l'Environnement (<http://www.mma.es>), cette stratégie propose le lancement d'un programme de reboisement et la création d'un nouveau conseil national de surveillance de l'aménagement forestier.

Selon cette stratégie, le cadre législatif espagnol de 1957 sur les terrains forestiers sera révisé, et la nouvelle législation devrait être adoptée au cours de la prochaine année. Un conseil national de la forêt doit aussi être créé; il fournira des conseils sur la gestion durable des forêts et publiera un rapport annuel sur l'état des forêts d'Espagne.

Au nombre des autres propositions importantes, il est prévu d'augmenter le reboisement, surtout dans les régions qui présentent des risques d'érosion du sol et de désertification. À l'heure actuelle, les forêts ne couvrent qu'un peu plus de la moitié du territoire de l'Espagne — une grande proportion comparativement aux autres pays de l'Union européenne. La stratégie souligne néanmoins que l'érosion touche 8 % du territoire espagnol. Selon le gouvernement, le reboisement pourrait mettre fin au problème et offrir d'autres avantages. Il pourrait en effet limiter les effets négatifs du changement climatique et aider à améliorer la gestion des ressources en eau.

La stratégie propose également des méthodes d'utilisation économique et

sociable plus durable des forêts. On y recommande notamment la certification des forêts, l'adoption d'un comportement rationnel par l'industrie forestière et le contrôle des terres boisées publiques par les conseils espagnols.

### Traitement de l'eau et des déchets

Pour satisfaire aux normes de l'UE, l'Espagne devra fortement investir dans des dispositifs de lutte contre la pollution aux fins du traitement de l'eau et des eaux usées municipales et industrielles.

Dans le cadre du **Plan national d'assainissement de l'eau**, l'Espagne consacrera, d'ici la fin de 2005, 14,4 milliards \$ pour établir de nouvelles installations de captage, de dessalement et d'assainissement de l'eau. D'après les estimations du ministère de l'Environnement visant la même période, les secteurs public et privé espagnols investiront une somme additionnelle de 15 milliards \$ dans des systèmes et du matériel de traitement des eaux usées.

Au cours des prochaines années, l'Espagne prévoit investir 1,3 milliard \$ dans le traitement des déchets toxiques de même que dans la prévention et le contrôle de la pollution. D'ici 2005, près de 1,2 milliard \$ sera consacré au **Plan national d'assainissement des terres contaminées**. Il existe par ailleurs une demande de technologies pour le stockage des déchets radioactifs et la prévention de la contamination.

L'Espagne produit 17 millions de tonnes de déchets par année, volume qui a augmenté de 38 % ces cinq dernières années. D'après le nouveau **Plan national des déchets**, le recyclage sera, d'ici 2005, obligatoire en ce qui concerne les pneus usagés, les véhicules d'occasion (qui produiront environ 500 000 tonnes de déchets au cours des six prochaines années), les déchets de construction et les appareils électroménagers jetés au rebut (machines à laver, cuisinières, réfrigérateurs, etc.). Le plan est doté d'un budget de 7 milliards \$.

### Virage vert de l'industrie espagnole

Le ministère de l'Environnement a imposé des amendes aux industries polluantes. En conséquence, ces dernières sont à la recherche de technologies respectueuses de l'environnement et de systèmes antipollution.

L'Espagne finance des projets à tous les paliers de gouvernement et subventionne également l'investissement privé dans la technologie environnementale. D'ici la fin de 2005, l'industrie devrait consacrer au total 12 milliards \$ à la technologie environnementale. Les industries chimique, énergétique et sidérurgique et celle des métaux non ferreux tracent la voie dans ce domaine.

## Accès au marché

L'Espagne n'impose ni obstacle ni restriction à l'importation et à la commercialisation de l'équipement environnemental canadien, à condition qu'il soit conforme à la réglementation et aux normes espagnoles. Pour plus de détails, communiquer avec l'**Association espagnole de normalisation**, tél.: (011-34-91) 310-4851, <http://www.aenor.es>

Les entreprises européennes sont avantagées par leur proximité géographique, qui facilite la prestation de services et le transport de matériel. Des entreprises d'Allemagne, de France, des Pays-Bas et des États-Unis sont présentes dans le domaine de l'environnement.

Le Canada bénéficie néanmoins d'une excellente réputation en tant que pays doté d'équipement innovateur, d'entreprises d'ingénierie exceptionnelles et de nouvelles technologies. Les entreprises canadiennes peuvent faire face à la concurrence en nouant des liens avec des entreprises locales, les opérations environnementales et l'assainissement du milieu étant depuis longtemps liées aux administrations locales et communautaires.

Au nombre des options que les entreprises canadiennes devraient considérer se trouvent l'établissement temporaire de coentreprises pour des projets donnés, l'acquisition d'une participation minoritaire dans une entreprise existante, la création d'une entreprise sous contrôle conjoint et l'acquisition d'une participation majoritaire mais non intégrale. L'établissement d'un partenariat avec une entreprise espagnole fiable est souvent une autre bonne façon d'exercer des activités dans le pays de façon efficace.

Dans tous les cas, une présence physique en Espagne est essentielle au succès de toute entreprise.

Les paiements sont habituellement effectués en espèces dans un délai de 60, 90 ou 120 jours. Pour les grands projets ou lorsqu'on fait affaire avec le gouvernement central, un gouvernement régional ou une municipalité, le paiement est déterminé dans chaque cas et peut prendre jusqu'à neuf mois.

Pour leurs projets environnementaux, les entreprises espagnoles et étrangères qui exercent des activités commerciales en Espagne sont admissibles à des subventions du gouvernement central et des gouvernements régionaux (ministère de l'Environnement ou ministère de l'Industrie et de l'Énergie).

## TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

### L'avenir est à l'Espagne

En Espagne, l'utilisation du **téléphone mobile** a bondi depuis 1995. D'ici la fin de la présente année, le pays devrait compter plus de 14 millions d'utilisateurs de ce type de téléphones, dont le nombre devrait d'ailleurs surpasser celui des téléphones classiques.

Des débouchés existent dans le sous-secteur, particulièrement pour les systèmes évolués tels que le SUTM (Système universel de télécommunications mobiles) de même que les antennes d'émission.

Tous les exploitants de la téléphonie mobile sont des entreprises du secteur privé. Les compétiteurs sont notamment des entreprises espagnoles et des filiales de grandes entreprises européennes.

Habituellement, les achats d'équipement et de services sont effectués par appel d'offres officiel. Les documents doivent ordinairement être présentés en espagnol. Parfois, un soumissionnaire étranger est tenu d'être représenté par une entreprise espagnole. Un agent ou un partenaire espagnol peut être très utile.

La **câblodistribution** a mis du temps à s'imposer en Espagne, quoique le nombre d'abonnés devrait atteindre 1,3 million cette année. Les principaux câblodistributeurs sont Telefónica, Madritel, CTC, Retecal, Cableuropa, CYC et Telecable. La plupart de ces entreprises font partie de l'Asociación de Operadores de Cable.

Les prévisions sont bonnes pour la câblodistribution du fait de ses capacités en matière de télétexte, de vidéo interactive et de multimédia, de systèmes d'alarme, de télédiffusion par satellite et par voie terrestre, d'accès à des bases de données et, sous peu, de services de transmission à large bande.

Les câblodistributeurs ou leurs fournisseurs ont besoin :

- de logiciels, particulièrement pour la comptabilité et le contrôle des paiements des utilisateurs du réseau;
- de petits composants et connecteurs.

L'ensemble du secteur des télécommunications ayant été libéralisé à la fin de 1999, il ne devrait y avoir aucun problème à importer de l'équipement pour ce sous-secteur.

### Principaux enjeux environnementaux

- Assainissement de l'eau
- Traitement des eaux usées industrielles et urbaines
- Déchets urbains et solides
- Incinération des déchets
- Dégradation du sol

## Sites WEB utiles

### Espagne

<http://www.mcyt.es>

Ministère de la Science et de la Technologie

<http://www.inia.es>

Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria

<http://www2.cbm.uam.es/cbmso>

Centro de Biología Molecular Severo Ochoa

<http://www.rediris.es/recursos/centros/univ.es.html>

Liste des universités qui font partie du réseau espagnol de recherche

<http://www.tdi.es>

Tecnología para Diagnostico e Investigación (TDI)

<http://www.bio-rad.com>

Bio-Rad Laboratories

[www.cnb.uam.es](http://www.cnb.uam.es)

Centro Nacional de Biotecnología

<http://www.cdti.es>

Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

<http://www.mma.es>

Ministère de l'Environnement

<http://www.aenor.es>

Association espagnole des normes

[http://www.gencat.es/mediamb/eng/acat\\_ma.htm](http://www.gencat.es/mediamb/eng/acat_ma.htm)

Région autonome de Catalogne, Ministère de l'Environnement

<http://www.puntex.es/medioambiente/default.html>

Guía Puntex (Répertoire du secteur espagnol de l'environnement)

<http://www.revistaresiduos.com>

Residuos (Magazine de l'industrie sanitaire espagnole)

<http://www.aluminio.org>

Association espagnole de recyclage des produits aluminium

<http://www.seopan.es>

Association espagnole des entrepreneurs en bâtiments

[www.retevision.es](http://www.retevision.es)

Retevision Móviles

[www.airtel.es](http://www.airtel.es)

Airtel

[www.movistar.tsm.es](http://www.movistar.tsm.es)

Telefónica Móviles

[www.madritel.es](http://www.madritel.es)

Entreprise de câblodiffusion de Madrid

[www.fundacionmadritel.es](http://www.fundacionmadritel.es)

Madritel Foundation

[www.ilimit.com/cecable/archivo.html](http://www.ilimit.com/cecable/archivo.html)

The Cable Review

### Commission européenne

[http://europa.eu.int/comm/dgs/environment/index\\_fr.html](http://europa.eu.int/comm/dgs/environment/index_fr.html)

Direction générale de l'environnement

<http://www.eionet.eu.int>

Réseau européen d'observation et d'information sur l'environnement

<http://www.ehto.org>

Observatoire européen de télématique et des soins de santé

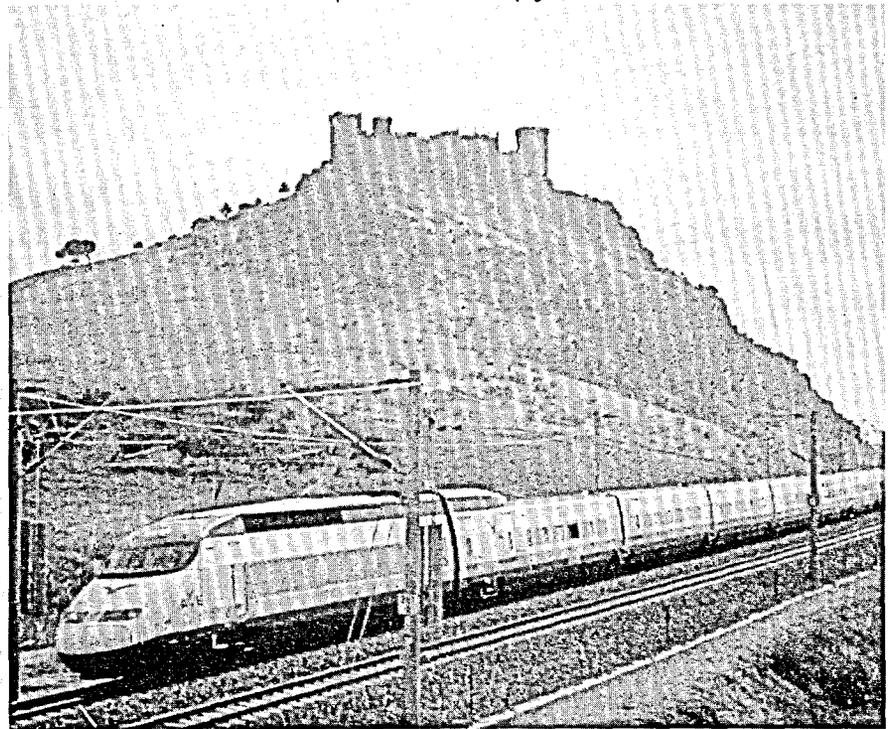
<http://www.cordis.lu/biotech/home.html>

Programme de biotechnologie

<http://www.eea.eu.int>

Agence européenne pour l'environnement

L'Espagne agit rapidement pour moderniser son réseau ferroviaire à grande vitesse. Avec la permission de l'Institut espagnol du commerce extérieur (ICEX). Photo : RENFE.



## Contacts

**Espagne :**

### AMBASSADE DU CANADA

#### SECTION COMMERCIALE

Tél. : (011-34-91) 423-3250

Fax : (011-34-91) 423-3252

Courriel :

mdrid-td@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : [www.canada-es.org/francais/business.html](http://www.canada-es.org/francais/business.html)

#### CONSTRUCTION, BIOTECHNOLOGIE ET ENVIRONNEMENT :

Isidro García

Courriel :

isidro.garcia@dfait-maeci.gc.ca

#### TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS :

Alonso Herrero

Courriel :

alonso.herrero@dfait-maeci.gc.ca

#### AUTRES ORGANISATIONS

M. Mariano Esteban, directeur

Centro Nacional de Biotecnología

Tél. : (011-34-91) 585-4500

Fax : (011-34-91) 585-4500

M. Jose Antonio Serrano

Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

Tél. : (011-34-91) 581-5562

Fax : (011-34-91) 581-5584

Courriel : [jafs@cdti.es](mailto:jafs@cdti.es)

M<sup>me</sup> Elisa Barahona

Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental

Ministerio de Medio Ambiente (Ministère de l'Environnement)

Tél. : (011-34-91) 597-64 33

Fax : (011-34-91) 597-59 06

Courriel : [elisa.barahona@sgri.nma.es](mailto:elisa.barahona@sgri.nma.es)

AENOR (Association espagnole des normes)

Tél. : (011-34-91) 310-4851

Fax : (011-34-91) 310-4976

<http://www.aenor.es>

M<sup>me</sup> Mercedes Munoz, secrétaire générale

Tecniberia (Association espagnole des sociétés d'experts-conseils des ressources naturelles et de l'ingénierie de l'environnement)

Courriel : [buzon@tecniberia-mma.org](mailto:buzon@tecniberia-mma.org)

M<sup>me</sup> Alicia Revenga, directrice générale

Groupe d'exportateurs SEOPAN

Tél. : (011-34-91) 563-05 04

Fax : (011-34-91) 562-5844

Courriel : [grupoexport@seopan.es](mailto:grupoexport@seopan.es)

<http://www.seopan.es>

#### ACTIVITÉS DE PROMOTION COMMERCIALE — 2001

Février PROMA — Salon international de l'environnement, Bilbao

Février ECOMED-POLLUTEC — Salon de l'environnement et de l'énergie, Barcelone

Du 23 au 28 avril CONSTRUMAT 2001 — Salon international bisannuel de la construction, Barcelone, site Web : <http://www.construmat.com>

## Le MAECI offre de l'information sur les douanes

Pour plus de renseignements sur les droits de douane, la réglementation et les taxes, communiquer avec la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Ottawa, tél. : (613) 992-2117. Un agent peut vous donner le classement de vos produits et vous fournir des renseignements sur l'accès aux marchés étrangers, notamment les droits de douane, les taxes et certaines procédures douanières.

— Suite de la page 1

« Des pourparlers sont toutefois en cours avec d'autres provinces pour établir de nouvelles chambres, en particulier à Toronto et Winnipeg », affirme M. Aurelio Fernandes, président de la Chambre et consul honoraire du Portugal à Edmonton.

Dotée d'un personnel bénévole, la Chambre a intensifié ses activités durant la dernière année et demie, soit depuis la nomination de M. Fernandes au poste de consul honoraire. « Nous invitons des missions commerciales portugaises au Canada pour favoriser la création de liens commerciaux et nous tentons de promouvoir la création de coentreprises dans le secteur de l'énergie, plus particulièrement de l'énergie géothermique, pour les Açores, réputées pour leur importante activité volcanique », précise M. Fernandes.

« Nous souhaitons aussi encourager l'investissement dans le tourisme, particulièrement dans le nord du Portugal. Nous offrons aussi des contacts au Portugal pour ceux qui veulent y trouver des partenaires commerciaux. »

### Exporter la technologie albertaine

M. Fernandes tient à mettre l'accent sur le secteur de la gestion des déchets et des technologies environnementales. « L'Alberta est un chef de file mondial pour ces technologies, particulièrement pour l'enfouissement, et le Portugal éprouve de graves problèmes dans ce secteur. C'est pourquoi nous aimerions former une coentreprise afin d'exporter la technologie de l'Alberta vers le Portugal. »

La Chambre organise aussi des activités et des colloques pour ses membres et autres. « En mai dernier, à Banff, nous avons accueilli la première conférence de l'Association des chambres de commerce Portugal-Amérique (ACCPA) », raconte M. Fernandes. L'ACCPA compte 12 chambres au total, situées au Canada, aux États-Unis, au Portugal et aux Açores et elle s'affaire beaucoup aux États-Unis.

Parmi les activités à venir, citons le festival portugais du vin et de la gastronomie qui se tiendra à Winnipeg en octobre et auquel participera l'ambassadeur du Portugal, M. José Manuel Duarte de Jésus, de même qu'un colloque sur les matériaux de construction portugais qui se déroulera à Calgary et Edmonton, en novembre.

M. Fernandes explique que même si le bois de construction nord-américain n'est pas couramment utilisé au Portugal, il est maintenant accepté à grande échelle, surtout dans le nord du Portugal, ce qui fait que le secteur de la construction portugais est attrayant pour les entre-

prises canadiennes. Par exemple, une entreprise de Calgary exporte des portes de garage à destination du Portugal, au rythme d'un conteneur par mois.

## La Chambre de commerce et d'industrie Portugal-Canada

prises canadiennes. Par exemple, une entreprise de Calgary exporte des portes de garage à destination du Portugal, au rythme d'un conteneur par mois.

Le secteur des technologies de l'information (TI) présente aussi un potentiel certain pour les entreprises canadiennes. De dire M. Fernandes : « Le Portugal est au premier plan dans le secteur des TI, offrant un bon marché pour les entreprises canadiennes des TI. »

### Le commerce, une voie à deux sens

« Le Portugal fait partie de l'UE depuis quelques années et demeure l'une des meilleures destinations européennes pour faire des affaires. Le pays offre une main-d'œuvre bon marché, d'excellents incitatifs fiscaux de même qu'une solide assise manufacturière, grâce aux grandes multinationales qui y sont établies comme Ford. »

M. Fernandes aime insister sur le fait que le commerce est une démarche mutuelle et souligne que l'une des plus grandes entreprises du Portugal, Sonae, a investi des millions de dollars dans le secteur du bois d'œuvre au Québec, créant ainsi de nombreux emplois pour les Canadiens.

Les grandes industries du Portugal sont l'électronique, les pièces d'automobiles, les moules à injection, les pièces de plomberie décoratives et les matériaux de construction, les articles chaussants, le vin, le cristal, la céramique, les textiles et le liège naturel.

### Le Canada, une porte d'accès aux États-Unis

M. Fernandes entrevoit également un rôle de promotion de la proximité du

Canada avec les États-Unis pour la Chambre, comme incitatif aux entreprises portugaises à établir une base dans l'ouest du Canada pour qu'elle serve de porte d'entrée au marché américain. « Les provinces de l'Ouest constituent une économie régionale qui

### Mission commerciale ministérielle

On espère développer le commerce bilatéral encore davantage grâce à la mission commerciale ministérielle dirigée par le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, qui se rendra sous peu au Portugal. L'un des directeurs de la Chambre accompagnera la mission à Lisbonne le 20 octobre. Cette mission, la première du genre à se rendre au Portugal, donnera à la Chambre l'occasion d'établir des contacts et d'évaluer la réponse des entreprises portugaises aux efforts visant à renforcer les liens avec le Canada, et en particulier avec l'Alberta.

L'ACCPA publie un bulletin trimestriel, l'APACC Link, qui annonce tous les événements auxquels participent ses membres au Canada, aux États-Unis, au Portugal et aux Açores. La Commission du commerce et du tourisme du Portugal (ICEP) publie elle aussi un bulletin trimestriel donnant la liste de tous les événements et activités qui ont lieu au Portugal.

Pour plus de renseignements sur la Chambre, communiquer avec M. Aurelio Fernandes, président, Chambre de commerce et d'industrie Portugal-Canada, tél. : (780) 476-9099, téléc. : (780) 475-6757, courriel : aurelio@canada-portugal.com ✉

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

**E**n 15 mois, le marché des télécommunications a considérablement évolué en Irlande.

Depuis le démantèlement du monopole de Telecom Eireann, des fournisseurs internationaux tels que BT, NTL, GTS, Interoute et MCI Worldcom offrent toute une gamme de services de télécommuni-

# Les TIC en Irlande

cation aux utilisateurs commerciaux et privés irlandais. L'expansion de la capacité des larges bandes représente un avantage supplémentaire. Important fournisseur de matériel et de logiciels de télécommunication, Nortel Networks est la plus importante succursale appartenant à des intérêts canadiens en Irlande.

## Tendances

Combinée à la réduction progressive des frais de téléphone, de transmission de données et d'accès à l'internet, la déréglementation du marché irlandais des télécommunications a avivé la concurrence en attirant de nouveaux fournisseurs internationaux et favorisera l'expansion du marché. Les grandes entreprises de télécommunication et les intégrateurs de

systèmes se sont dépêchés de mettre la main sur un certain nombre de petits réseaux spécialisés. Avec l'aide des pouvoirs publics, la capacité des larges bandes est en train d'augmenter.

## Débouchés

L'importance des débouchés dépendra des fournisseurs de services multinationaux et des grands intégrateurs de systèmes nou-

vellement installés sur le marché. Pour les nouvelles technologies comme ADSL, RNIS, le commerce électronique et les outils internet, les fournisseurs de services de télécommunication devront faire appel à des spécialistes exploitant des créneaux. La présence de Nortel et d'Eicon Technology en Irlande contribue à faire connaître les compétences techniques canadiennes.

## Clientèle

### Secteur public :

- Cable & Wireless
- Division des Communications Division, Department of Public Enterprise
- Eircom
- Esat/BT
- GTS
- Interoute
- NTL

- Ocean
- Worldcom

### Secteur privé :

- Lake Communications
- Digital Communications Management
- Carraig Ltd.

### Principaux concurrents

Les entreprises suivantes ont des succursales en Irlande qui travaillent au développement de matériel et de logiciels et offrent des services d'appui aux marchés :

- Alcatel
- Ericsson
- Lucent Technologies
- Motorola
- Siemens
- Tellabs.

### Contraintes et défis

- La présence des services de fabrication, de commercialisation et de localisation des multinationales en Irlande, dont les efforts d'exportation visent les marchés de l'Union européenne.
- Les entreprises multinationales font leurs achats à partir de leurs bureaux centraux ou de leurs sièges sociaux.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Marie Stamp, déléguée commerciale, ambassade du Canada, Dublin, tél. : (011-353-1) 478-1988, téléc. : (011-353-1) 478-1285, courriel : marie.stamp@dfait-maeci.gc.ca internet : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) ✪

## Le marché des télécommunications et des services internet en Italie

### Tendances et débouchés

En Italie, le marché des télécommunications et des services internet connaît une croissance exceptionnelle; ainsi, le nombre des abonnés au réseau a augmenté de 280 % en 1999. Cependant, la pénétration de l'internet dans ce pays est inférieure aux taux que l'on observe en Amérique du Nord et dans les autres pays de l'Union européenne. L'Italie accuse aussi un retard pour ce qui est du passage au commerce électronique et à une économie fondée sur les connaissances. Elle a connu une évolution fulgurante, prenant conscience de l'importance de

la connectivité et de l'internet et de la nécessité d'entrer dans l'actuelle course mondiale vers la nouvelle économie. Cet « éveil » à l'internet ouvre des débouchés sans précédent aux entreprises canadiennes. L'Italie ne peut répondre seule à ses énormes besoins; elle a déjà entrepris des démarches pour travailler en partenariat avec le Canada car nos compétences dans ce secteur sont universellement reconnues. Sachant que le Canada est à l'avant-garde dans ce domaine, l'Italie a signé avec lui en mars dernier un protocole d'entente pour promouvoir les projets conjoints liés à

l'internet. Les domaines offrant les débouchés les plus intéressants sont l'enseignement et la formation en ligne, les applications de commerce électronique, le réseautage des collectivités et les portails d'accès et services sans fil.

### Difficultés d'accès au marché

- Les entreprises canadiennes doivent manifester leur intérêt pour le marché italien en s'alliant à des partenaires italiens pour offrir des solutions aux problèmes particuliers à ce pays; elles doivent également offrir un engagement de longue durée.
  - Les entreprises canadiennes doivent savoir que, si l'Italie peut s'avérer un marché fructueux, c'est aussi un marché complexe et difficile qui nécessite de la patience, une préparation soignée et une bonne compréhension des
- Voir page 13 - Télécommunications*

**L**e secteur russe des télécommunications offre d'immenses débouchés, en dépit des répercussions défavorables de la crise financière d'août 1998.

Après la crise, le gouvernement russe a permis une hausse des tarifs d'environ 30 %, tandis que les abonnés commerciaux et résidentiels doivent maintenant déboursier approximativement 75 % de plus pour l'installation de nouvelles lignes. À la faveur d'autres changements, les entreprises russes de télécommunications devraient être en mesure d'améliorer leur tenue financière, de rembourser les dettes d'équipement à l'égard de leurs fournisseurs étrangers et de mettre en œuvre de nouveaux plans d'expansion.

Le développement logiciel en technologie de l'information (TI) spécialisée est un secteur d'avenir en Russie. Si une firme de télécommunications cherche à devenir un chef de file du secteur ou à rester concurrentielle, il peut lui être profitable de signer un contrat de génie informatique en TI spécialisée avec un institut russe dans le cadre d'une coentreprise.

### Contraintes

Plusieurs facteurs continuent de ralentir la croissance du secteur :

- complexité du cadre réglementaire;
- grande fragmentation;
- faibles liquidités;
- exigences inférieures aux normes en ce qui a trait à la divulgation de renseigne-

ments et à la transparence chez les entreprises;

- protection inadéquate des actionnaires minoritaires.

Sur une note plus positive, plusieurs entreprises de télécommunications sont

sition d'une technologie et d'un savoir-faire de pointe.

### Communications cellulaires

Depuis août 1998, la concurrence a fait chuter radicalement les tarifs de télé-

# Russie télécom

en voie de se convertir aux méthodes comptables occidentales; cette évolution devrait améliorer la transparence des systèmes comptables et contribuer à attirer les investisseurs. La fragmentation du marché pourrait aussi se trouver réduite par la fusion de certains exploitants régionaux.

### Communications d'affaires et transmission de données

Hormis quelques exceptions, les fournisseurs de services de communications d'affaires et de transmission de données sont des coentreprises entre des partenaires étrangers et Rostelecom ou une entreprise régionale de télécommunications. Une coentreprise peut également aider une société étrangère à obtenir les permis nécessaires. Pour leur part, les Russes peuvent bénéficier de l'introduction de services à valeur ajoutée sans engager d'importantes dépenses en immobilisations et tout en faisant l'acqui-

phonie cellulaire et étendu la gamme de services offerts aux consommateurs. L'acquisition par Telenor d'une participation de 25 % dans Vimplecom — un des principaux exploitants de services cellulaires — laisse croire que les fournisseurs commencent à recevoir les capitaux requis pour accroître leur capacité. Avec une baisse continue des tarifs et une hausse des investissements, l'utilisation du téléphone cellulaire s'intensifiera encore et le sans-fil pourrait devenir une solution de rechange viable pour les exploitants régionaux de télécommunications.

### Matériel de communications

Depuis la crise financière, les entreprises n'ont pas été en mesure d'investir d'importantes sommes dans de nouveaux systèmes. Elles ont plutôt consacré leurs fonds à l'achat au comptant de petit équipement, en cherchant habituellement à récupérer rapidement leur investissement.

### Communications par satellite

Compte tenu du réseau téléphonique à ligne fixe sous-développé du pays et de sa vaste population, le recours aux communications par microstations pourrait s'avérer une solution intéressante.

### Marché de l'interurbain

Rostelecom loue des canaux de communications internationaux réservés à des entreprises privées. Cette société possède 90 % du marché de l'interurbain et 85 % du marché des communications internationales.

Pour plus d'information, communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Moscou, tél. : (011-7-095) 956-6666, téléc. : (011-7-095) 232-994, courriel : [mosco-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:mosco-td@dfait-maeci.gc.ca) ✉

Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

## Télécommunications en Italie — Suite de la page 12

particularités locales, du contexte politique et de la réglementation.

- L'Italie devra être davantage sensibilisée au fait que le Canada est un fournisseur et un concepteur de solutions et de matériel liés aux technologies de l'information et des télécommunications (TIC) d'envergure mondiale, au même titre que les États-Unis, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et le Japon.

### Activités et renseignements

- Consultez le site internet de l'ambassade, [www.canada.it](http://www.canada.it)
- Le Canada aura un stand national à la SMAU, la plus importante foire commerciale sur les TIC en Italie, qui se tiendra à Milan, du 19 au 23 octobre 2000. Bien

que bon nombre des entreprises qui participeront à la foire **SoftWorld** ne puissent pas être à SMAU, le site internet de cette dernière est excellent, renfermant des profils et des liens très intéressants : [www.smau.it](http://www.smau.it)

- Consultez le site internet de l'Institut du commerce extérieur d'Italie, à [www.ice.it](http://www.ice.it)
- Pour plus de détails, joindre M<sup>me</sup> Paola Molteni, Adjointe, Expansion des affaires, Consulat général du Canada, Milan, tél. : (011-39-02) 6758-1, téléc. : (011-39-02) 6758-3900 ou M. John Picard, Agent du développement des affaires, Ambassade du Canada, Rome, tél. : (011-39-06) 44598-1, téléc. : (011-39-06) 44598-754, courriel : [john.picard@dfait-maeci.gc.ca](mailto:john.picard@dfait-maeci.gc.ca) ✉

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/leads](http://www.iboc.gc.ca/leads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**ÉTHIOPIE — Construction : sous-stations, transformateurs de puissance et lignes de transport** — (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Addis-Abeba en Éthiopie) : La Ethiopian Electric Power Corporation a publié un appel d'offres visant le Projet de transport d'énergie de la région de l'Est. Les compagnies admissibles sont invitées à soumissionner pour les contrats suivants : **Contrat ERPTP-1** — station secondaire et transformateurs de puissance : conception, fabrication, fourniture, mise en place, essais et mise en service de deux transformateurs de puissance de 25/25/12 MVA, 132/66/33 kV, d'un transformateur de

12 MVA, 66/15 kV, d'un transformateur de 25/25/12 MVA, 132/33/15 kV et de deux transformateurs de 6,3 MVA, 66/15 kV ainsi que d'équipements de station secondaire. **Contrat ERPTP-2** — lignes de transport : conception, fabrication, fourniture, mise en place, essais et mise en service d'une ligne de transport 132 kV d'une longueur de 138,85 km et d'une ligne de 66 kV de 50 km. Date de clôture : **27 novembre 2000**. Coût des documents d'appel d'offres : 1 000 birrs par contrat. Communiquer avec M. Steve Guertin, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [coai@dfait-maeci.gc.ca](mailto:coai@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le numéro de dossier **000918-03746**, internet : [www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1151fr](http://www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1151fr)

**INDE — Chariot d'évaluation pour étalonnage de courantomètres** — IFI (Avis reçu du haut-commissariat du Canada à New Delhi, en Inde) : L'Inde a reçu un crédit de 142 millions \$US de l'Association internationale de développement (IDA), pour la réalisation du Projet d'hydrologie, dont la conception, fabrication, fourniture, mise en place et mise en service d'un chariot d'évaluation pour l'étalonnage de courantomètres dans la gamme de vitesses de 0,005 m/s à 6,0 m/s. Le chariot d'évaluation doit être installé dans le bassin d'évaluation existant, construit sous le niveau du sol en dalots en béton armés de rails et qui a une longueur de 122 m, une largeur de 2,44 m et une profondeur de 2,44 m. Le soumissionnaire doit avoir de l'expérience. Date de clôture : **15 décembre 2000**. Coût (non remboursable) des documents d'appel d'offres : 4 000 roupies ou 100 \$US. Toutes les soumissions doivent être accompagnées d'une caution de soumission émise dans les mêmes devises

que le montant de la soumission, ou en devises américaines, et dont la valeur est équivalente à 600 000 roupies. Communiquer avec M. Steve Guertin, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [coai@dfait-maeci.gc.ca](mailto:coai@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le numéro de dossier **000829-03485**, internet : [www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1150fr](http://www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1150fr)

**ÉTHIOPIE** — Nouvelle invitation en vue de la préqualification pour des travaux de génie civil consistant dans la construction de structures de barrage-voûte, de voies d'eau pour la génération d'hydro-électricité et d'une centrale électrique. (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Addis-Abeba en Éthiopie) : La Ethiopian Electric Power Corporation entend procéder à la préqualification d'entrepreneurs en vue de travaux de génie civil pour le projet d'hydro-électricité de Tekeze. Le projet se compose principalement de la construction d'un barrage-voûte, d'une galerie de force motrice et d'une centrale souterraine de 300 MW, ainsi que de routes d'accès et tunnels connexes et d'un campement résidentiel permanent. Les travaux sont regroupés par lots comme suit : **Lot 1B** — campement résidentiel permanent; **Lot 2** — structures auxiliaires pour barrage-voûte; **Lot 3** — galeries de force motrice et structures de centrale. L'équipement de la centrale sera fourni et installé dans le cadre du **Lot 4** (équipements mécaniques) et du **Lot 5** (équipements électriques). La station secondaire sera fournie et installée dans le cadre du **Lot 6** et la ligne aérienne de transport de 230 kV vers Mekele sera conçue, fournie et installée dans le cadre du **Lot 7**. Date de clôture : **30 novembre 2000**. Coût des documents de préqualification : 400 birrs (non remboursables). Communiquer avec M. Steve Guertin, COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [coai@dfait-maeci.gc.ca](mailto:coai@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le numéro de dossier **000918-03747**, internet : [www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1152fr](http://www.coai.gc.ca/webleads.asp?id=1152fr)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca) \*



**COAI**  
Centre des occasions  
d'affaires internationales

## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

**T** rès peu de choses arrivent à déclencher autant d'enthousiasme chez un exportateur que les mots magiques « marché en rapide expansion » ou encore « demande en grande croissance ».

## Occasions ferroviaires Cameroun

C'est pourtant bien le cas du réseau de transport ferroviaire au Cameroun, où la demande en transport forestier, de concert avec la demande supplémentaire en transport d'équipements qu'engendre la construction du pipeline Doba-Kribi, alimentent des investissements de renouvellement et de mise en état des installations ferroviaires de l'ordre de 300 millions \$US.

Au cours des cinq prochaines années, la voie unique reliant Douala à Ngaoundéré (environ 900 km) sera réparée, en divers endroits : nouveaux rails, nouvelles traverses de bois, etc. Ce projet comprend

aussi la réparation des locomotives et des voitures, dont 30 locomotives Bombardier CC2200 équipées de moteurs Alco 251, 30 locomotives Alstom BB1100 et BB1200, équipées de moteurs MGO, 1 100 voitures

et wagons. Camrail ne possède pas de locomotives GM. L'installation d'un bloc-système informatisé, équipé de radio, est également envisagée.

Ce programme, inscrit dans le cadre d'un projet prioritaire, est cofinancé par le consortium Camrail, la Banque mondiale (prêt de l'IDA), la Banque européenne d'investissement (BEI), l'Agence française de développement (AFD) et la SFI.

Le consortium Camrail, né d'un partenariat entre le groupe français SDV et la société sud-africaine Comazar, a repris les chemins de fer camerounais lors de la privatisation de la société des chemins de fer

du Cameroun en 1998. Camrail est aussi le concessionnaire des « Chemins de fer du Cameroun » depuis le 1<sup>er</sup> avril 1999.

### Entreprises canadiennes : en avant, toute !

La plupart des équipements de la Camrail ont été fournis par des Canadiens il y a près de vingt ans. Cela place les entreprises canadiennes dans une position privilégiée, que ce soit au chapitre des contrats de fourniture d'équipements ou encore des nombreux services reliés à ce programme d'investissement.

Selon les plans du programme, des appels d'offres seront lancés avant la fin de cette année et au courant de l'an prochain. Pour les appels d'offres actuellement en cours d'étude, certaines sociétés canadiennes sont en bonne voie de se qualifier pour des contrats.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Honoré Mondomobé, Agent commercial principal, ambassade du Canada au Cameroun, tél. : (011-237) 23 23 11, téléc. : (011-237) 22 10 90, courriel : [honore.mondomobe@dfait-maeci.gc.ca](mailto:honore.mondomobe@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.info.export.gc.ca/cm/](http://www.info.export.gc.ca/cm/)

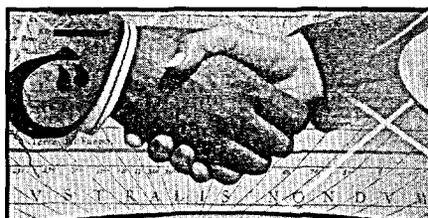
## Foire dans le secteur pétrolier et gazier en Turquie

ISTANBUL, TURQUIE — 16-18 novembre 2000 — Du fait de son emplacement géographique et de sa stabilité politique, la Turquie est depuis longtemps déjà reconnue comme un marché pétrolier et gazier de première importance. Elle sert de « pont » entre les grandes régions productrices et les principaux pays consommateurs d'Europe. Et elle pourrait bien être le marché de l'énergie qui se développe le plus rapidement dans le monde.

La **Turkish International Oil and Gas Congress & Exhibition, TURKIOG 2000**, constitue l'occasion pour les marchés pétrolier et gazier de la Turquie et des pays voisins de se faire connaître des entreprises du monde entier. À cette fin, on fera coïncider la foire avec un congrès stratégique et un ensemble d'ateliers techniques et scientifiques, qui se tiendront ensemble au centre de congrès Lutfi Kirdar, au cœur du quartier des affaires d'Istanbul.

Les conférenciers invités sont notamment M. Cumhur Ersumer, ministre de l'Énergie et des Ressources naturelles (République turque); M. Osman Demirag, président-directeur général, Turkish Petroleum Corporation (TPAO); M. Gikhan Yardim, président, BOTAS Petroleum Pipeline Corporation (République turque); M. Chris Pattern, commissaire, Politique étrangère et politique sur la sécurité, Commission européenne

Pour plus de renseignements sur **TURKIOG 2000**, communiquer avec M. Cem Menlikli, Turkish Association of Petroleum Geologists, tél. : (011-90-312) 286-9100, poste 2710, téléc. : (011-90-312) 286-9000, courriel : [menlikli@petrol.tpao.gov.tr](mailto:menlikli@petrol.tpao.gov.tr) ou avec M. Fred Malgoire, ITE Group Plc, tél. : (011-44-20) 7596-5231, téléc. : (011-44-20) 7596-5106, courriel : [fred.malgoire@ite-exhibitions.com](mailto:fred.malgoire@ite-exhibitions.com)



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

### Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.



## Quatrième Salon canadien des aliments et des boissons

SAINT-MARTIN, ANTILLES NÉERLANDAISES — 1<sup>er</sup>-2 février 2001 — PORT OF SPAIN, TRINITÉ-ET-TOBAGO — 5-6 février 2001 — Le Canadian Council for Export Development, en collaboration avec les hauts-commissariats du Canada à la Barbade et à la Trinité-et-Tobago, organise le quatrième Salon canadien des aliments et des boissons.

Les exposants canadiens qui participeront à l'un ou l'autre volets de ce salon présenteront leurs produits ou services sous une seule et même bannière, et pourront exploiter des occasions d'affaires partout dans les Antilles. Une vaste campagne de marketing est prévue pour inviter les décideurs et acheteurs clés des secteurs public et privé de toute la région des Antilles. Ce salon, qui est une excellente occasion de présenter votre entreprise sur d'importants marchés naissants, pourrait vous permettre de décrocher des contrats ou de nouer des relations d'affaires avec des partenaires antillais.

### Barbade

L'industrie de l'alimentation à la Barbade et dans les Antilles orientales comporte de multiples facettes. Les îles importent le gros de leurs produits : la transformation des aliments n'y est pas très importante et l'industrie agricole ne repose que sur quelques produits destinés pour la plupart à l'exportation (bananes et sucre, par exemple).

Chacune des îles concentre ses activités sur les marchés touristiques milieu ou haut de gamme. Il est donc très important que les fournisseurs soient efficaces, fiables et aient des produits de grande qualité. Les importateurs et distributeurs du marché de l'alimentation sont bien organisés, très concurrentiels et manifestent un vif intérêt pour les nouvelles gammes et les nouveaux produits.

Les caractéristiques des marchés locaux sont fonction du niveau de développement de chacune des îles. Sur certains des marchés plus développés, par exemple à la Barbade et dans la partie néerlandaise de Saint-Martin, les consommateurs recherchent systématiquement

les produits nord-américains, plus chers, mais que leur revenu disponible leur permet d'acheter. Dans les îles moins développées, on préfère en général les produits moins coûteux, comme les viandes salées ou marinées, et le poisson.

Les départements français d'outre-mer de la Martinique, de la Guadeloupe et la partie française de Saint-Martin importent leurs produits alimentaires de France à des prix subventionnés; il est donc extrêmement difficile d'y vendre des produits canadiens. Tous les produits importés sur ces marchés doivent respecter les normes de l'UE. Enfin, ces marchés sont très sophistiqués et les circuits d'importation, de distribution et de vente au détail y sont très développés.

### Trinité-et-Tobago

Les exportations canadiennes de produits alimentaires vers Trinité-et-Tobago ont beaucoup progressé ces dernières années en grande partie grâce aux foires alimentaires. Cette tendance devrait se maintenir. Le Salon canadien des aliments et des boissons permettra aux entreprises canadiennes de faire connaître leurs produits auprès d'acheteurs enthousiastes, à la recherche d'articles de grande qualité pour la vente en gros ou au détail.

Les gens d'affaires canadiens pourront s'entretenir avec leurs homologues locaux de la formation éventuelle de coentreprises dans le domaine de la transformation des aliments et des boissons, ou de la conclusion d'ententes de distribution. Une visite au Guyana est également prévue à l'intention des entreprises à la recherche de nouveaux débouchés sur ce marché sud-américain.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Robert Grison, directeur des opérations, Canadian Council for Export Development, tél. : (613) 825-9916, téléc. : (613) 825-7108, courriel : cced@sympatico.ca

Pour en savoir plus sur les occasions d'affaires à la Barbade et à la Trinité-et-Tobago, communiquer avec M<sup>me</sup> Charlotte Hutson, agent de commerce, La Barbade, tél. : (1-246) 429-3550, téléc. : (1-246)

## Mission à expo beaux-arts de Chicago

CHICAGO — 3-5 novembre 2000 — Le consulat général du Canada à Chicago organise une mission Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) pour artistes et artisans désireux d'exporter aux États-Unis.

La mission commerciale inclura une session d'information avec des experts de l'industrie ainsi qu'une visite de l'exposition-concours **Sculpture, Objects and Functional Art (SOFA)**, l'une des expositions-concours de beaux-arts tridimensionnels des plus renommées aux États-Unis pour les œuvres de verre, de céramique, de bois et de métal, les tissages et les sculptures. Plus de 20 000 acheteurs américains et étrangers y sont attendus.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 616-1870, poste 3357, téléc. : (312) 616-1878, courriel : ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca ou voir [www.sofaexpo.com](http://www.sofaexpo.com) ✪

437-8474, courriel : [charlotte.hutson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:charlotte.hutson@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Tom Bearss, conseiller (Affaires commerciales), Trinité-et-Tobago, tél. : (1-868) 622-6232, téléc. : (1-868) 628-2576, courriel : [tom.bearss@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tom.bearss@dfait-maeci.gc.ca) ✪



*Message du ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew*

## La tradition se poursuit... avec la remise des

# PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE DE L'AN 2000



Prix d'excellence à l'exportation 2000

*Au cours des 18 dernières années, les Prix d'excellence à l'exportation canadienne sont devenus une tradition. Une fois encore, les prix rendent hommage aux exportateurs qui ont contribué de façon importante à la croissance économique du Canada et qui exportent avec succès leurs produits et leurs services dans le monde entier.*

*Créés par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, ces prix représentent, au pays et à l'étranger, les symboles mêmes de l'excellence canadienne en exportation.*

*Le Canada jouit d'une réputation enviable dans le monde en tant que grande nation exportatrice. En fait, plus de 43% de son produit intérieur brut provient de l'exportation. En d'autres termes, nous exportons presque la moitié des biens et des services que nous vendons — une proportion beaucoup plus grande que les Américains, les Européens et les Japonais. Le Canada est ainsi le plus commerçant des pays du G-7.*

*Pour célébrer la réussite grandissante du Canada sur les marchés mondiaux, les Prix d'excellence à l'exportation canadienne soulignent les réalisations d'entreprises dynamiques qui constituent la crème des exportateurs canadiens. Leur croissance est directement synonyme de création d'emplois pour les Canadiens. Leurs succès financiers, de même que ceux d'autres entreprises, nous permettent de continuer à financer des investissements majeurs dans les soins de santé, l'éducation et les infrastructures.*

## Merci aux commanditaires (voir les détails p. 20)



Atlantic Canada Opportunities Agency  
Canada



Canadian Manufacturers & Exporters  
Manufacturiers et Exportateurs du Canada



## SMART Technologies Inc. — Exportateur canadien de l'année Une croissance fulgurante

C'est dans les salles du conseil que les décisions importantes sont prises et communiquées et que les affaires sont conçues et conclues. En y intégrant la technologie moderne, SMART Technologies transforme la manière dont les entreprises, grâce aux applications brevetées dont elles disposent, peuvent visualiser l'information, la traiter et la sauvegarder.

SMART Technologies est actuellement en tête de l'industrie de l'équipement de salle destiné aux établissements d'enseignement et aux entreprises à l'échelle de la planète. Elle intègre la technologie aux salles de conseil et aux salles de cours sous forme de tableaux blancs interactifs, de meubles mobiles pour ordinateur multimédia et de caméras permettant d'éviter de prendre des notes.

« Imaginez que vous êtes en réunion. Le directeur général se lève, va au tableau blanc et ébauche un plan avec un marqueur à essuyage à sec et, avant même de retourner à leur bureau, les employés reçoivent une copie des points saillants de la réunion dans leur courrier électronique », explique M<sup>me</sup> Nancy Knowlton, présidente et directrice de l'exploitation chez SMART Technologies. « Et ce n'est là qu'un exemple des applications ingénieuses que nous concevons; les possibilités sont infinies. »

L'entreprise de Calgary, qui a démarré en 1987 avec deux employés, en emploie maintenant plus de 280 au Canada et aux États-Unis et s'attend à prendre de l'expansion durant les prochaines années. Alors qu'au départ, elle ciblait le marché américain, SMART Technologies a depuis étendu son activité dans plus de 47 pays et tire 94% de son chiffre d'affaires de l'exportation.



Nancy Knowlton  
[www.smarttech.com](http://www.smarttech.com)

Supplément préparé par la Direction des communications sur le commerce



Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada

## Survival Systems remporte le Prix du mérite à l'exportation pour les PME

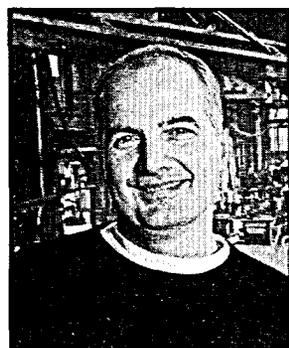
« Notre entreprise est devenue un chef de file mondial dans le domaine de la formation en techniques de sécurité », affirme M. Albert Bohemier, président-directeur général de Survival Systems, société de Dartmouth, en Nouvelle-Écosse. « Nos programmes de formation en techniques de sécurité, de même que la conception et l'utilisation de simulateurs spécialisés, sont le fruit de l'ingéniosité et du travail de R-D de notre équipe d'ingénieurs. »

La société Survival Systems a été créée en 1982 pour répondre à une demande de formation de base en techniques de survie en mer des travailleurs de l'industrie pétrolière extracôtière. Sa gamme de simulateurs d'entraînement répond maintenant aux besoins des travailleurs des secteurs de la marine, de la défense, du travail en mer et de l'industrie.

Les simulateurs d'entraînement sont actuellement utilisés pour la formation des travailleurs dans plus de 15 pays sur cinq continents. [www.survivalsystemsgroup.com](http://www.survivalsystemsgroup.com)



Albert Bohemier



Pierre Paschini

## Le Groupe ADF s'illustre sur les marchés d'exportation mondiaux — Prix succès en création d'emplois

Pour cette entreprise de fabrication de charpentes en acier de Terrebonne (Québec), il n'existe pas d'immeuble trop élevé ni de toit trop vaste. Ses dessins uniques et ses services d'ingénierie à valeur ajoutée font du Groupe ADF un chef de file de l'industrie. L'entreprise aide ses clients à terminer leurs projets bien plus tôt que prévu tout en réalisant des économies.

« Récemment, nous avons terminé en Algérie un projet dans le cadre duquel nous avons modifié la conception originale d'un hangar, faisant ainsi passer la quantité d'acier nécessaire de presque 5 600 tonnes à 4 400 tonnes », dit M. Jean-Louis Leblanc, vice-président exécutif, Affaires internationales. « Cette modification s'est traduite par une économie de plus de 5,4 millions de dollars pour le client, facteur que celui-ci ne prend certes pas à la légère! »

Depuis 1996, l'entreprise a vu sa taille décupler; elle emploie actuellement plus de 1 500 Canadiens. « Compte tenu des contrats que nous avons obtenus récemment, ce nombre devrait s'élever à près de 2 000 au cours de la prochaine année », dit M. Leblanc. [www.adfgroup.com](http://www.adfgroup.com)

## IDC rayonne grâce à un prestigieux prix d'excellence à l'exportation canadienne — Prix succès pour innovation et progrès technologiques

Ces deux dernières années, la société International Datacasting Corporation (IDC) a su tirer parti de sa longue expérience de la prestation de solutions satellites aux radiodiffuseurs traditionnels pour mettre au point de nouveaux produits et services destinés au marché émergent de l'Internet à large bande, en élaborant et en appliquant des solutions basées sur des données numériques à haute vitesse. La société IDC, dont la technologie ne connaît pas de frontières, a son siège social à Ottawa et compte à son actif plus de 27 000 installations dans 35 pays.

Selon M. Ron Clifton, président-directeur général d'IDC, les satellites sont très démocratiques. « Ils rejoignent chacun également. C'est donc dire que nos outils technologiques peuvent répondre à un large éventail de besoins sur des marchés très variés. Par exemple, notre système primé SuperFlex permet une connexion internet haute vitesse depuis les États-Unis et la transmission de contenu aux fins d'enseignement à distance aux écoles des régions rurales d'Amérique latine. »

« Nous savions dès le départ que pour survivre dans ce secteur, il fallait se tourner vers l'exportation, ajoute M. Clifton. Le soutien, les activités de réseautage et les compétences de liaison des ambassades du Canada et d'autres organisations commerciales dans le monde nous ont été très précieux dans ce processus de croissance. » [www.intldata.ca](http://www.intldata.ca)



Ron Clifton



Richard L'Abbé

## Med-Eng Systems remporte le Prix d'excellence à l'exportation canadienne pour l'ensemble des réalisations

Les termes bottes araignée, dispositifs de protection balistique, écrans et dispositifs d'interception à distance semblent tirés d'une liste de vérification de ces accessoires en vue d'un prochain épisode de la série « X-Files ». Mais pour la société Med-Eng Systems, d'Ottawa, il s'agit simplement de quelques-uns de ses produits vedettes de protection personnelle pour le contrôle des foules, le déminage et l'élimination d'explosifs.

La société Med-Eng, dont les produits fiables sont utilisés dans plus de 120 pays et territoires, détient 90 % du marché mondial pour ses casques et habits spécialement conçus pour la neutralisation des bombes, et c'est vers elle que se tournent les organismes d'application de la loi et les organismes militaires qui cherchent des solutions.

« Un des objectifs que nous tenterons d'atteindre par le truchement de diverses formations qui seront bientôt offertes est d'aider à prévenir une montée de la violence et des blessures possibles dans toutes les situations de contrôle des foules », précise M. Richard L'Abbé, président de Med-Eng Systems. « Grâce à des travaux de recherche plus poussés, nous espérons être en mesure de mieux aider nos clients au moyen d'une formation qui aidera à désamorcer ces situations, tout en offrant une protection aux personnes qui s'exposent à des risques. » [www.med-eng.com](http://www.med-eng.com)

## Pearl Seaproducts récolte un prix d'excellence à l'exportation canadienne

Si vous dînez à l'hôtel Beverly Hills et que vous décidez de goûter aux huîtres, vous pourriez être étonné d'apprendre où elles ont été élevées. Des chefs de renommée mondiale utilisent des huîtres de Pearl Seaproducts de Sechelt (C.-B.), sélectionnées dans les eaux froides et claires de la région côtière de la Sunshine Coast, en Colombie-Britannique.

« En mettant les huîtres dans des caïes faites sur mesure et placées en eaux profondes, nous évitons la marée basse deux fois par jour, et les huîtres peuvent ainsi se développer pendant les 24 heures de la journée », explique M. Sam Bowman, président-directeur général de Pearl Seaproducts. « En outre, cette méthode d'élevage donne aux huîtres une saveur plus douce et un goût frais et fin, caractéristiques appréciées dans notre industrie. »

L'entreprise élève actuellement plus de 30 millions d'huîtres et environ 80 % de la production est vendue sur les marchés d'exportation. [www.pearlsea.com](http://www.pearlsea.com)



Sam Bowman



Rob Bakshi

## Silent Witness fait parler d'elle grâce à son prix d'excellence à l'exportation canadienne

La société Silent Witness, de Surrey, en Colombie-Britannique, a fait progresser le domaine de la surveillance vidéo et de la sécurité grâce à d'authentiques solutions numériques clés en main.

« Avant notre arrivée sur le marché, la mise en place d'un système de surveillance fonctionnel nécessitait un grand nombre d'étapes », explique M. Rob Bakshi, président et chef de la direction de Silent Witness. « Même quand un système était installé et entretenu convenablement, la qualité de l'image était compromise par les limites des bandes vidéo. Avec les systèmes vidéo numériques, la caméra offre des images nettes et n'enregistre que lorsqu'elle détecte des mouvements, ce qui élimine des heures interminables de métrage dénué d'intérêt. »

[www.silent-witness.com](http://www.silent-witness.com)

## Pleins feux sur Wescam et ses succès à l'exportation

La caméra sans fil mise au point par la société Wescam Inc., de Flamborough (près de Hamilton), offre, à l'échelle internationale, des solutions complètes d'information visuelle clés en mains. Cette technologie est également utilisée sur les navires de guerre ainsi que dans les avions, les dirigeables et les voitures de course, y compris celles de la série NASCAR.

« Nous réussissons dans de nombreux créneaux, qui sont dans certains cas très vastes, principalement grâce à la solide technologie de notre système », précise M. Mark Chamberlain, président et premier dirigeant de Wescam Inc.

Conséquence de l'accroissement de sa part de marché et d'acquisitions à l'étranger, l'entreprise, qui comptait 70 personnes en 1994, en emploie aujourd'hui plus de 460 et a affiché des ventes à l'exportation de 50 millions de dollars en 1999. [www.wescam.com](http://www.wescam.com)



Mark Chamberlain

## Nienkämper décroche un prix d'excellence à l'exportation canadienne

Selon la conception traditionnelle que nous avons d'une table, il s'agit d'une surface sur laquelle on peut poser des objets. Or, à en juger par ses tables de conception soignée qui permettent notamment l'utilisation de projecteurs sonores, il semble que la société Nienkämper Furniture & Accessories de Scarborough (Ont.) ne connaisse pas la signification du mot « traditionnel ».

En 1999, Nienkämper a réalisé 80 % de ses ventes à l'exportation sur le marché américain; elle a désormais l'intention d'établir une présence plus solide en Asie, en Amérique latine et surtout en Europe.

« La plupart des grandes entreprises en Amérique du Nord ont adopté nos solutions en matière de mobilier de bureau dans le cadre de leur programme global de normalisation », de dire M. Klaus Nienkämper, fondateur et président de Nienkämper Furniture & Accessories. « Des brevets internationaux nous permettront bientôt de nous lancer à l'assaut du marché européen, où nous espérons conquérir de nouveaux clients avec nos designs ergonomiques. »

[www.nienkamper.com](http://www.nienkamper.com)



Klaus Nienkämper



Robert Thorburn

## Thorburn Equipment remporte un prix d'excellence à l'exportation canadienne

Transformer d'énormes quantités de métal en une tuyauterie de quatre tonnes peut se révéler une tâche difficile même si vous avez une grande usine et la bonne équipe d'ingénieurs. Or, pour Thorburn Equipment et sa clientèle internationale, il s'agit davantage d'une œuvre d'art faisant appel à la mécanique de précision.

Les systèmes flexibles de canalisations et de gaines conçus par Thorburn sont fabriqués à Pointe-Claire, au Québec, mais on les retrouve dans les usines de production de combustibles fossiles et les centrales nucléaires du monde entier. On peut voir des exemples de la qualité du travail des spécialistes de Thorburn aux quatre coins du Canada, des États-Unis, de l'Asie et de l'Europe, mais il faut faire une visite de l'entreprise pour constater l'étendue de la renommée internationale de Thorburn.

« Nous sommes passés de 60 à 100 salariés au cours de la dernière année et, selon le plus récent décompte, on peut entendre parler chez nous une douzaine de langues », affirme M. Robert Thorburn, président-directeur général de Thorburn. « Je pense que notre diversité nous confère un avantage supplémentaire inestimable. »

[www.thorburnflex.com](http://www.thorburnflex.com)

## Merci aux commanditaires du programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne de l'an 2000

Cette année, les prix ont été décernés lors du congrès annuel des **Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC)**, qui s'est tenu à Halifax le 2 octobre. La cérémonie de remise des prix a été parrainée par l'**Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)**, **Rogers Media Inc.**, les **Manufacturiers et Exportateurs du Canada** et la **Société pour l'expansion des exportations (SEE)**.

M. Perrin Beatty, président et directeur général du MEC, a déclaré : « La remise des Prix d'excellence continue d'être un temps fort de notre congrès. Il est naturel que nous parrainions cette cérémonie et que nous en fassions la présentation puisque notre réseau national de membres est à l'origine de quelque 90 % des exportations canadiennes ».

« En tant que commanditaire du programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, l'**APECA** est fière de souligner les réussites des entreprises canadiennes sur les marchés d'exportation et, en particulier, celles des exportateurs de petite et de moyenne envergure grâce au prix qui leur est destiné », d'expliquer M. George Baker, ministre des Anciens combattants et secrétaire d'État (**APECA**). « Un des principaux objectifs de l'**APECA** est d'accroître le nombre des nouveaux exportateurs dans la région de l'Atlantique et de favoriser l'augmentation des ventes des exportateurs actuels sur les marchés existants et sur les marchés émergents. »

« **Rogers Media** est fière d'apporter sa contribution à cet important programme mettant en valeur les réussites d'entreprises canadiennes », souligne M. Dwayne Zaba, directeur, Groupe des alliances stratégiques, des nouvelles et des affaires, **Rogers Media Inc.** « Grâce à notre réseau de services dans le monde des médias écrits, des médias numériques et de la radiotélévision, nous aidons à communiquer le message suivant à la population de l'ensemble du pays : les entreprises canadiennes se mesurent aux meilleurs fournisseurs sur la scène mondiale et elles réussissent. »

« **La SEE** est une institution financière canadienne ayant pour mandat exclusif d'offrir des arrangements financiers aux exportateurs et aux investisseurs canadiens présents sur 200 marchés dans le monde entier », explique son président-directeur général, M. Ian Gillespie. « Les services financiers uniques que nous offrons de même que notre réseau de partenaires et notre capacité de couvrir l'ensemble de la planète donnent aux entreprises canadiennes l'avantage concurrentiel dont elles ont besoin. »

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international apprécie grandement l'appui que ces commanditaires prestigieux donnent aux Prix d'excellence et leur contribution pour faire connaître les réussites des entreprises canadiennes sur les marchés d'exportation. »

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
 CanadExport  
 2750, chemin Sheffield,  
 porte 1  
 Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
 Numéro de convention 1453033

SXCI/B1

1E 1F

DOCS  
CA1  
EA  
E16  
FRE  
Vol. 18  
November  
1, 2000  
Copy 1

# Canadaexp



Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

OCT 31 2000

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

## Des liens à bâtir à Construct Canada 2000

- DANS CE NUMÉRO**
- 3 Les trucs du métier
  - 4 Inde – Le marché aéroporuaire
  - 6 Carrefour États-Unis
  - 7 Conférence coparrainée par la CCC
  - 8 Le marché de la construction en Belgique et en Turquie
  - 9 Le marché de la construction en Grèce
  - 10 Projets environnementaux en Chine
  - 11 Restrictions sur les produits d'emballage en bois en Finlande
  - 12 Occasions d'affaires
  - 14 Foires et missions commerciales
  - 16 Publications

**L**e Service des délégués commerciaux du Canada participera à *Construct Canada*, qui aura lieu ce mois-ci à Toronto (du 29 novembre au 1<sup>er</sup> décembre), afin d'aider les entreprises canadiennes des secteurs connexes à tirer parti des débouchés offerts sur les marchés du monde.

Il s'agit du plus important salon annuel canadien dans ce domaine. On prévoit que des délégués commerciaux en poste aux États-Unis, en Amérique centrale et en Amérique du Sud, en Asie, en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient, y assisteront. Bon nombre de ces agents seront accompagnés d'acheteurs étrangers œuvrant dans une vaste gamme d'industries relatives à la construction.

Pour aider les entreprises canadiennes à faire la connaissance de ces délégués commerciaux et de leurs délégations, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en collaboration avec ses partenaires d'Équipe Canada, tiendra diverses

activités. Parmi celles-ci, mentionnons le *International Matchmaking and Networking Forum*, l'*Export Café* (voir p. 2) un déjeuner-causerie avec des acheteurs américains et un vaste colloque d'envergure internationale.



Pour plus d'information sur Construct Canada, consulter le site internet du salon : [www.constructcanada.com](http://www.constructcanada.com)

Voir page 2 – Des liens

## Mission commerciale et congrès de femmes d'affaires au Royaume-Uni

*La proportion de nouvelles entreprises lancées par des femmes a plus que doublé au cours de la dernière décennie. Par conséquent, le rôle que les femmes chefs d'entreprises — qui possèdent ou contrôlent une société — jouent dans l'économie canadienne est significatif et d'importance croissante. Si vous êtes à la recherche de moyens d'accroître les débouchés à l'exportation de votre entreprise, ne manquez pas les activités suivantes, qui se tiendront du 5 au 8 février 2001.*

- Du 5 au 7 février — Mission commerciale de femmes d'affaires ([www.infoexport.gc.ca/mission/menu-f.asp?mission=borders](http://www.infoexport.gc.ca/mission/menu-f.asp?mission=borders)) au Royaume-Uni, sous la coordination du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) ([www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)). Cette activité s'adresse aux représentantes de sociétés canadiennes prêtes à exporter.
- Les 7 et 8 février — Women Crossing Borders — congrès de femmes d'affaires

Voir page 2 – Femmes

Vol. 18, N° 18 –  
1<sup>er</sup> novembre 2000

## Construct Canada 2000

Des représentants importants de l'industrie canadienne du bâtiment et de la construction se réuniront à Toronto du 29 novembre au 1<sup>er</sup> décembre pour prendre part à **Construct Canada 2000**, le plus important salon annuel canadien consacré aux matériaux de construction, à la construction, à l'habitation, à la rénovation et à la gestion immobilière.

Cette année, le salon s'annonce encore plus imposant qu'auparavant. Près de 1 000 exposants et plus de 18 000 visiteurs y sont attendus, dont des architectes, des constructeurs, des entrepreneurs, des promoteurs, des ingénieurs et des gestionnaires immobiliers. Outre l'exposition, plus de 150 colloques et conférences portant sur une vaste gamme de sujets sont prévus.

En parallèle au salon, on trouvera des expositions distinctes consacrées à l'habitation et à la rénovation (**Homebuilder Expo**) de même qu'à la gestion immobilière (**PM Expo**).

## Des liens à bâtir — Suite de la page 1

### Venez rencontrer des acheteurs étrangers au Matchmaking Forum

Le International Matchmaking and Networking Forum, en parallèle au salon, est une occasion unique de rencontrer en privé des centaines de gens d'affaires étrangers qui œuvrent dans l'industrie des produits de la construction, de l'habitation et du bâtiment. Le Forum aura lieu le mardi 28 novembre, entre 9 h et 14 h 30, au Palais des congrès du Toronto métropolitain.

Des délégations des quatre coins du monde y sont attendues, provenant notamment des États-Unis, de la Russie, de l'Inde, du Royaume-Uni, de la Malaisie, de l'Argentine, de l'Iran et d'Israël. Suivra ensuite un déjeuner-causerie. Frais d'inscription au Forum : 50 \$, déjeuner compris.

Pour s'inscrire à ces activités ou pour obtenir plus d'information, communiquer avec **M<sup>me</sup> Patricia Sagl**, Centre du commerce international, Toronto, tél. : (416) 973-6154, courriel : [sagl.patricia@ic.gc.ca](mailto:sagl.patricia@ic.gc.ca)

### Export Café — Les délégués commerciaux parleront des nouveaux marchés d'exportation

Les représentants d'entreprises pourront profiter de ce rendez-vous unique pour discuter d'occasions d'affaires avec des délégués commerciaux du Canada.

**Export Café**, qui aura lieu dans l'Édifice sud du Palais des congrès du Toronto métropolitain, le jeudi 30 novembre, de 8 h à 10 h, permettra aux représentants d'entreprises de rencontrer en privé un délégué commercial en poste sur un important marché du monde, en petits groupes d'environ huit participants.

Chaque délégué dirigera une discussion sur le marché qu'il représente, en présentant les principaux débouchés qui y sont offerts. Plus de 30 délégués commerciaux des ambassades et des consulats du Canada des quatre coins du monde y participeront. L'entrée est libre.

## Femmes d'affaires au Royaume-Uni — Suite de la page 1

([www.infoexport.gc.ca/mission/menu-f.asp?mission=borders](http://www.infoexport.gc.ca/mission/menu-f.asp?mission=borders)) organisé conjointement par les gouvernements du Canada et du Royaume-Uni

### Clés du succès à l'exportation

Pour les entreprises qui offrent un produit ou un service innovateur, le succès dans le domaine de l'exportation dépend de l'accès au marché, de l'information commerciale disponible et surtout des contacts. La mission offre aux participantes :

- Un calendrier personnalisé de rendez-vous avec des représentants d'entreprises britanniques sélectionnées, organisé par une entreprise professionnelle. Chaque rendez-vous constitue une occasion pour vous d'atteindre vos objectifs de marketing et de nouer des relations d'affaires profitables.
- Des séances de maillage pour optimiser vos contacts avec des représentants de sociétés britanniques qui désirent faire des affaires au Canada.

En plus d'un service professionnel de liaison entre entreprises, cette mission offrira des ateliers et des présentations axées sur l'exportation et des secteurs en particulier. Des spécialistes britanniques et canadiens en divers domaines animeront ces activités.

### Pourquoi la Grande-Bretagne

La Grande-Bretagne arrive au troisième rang des marchés d'exportation du Canada et constitue le marché le plus important de l'Union européenne (UE). Elle représente donc un débouché hors pair pour les exportateurs canadiens. Les liens historiques, la langue commune et la relative solidité de la livre sterling constituent une assise solide sur laquelle les exportateurs peuvent bâtir de saines relations avec les entreprises britanniques. La Grande-Bretagne constitue également un point d'entrée logique sur le marché de l'UE, le plus important du monde.

Voir page 15 - Femmes

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000

Tél. : (613) 996-2225

Télex : (613) 992-5791

Courriel : [canad.export@dfait-](mailto:canad.export@dfait-maecd.gc.ca)

[maecd.gc.ca](mailto:maecd.gc.ca)

Internet :

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

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :

CanadExport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa  
(Ontario) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

**M**oses Bilagot est un meneur. Il est directeur de l'expansion internationale de Bilco Consultants Corporation, à Sarnia (Ontario). À ce titre, il est chargé de négocier les ententes et de mettre en place des projets auxquels participent d'importantes multinationales.

« N'importe quelle PME canadienne peut faire de même, dit-il. Il n'est pas nécessaire d'être grand pour conclure des ententes internationales. Il suffit de conclure une alliance avec une grande société grâce à votre savoir-faire et à la crédibilité acquise sur la scène internationale dans la négociation de contrats. »

Bilco travaille actuellement à quatre projets en Pologne.

### Clinique d'oncologie

Une clinique d'oncologie, qui sera en mesure d'offrir les premiers traitements aux patients au début de 2001, est une coentreprise entre trois partenaires, à



M. Moses Bilagot (à droite) avec le maire de Katowice, M. Uszok, devant l'auditorium de Katowice lors de la conférence sur les changements climatiques tenue dans cette ville au printemps.

savoir Bilco, le Collège de médecine de l'Université Jagellon de Cracovie, ainsi que Medicine for Humanity. La clinique servira de modèle pour d'autres du genre dans les pays qui faisaient partie du Pacte de Varsovie.

« L'un des principaux rôles de la clinique sera de servir de centre de collecte d'information et de recherche et de développement pour les besoins médicaux et pharmaceutiques futurs, dit M. Bilagot. Il permettra aussi de transférer de nouvelles techniques de traitement du cancer dans la région.

Nous avons l'intention d'envoyer du matériel et des médecins canadiens en Pologne ainsi que d'obtenir la participation de compagnies pharmaceutiques canadiennes. »

# La petite histoire d'un grand succès

### Aéroport de Katowice et parc industriel

Un autre projet est l'agrandissement de l'aéroport de Katowice et la réalisation du parc industriel de cette ville. L'agrandissement a pour but de faire de l'aéroport de Katowice une plaque tournante régionale entre Francfort et la Russie. La première phase de l'aéroport est déjà prête : « l'avion qui me transportait y a atterri », fait remarquer M. Bilagot. Bilco négocie maintenant la réalisation de la seconde phase pour le compte d'un certain nombre de sociétés canadiennes. L'agrandissement de l'aéroport de Katowice est lié à l'aménagement d'un parc industriel qui abritera des installations de fabrication.

### Centrale électrique au méthane

Le troisième projet de Bilco consiste en une centrale électrique alimentée au méthane, d'une valeur de 5 millions de dollars américains. Cette centrale utilisera le méthane extrait d'une mine de charbon de Silésie et fonctionnera à l'aide des techniques de cogénération occidentales.

La première phase du projet sera la construction d'une centrale de cogénération de 5 MW qui fournira de l'électricité au partenaire du projet. La vapeur produite sera vendue au réseau municipal de chauffage central. La deuxième phase comporte la construction d'une installation de 30 MW recourant de nouveau à la cogénération à cycle mixte; le méthane et le gaz naturel seront les combustibles utilisés.

### Réduction des gaz à effet de serre

Le quatrième projet fait appel à la technologie et au savoir-faire du Canada afin de réduire les gaz à effet de serre. Il fait partie de l'Initiative en matière de villes

durables pour la Pologne, dont le mandat est de contribuer à assainir l'environnement, initiative commanditée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et appuyée par l'ambassade du Canada à Varsovie.

### Quelques tuyaux

Le meilleur conseil que M. Bilagot peut donner aux autres PME canadiennes qui souhaitent conclure des ententes internationales est d'établir des alliances stratégiques et des accords de co-marketing avec de grandes entreprises.

« J'encourage les gens d'affaires à avoir recours aux programmes du MAECI afin de prendre pied sur les marchés du monde. Si votre entreprise est petite et tente d'attirer l'attention sur ses réalisations, trouvez une grande société internationale qui a besoin de vos domaines d'expertise et avec laquelle vous pouvez former un partenariat. Et surtout, tirez parti de la crédibilité de notre gouvernement à l'échelle internationale. J'ai appris de mon expérience que la majorité des gens aiment traiter avec les Canadiens. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Moses Bilagot, directeur de l'expansion internationale, Bilco Consultants Corporation, tél. : (519) 337-1573, téléc. : (519) 337-4460, cellulaire : (519) 331-2990, courriel : bilam@xcelco.on.ca ✪

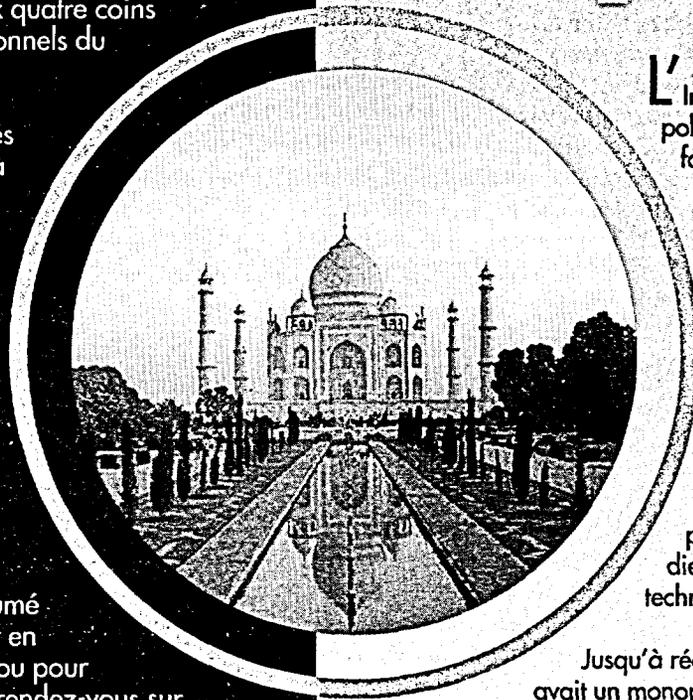
(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

# INDE —

Présents dans 134 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

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



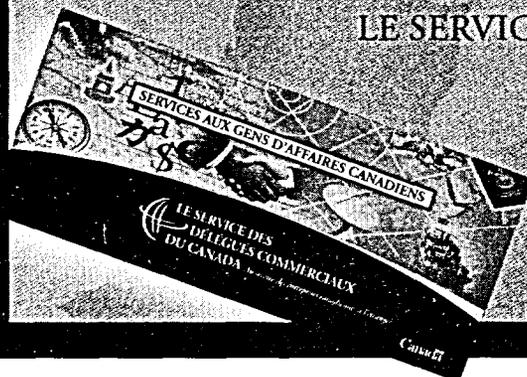
## Le marché d'aéroportuaire

L'Inde a adopté de nouvelles politiques depuis dix ans pour faire en sorte que le secteur du développement aéroportuaire réponde aux normes internationales. Le matériel et les services, les technologies utilisées dans les aéroports et les installations de transport doivent être modernisés sans délai dans les 449 aéroports de l'Inde. Cela représente des débouchés importants pour les entreprises canadiennes spécialisées dans ces technologies.

Jusqu'à récemment, le gouvernement avait un monopole sur la construction et le financement des aéroports. Comme il n'a pas assez de fonds pour financer toutes les améliorations nécessaires, le gouvernement cherche à attirer l'investissement étranger privé pour améliorer les installations aéroportuaires actuelles et pour en construire de nouvelles sur une base construction-exploitation-transfert (CET).

## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie aérospatiale  
Asie-Pacifique



# développement

CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

elon les projections, le trafic voyageurs en Inde devrait augmenter au cours de la prochaine décennie de 2,5 % au plan intérieur et de 7 % au plan international. Dans les vingt années suivantes, le trafic voyageurs devrait augmenter de 400 % et le trafic marchandises, de 600 % par rapport aux niveaux actuels.

## Évolution récente du marché

Le Neuvième Plan quinquennal de l'Inde (1997-2002) prévoit l'expansion de la capacité des aéroports de voyageurs et des aéroports de marchandises dans les cinq aéroports internationaux. Il prévoit également la modernisation des installations de communication et de navigation dans tous les aéroports afin d'améliorer les systèmes de gestion de la circulation aérienne.

Le gouvernement prévoit construire plus d'une douzaine d'aéroports répondant aux normes internationales. Comme point de départ, il a approuvé la privatisation des cinq aéroports internationaux : Mumbai, New Delhi, Calcutta, Chennai et Bangalore. Pour chaque aéroport, il faut des améliorations évaluées à 1 milliard de dollars environ, pour un investissement total de 5 milliards de dollars. Une fois privatisés, ces aéroports fonctionneront de façon indépendante de l'Administration aéroportuaire indienne (AAI).



## Débouchés

Il y a des débouchés pour les exportateurs canadiens dans les domaines de la sécurité aéroportuaire, du génie de la navigation et des communications et de la prévention des incendies. Il y en a aussi dans le domaine de la formation et du développement des ressources humaines, formation qui permettra de rendre la gestion aéroportuaire conforme aux normes internationales.

Outre ces débouchés, il y a aussi des améliorations à apporter aux systèmes de contrôle de la circulation aérienne, aux installations de servitude au sol et au matériel de sécurité. La construction et la modernisation d'aéroports et de pistes est un autre domaine qui offre des débouchés pour les entreprises canadiennes.

## Facteurs à considérer pour accéder au marché

Le gouvernement s'est efforcé de faciliter l'investissement privé étranger dans le secteur du développement aéroportuaire, notamment en établissant un organe de réglementation pour donner confiance aux investisseurs. De même, l'investissement étranger direct (IED) dans le développement aéroportuaire sera approuvé automatiquement jusqu'à 74 % du coût total du projet.

L'Inde est un marché décentralisé et complexe, dont l'accès demande beaucoup de temps et de ressources. Pour réussir dans ce marché, les exportateurs devraient établir une relation avec des partenaires commerciaux, des représentants juridiques et des conseillers financiers indiens.

## Vous voyez le potentiel ?

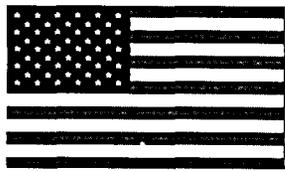
Pour en savoir plus sur ces débouchés, veuillez vous reporter au document *Le marché du développement aéroportuaire en Inde* dans sa version intégrale, qui est un rapport préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du Canada. Le rapport peut être consulté en direct à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

www.infoexport.gc.ca

Est-ce un marché pour vous ?  
Étude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Le marché du développement aéroportuaire

Consultez nos études de marché



# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

*Lauréate du prix Meilleur nouveau produit*

## Made By Humans

*par Dana Boyle, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Minneapolis*

*(Cet article paraîtra également dans le numéro été-automne de New Directions, un bulletin d'information sur le secteur des objets d'artisanat et articles cadeaux publié par le consulat général du Canada à Minneapolis.)*

Une fois l'an, l'Association canadienne de cadeaux et d'accessoires de table commande la cérémonie de remise des prestigieux Prix Meilleur nouveau produit. Cette année, une équipe de juges de l'industrie s'est penchée sur plus de 300 candidatures et a remis des prix dans huit catégories à Toronto en juillet dernier. **Made By Humans** ([www.madebyhumans.net/](http://www.madebyhumans.net/)), de Vancouver, a remporté la palme dans la catégorie « Accessoires décoratifs et articles pour la maison » ainsi que le très convoité Prix Nova accordé au

« Meilleur nouveau produit toutes catégories ». Made By Humans a récolté ces deux prix pour sa gamme d'articles cadeaux pour écrans d'ordinateur.

Cette entreprise dynamique et innovatrice a également souvent suscité les éloges et l'estime de nos voisins du Sud. Récemment, à l'occasion du salon **National Stationery**, tenu à New York, Made By Humans s'est d'ailleurs vu remettre le Prix du meilleur nouveau produit, catégorie « Travail à domicile et postes de travail ».

Pour égayer le travail des millions de gens qui passent leurs journées devant un écran d'ordinateur, Made By Humans a conçu trois petits vases à fleurs décoratifs, un crochet à pince pour photographies ou notes, une petite pochette pour téléphone cellulaire, une souris d'ordinateur et d'autres accessoires de bureau. Les

produits de la gamme pour écrans se vendent entre 6,50 \$ et 16 \$.

« C'est formidable que les entreprises canadiennes proposent des idées aussi ultra-modernes, » de lancer Nancy Jane Hastings, l'une des juges. « Elles sont si simples et pourtant si ingénieuses. » Ancienne rédactrice en chef de *Gardening Life Magazine*, M<sup>me</sup> Hastings contribue aux magazines *Canadian House and Home*, *Saturday Night* et *Food and Drink*.

La cérémonie de remise des Prix Meilleur nouveau produit se déroule en même temps que le Salon du cadeau de l'Association canadienne de cadeaux et d'accessoires de table, dont la dernière édition s'est tenue à l'International Centre et au Toronto Congress Centre en août.

Le Salon du cadeau de l'Association canadienne de cadeaux et d'accessoires de table, organisé chaque année en janvier et août, est le plus grand salon professionnel du Canada et le deuxième salon du cadeau d'Amérique du Nord. Plus de 930 exposants du monde entier y présentent leurs produits à quelque 27 000 détaillants. Durant le salon, les produits gagnants sont exposés dans la vitrine des nouveaux produits. ✪

*Accessibles sur l'internet*

### RAPPORTS SUR LE MARCHÉ DE LA NOUVELLE-ANGLETERRE

#### **Débouchés sur le marché de l'imprimerie de la Nouvelle-Angleterre**

Les coentreprises sont particulièrement répandues chez les imprimeurs commerciaux des États-Unis dont la clientèle se compose de multinationales américaines qui ont des besoins en matière d'impres-

sion à l'échelle mondiale. En s'associant avec des imprimeries étrangères, les imprimeurs américains peuvent à la fois satisfaire à la demande de leurs clients nationaux et repérer des créneaux à l'étranger dont pourraient tirer parti leurs bureaux américains sur place.

Les listes contenues dans le rapport aideront les entreprises à établir des contacts en Nouvelle-Angleterre.

#### **Les services financiers en Nouvelle-Angleterre**

Ce rapport donne un aperçu des principaux services financiers en Nouvelle-Angleterre : capital-risque, services bancaires d'investissement, banques commerciales et banques d'épargne, fonds communs de placement, caisses de retraite et assurances.

*Voir page 15 - Nouvelle-Angleterre*

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**U**ne alliance de sociétés canadiennes serait collectivement en mesure de protéger un soldat de la tête aux pieds dans l'éventualité d'une guerre mondiale. C'était là le message qu'il fallait faire passer auprès d'organismes gouvernemen-

Première du genre au Canada, cette rencontre a été organisée par Acton International, Inc. (aujourd'hui filiale de la société AirBoss of America), l'un des trois fondateurs de la CNBCA, dans les installations d'Acton, dans les cantons de l'Est.

## Solutions canadiennes pour Américains

# Conférence CCC

taux canadiens et américains qui utilisent, mettent au point et fournissent des équipements et des produits de défense nucléaire, biologique et chimique (NBC), lors de la conférence organisée par Acton International, Inc., et coparrainée par la Corporation commerciale canadienne (CCC), pour le compte de l'Alliance canadienne NBC (CNBCA).

Les 7 et 8 juin 2000, sous le thème « La guerre chimique et biologique — la solution canadienne » (Chemical, Biological Warfare: the Canadian Solution), cette conférence a réuni 25 membres de l'industrie et 35 représentants gouvernementaux du Canada et des États-Unis qui ont ainsi pu partager des renseignements et des idées sur les solutions de défense NBC.

Les sociétés NBC canadiennes ont présenté leurs produits et leurs équipements aux représentants des organismes du département américain de la Défense, notamment le U.S. Marine Corps (Virginie).

### COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassade.ducanada.org](http://www.ambassade.ducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

« Nous avons réuni de nombreuses personnes — des dirigeants et des décideurs du Canada et des États-Unis — qui n'ont habituellement pas l'occasion de se rencontrer », explique M. Earl Laurie, directeur du développement des marchés à la Division militaire d'Acton (aujourd'hui AirBoss — Defense). « Les gens reconnaissent de plus en plus l'intérêt de la technologie canadienne car nous possédons probablement le meilleur ensemble NBC au monde. »

Acton fabrique des produits de caoutchouc destinés à des fins militaires, et sa dernière nouveauté est un gant de butyle conçu en collaboration avec le Centre de recherches pour la défense Suffield (CRDS) du Canada. À la conférence, Acton a distribué à chaque participant un gant et une doublure amovible. « Les Marines s'intéressent beaucoup au gant d'Acton, rapporte M. Laurie avec satisfaction. On a maintenant besoin, aux États-Unis, d'un tel gant. Le nôtre pourrait bien faire l'affaire. »

« Nous n'avons reçu que des commentaires positifs, de dire M. Laurie. Nous aimerions beaucoup recommencer et

### DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, n° sans frais : 1-800 748-8191, téléc. : (613) 947-3903, courriel : [info@ccc.ca](mailto:info@ccc.ca), internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

souhaitons que l'exposition devienne éventuellement une manifestation annuelle ou bisannuelle. »

La CNBCA, qui a débuté comme un groupe de coentreprises de commercialisation formé de Acton International, O'Dell Engineering et Irvin Aerospace, regroupe aujourd'hui huit sociétés canadiennes qui collaborent à la fabrication et à la commercialisation d'équipement complet NBC. Les membres suivants ont

*Voir page 11 - Conférence CCC*

## Les militaires américains bottés par Acton

En juillet 2000, Acton International, Inc. obtenait une prolongation de deux ans d'un premier accord général de 2 millions de dollars conclu avec le Defense Supply Center à Philadelphie. Ce beau coup assure à l'entreprise la vente de bottes de très grand froid de défense nucléaire, biologique et chimique (NBC) d'une valeur de 1,5 à 2,8 millions de dollars.

La Division militaire de la société a obtenu son premier contrat en 1998, avec

l'appui de la CCC qui a fait pression pour que le Supply Center formule différemment les prescriptions techniques dans ses documents d'appel d'offres, qui avaient jusqu'ici empêché Acton de soumissionner. Grâce à cette vente, Acton pourra désormais soumissionner d'autres marchés et fournir ainsi aux forces armées américaines des bottes NBC et d'autres produits. ✪

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

**B**ien qu'elle soit l'un des plus petits pays de l'Union européenne (UE), la Belgique jouit d'une importance commerciale et économique. Avec seulement 10 millions d'habitants, elle absorbe quelque 3,2 % du commerce international, se classe au sixième rang par l'ampleur de

De nombreuses occasions d'affaires attendent les exportateurs canadiens sur le marché belge des matériaux de construction. L'un des créneaux intéressants demeure l'exportation du concept canadien d'immeubles modernes de grande hauteur. Les entreprises cana-

est très ouvert aux producteurs et exportateurs canadiens. Tous les produits de rénovation, dont ceux finis en bois comme les portes, les panneaux, les planchers, les articles de jardin, les outils et les produits de décoration adaptés aux goûts locaux, devraient trouver preneurs en Belgique.

Les fabricants qui ont l'intention de vendre leurs produits de construction et de quincaillerie sur ce marché peuvent d'abord tenter de se tailler une place auprès des chaînes importantes. Nombre d'entre elles sont dotées d'un bureau central d'achat, ce qui leur permet d'acheter directement du fournisseur. En outre, elles sont nombreuses à avoir noué des liens d'approvisionnement avec les chaînes des pays voisins, formant alors des groupes d'achat en vue d'obtenir les prix les plus avantageux auprès de fabricants du monde entier.

Finalement, le meilleur moyen d'évaluer le marché belge des matériaux de construction consiste à visiter la grande foire commerciale **Batibouw** ([www.batibouw.com](http://www.batibouw.com)), qui se déroule habituellement en février ou en mars. Cette foire constitue une occasion unique de lancer de nouveaux matériaux sur le marché.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Paul Desbiens, conseiller, ambassade du Canada à Bruxelles, tél. : (011-322) 741-0622, téléc. : (011-322) 741-0606, courriel : [paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca](mailto:paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Francis Keymolen, agent de commerce chargé de ce secteur, ambassade du Canada à Bruxelles; téléc. : (011-322) 741-0616, courriel : [francis.keymolen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:francis.keymolen@dfait-maeci.gc.ca) \*

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## Profil du marché de la construction

# Belgique : ça bâtit

ses importations au sein de l'UE et constitue l'un des marchés européens les plus intéressants pour les entreprises canadiennes désireuses de se positionner en Europe continentale.

Dans le secteur européen de la construction, la Belgique occupe une position de premier plan, grâce à deux caractéristiques. Elle affiche d'abord un des taux de propriété privée les plus élevés de l'UE. Ensuite, puisqu'elle est située au cœur de l'Union européenne, bon nombre de multinationales et d'autres organisations internationales y ont établi des entreprises et des installations de production, ce qui a engendré une croissance de la construction industrielle et des travaux publics.

Les Belges habitent dans des maisons unifamiliales ou dans des appartements. Le condominium que connaissent bien les Canadiens et les Américains est plutôt rare en Belgique.

En outre, quoique la brique reste de loin le matériau le plus populaire, d'autres matériaux ont également commencé à percer sur le marché belge.

Le taux de pénétration des maisons à charpente de bois, introduites en Belgique il y a 20 ans, a depuis grimpé de 3 % à 17 %. Les matériaux utilisés sur le marché résidentiel proviennent principalement de la Belgique même ou des pays voisins comme l'Allemagne, les Pays-Bas, la France et l'Italie, à l'exception du bois, importé surtout de la Scandinavie (essentiellement de la Suède et de la Finlande) ainsi que du Canada. Les importations de bois canadien ont toutefois diminué récemment en raison des problèmes causés par le nématode du pin.

diennes se trouvent en excellente position pour vendre leur savoir-faire dans ce type de construction, particulièrement si elles l'adaptent au contexte belge en collaboration avec un fabricant local.

En plus du marché du bois d'œuvre déjà bien représenté en Belgique, il existe beaucoup d'autres débouchés pour les produits finis en bois de qualité, dont le bois à plancher, les portes, les panneaux muraux et les escaliers, qui sont modifiés et taillés en réponse aux spécifications belges tout en conservant néanmoins leur saveur canadienne.

Le transfert de technologie dans le domaine des systèmes de chauffage et de ventilation représente un autre excellent créneau. Les entreprises canadiennes ont en effet plus d'expérience que leurs homologues européennes dans la résolution de problèmes d'isolation, aussi bien pour les édifices résidentiels que commerciaux.

Le marché de la quincaillerie et du bricolage, qui connaît une croissance rapide,

## Profil du secteur de la construction en Turquie

*La construction est l'un des secteurs qui connaît l'expansion la plus rapide en Turquie, principalement en raison de la forte croissance de la population et de l'urbanisation rapide de ce pays. La Turquie a enregistré une augmentation sensible de projets de construction résidentielle et d'amélioration de l'infrastructure. Des occasions d'affaires intéressantes s'offrent aux Canadiens, notamment aux entrepreneurs en construction, aux fournisseurs de matériaux de construction, aux fabricants de maisons préfabriquées et aux fournisseurs de services d'architecture et d'ingénierie.*

Parallèlement à l'essor de ce secteur, l'industrie a également pris de l'expansion afin de répondre à la demande intérieure de matériaux et de produits de construction de base. En outre, les débouchés se multiplient en ce qui concerne les installations sanitaires de qualité, les matériaux d'isolation, les matériaux de revêtement et de finition et les maisons préfabriquées. Bien que le marché soit particulièrement sensible aux prix des matériaux de base, les matériaux de construction et les maisons préfabriquées provenant du

Voir page 9 – La construction

**L**es débouchés abondent à l'approche des Jeux olympiques de 2004 qui se tiendront à Athènes.

### Débouchés

Le budget a été fixé à quelque 4,8 milliards de dollars, dont 2,9 milliards ont été réservés à des projets de construction directement issus des Jeux (village olympique, centre de voile, centre équestre, stade à multiples usages, village de la presse, centre de radiodiffusion internationale, centre des médias, etc.). D'autres projets, non directement liés aux Jeux, seront aussi entrepris en vue de cette célébration d'envergure internationale, dont l'amélioration de l'infrastructure, la construction de centres d'entraînement des athlètes, la modernisation des points d'entrée en Grèce et des aires touristiques. La somme de 1,5 milliard de dollars sera affectée à la mise en valeur des édifices sportifs de tout le pays.

L'essor que connaît le secteur du tourisme occupe une grande place dans le troisième Plan d'équipement urbain. Les organisateurs souhaitent offrir des sports d'hiver, du tourisme culturel et du tourisme de congrès en plus des plaisirs estivaux traditionnels de la mer et de la plage. Ils projettent la construction d'hôtels, de marinas, de terrains de golf, de centres de congrès, de stationnements, etc.

### Tendances

Le secteur de la construction, longtemps fragmenté et dominé par des particuliers, s'articule de plus en plus sur les investissements des entreprises. Les banques et les entreprises de construction se forment

en des sociétés immobilières pour construire, réaménager et gérer des portefeuilles de valeurs mobilières structurés. La conjoncture économique s'est sensiblement améliorée au cours de la dernière décennie. Les taux d'inflation et d'intérêt bancaire sont revenus à des niveaux qui

sur l'immobilier résidentiel, telles les maisons secondaires ou les maisons de retraite pour les Européens du Nord en quête de températures clémentes.

### Contraintes et défis

La concurrence étant féroce, les sociétés canadiennes doivent s'allier à des entre-

## Profil du secteur de la construction

# Grèce : débouchés

permettent de bénéficier d'un véritable rendement de l'investissement immobilier. Des taux d'intérêts plus faibles et des prêts à la consommation facilement consentis permettent aussi aux Grecs d'obtenir des hypothèques et d'entreprendre des améliorations à leurs résidences.

### Concurrence

Le grand nombre de sociétés grecques de construction (environ 2 200) a inévitablement engendré une concurrence féroce sur le marché. Les fusions et les acquisitions que celles-ci ont connues ces dernières années ont donné lieu à une profonde restructuration du secteur.

Depuis l'adhésion de la Grèce à l'Union européenne, les sociétés internationales d'aménagement immobilier investissent de plus en plus dans l'immobilier grec. À l'heure actuelle, cela se traduit principalement par l'essor de l'immobilier commercial. Toutefois, cette activité pourrait éventuellement se répercuter également

prises de Grèce ou d'autres pays de l'Union européenne pour se tenir au fait des possibilités du marché et profiter des occasions d'affaires qui y sont offertes. Le coût élevé des terrains et la difficulté d'acquérir les terrains répartis en zones constituent des obstacles majeurs à l'aménagement immobilier, tout comme la complexité de la bureaucratie grecque. Dans de nombreuses régions du pays, les sociétés d'aménagement immobilier doivent tenir compte des caractéristiques de l'architecture locale. Les Grecs préfèrent les constructions solides cimentées et se montrent plutôt récalcitrants aux méthodes ou aux produits de construction non traditionnels, telles les structures préfabriquées.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Marianna Saropoulos, agente commerciale, ambassade du Canada à Athènes, tél. : (011-30-1) 727-3351, téléc. : (011-30-1) 727-3460, courriel : [marianna.saropoulos@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marianna.saropoulos@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.infoexport.gc.ca/gr](http://www.infoexport.gc.ca/gr) 🇬🇷

## La construction en Turquie — Suite de la page 8

Canada gagnent en popularité auprès des acheteurs à revenu élevé. Parmi les produits qui offrent les plus grandes possibilités d'exportation sur le marché turc, mentionnons les portes et fenêtres, le bois d'œuvre de qualité, le bois contreplaqué, les panneaux de particules orientées, les matériaux de revêtement et les matériaux de couverture.

Le secteur de la construction est très développé en Turquie et compte de nombreuses entreprises de réputation mondiale menant leurs activités non seulement en Turquie, mais également sur la scène internationale, notamment en Russie,

dans la Communauté des États indépendants et au Moyen-Orient. Les entrepreneurs canadiens qui désirent percer sur le marché turc et sur les marchés de pays tiers ont intérêt à s'allier à des entreprises de construction turques.

Les deux tremblements de terre qui se sont récemment produits en Turquie entraîneront probablement la modification des procédés traditionnels de construction ainsi que l'adoption et la mise en vigueur de nouvelles normes en la matière. Cela donnera naissance à une nouvelle demande à l'égard des systèmes de construction para-

sismiques et à des débouchés tant pour les entreprises canadiennes à vocation exportatrice que pour celles qui voudront se lancer dans la fabrication locale en association avec des entrepreneurs turcs.

Les sociétés canadiennes désireuses d'exploiter les débouchés du marché turc peuvent se procurer la liste des principales entreprises turques de construction et de distribution de matériaux de construction auprès de l'ambassade du Canada à Ankara.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Amir Guindi, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Ankara, tél. : (011-90-312) 436-1275, téléc. : (011-90-312) 446-2811, courriel : [amir.guindi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:amir.guindi@dfait-maeci.gc.ca) 🇬🇷

**L**es deux dernières décennies, synonymes pour la Chine d'une croissance économique, d'une urbanisation et d'une industrialisation rapides, se sont accompagnées d'une dégradation constante de l'environnement. Dernièrement, la Chine a pris conscience du fait que cette détériora-

du gouvernement central en vertu de la « Stratégie de développement de l'Ouest ». Tout en mettant l'accent sur le développement, cette stratégie fait de la protection de l'environnement une priorité. On peut s'attendre à ce que la nécessité du développement durable soit intégrée aux objectifs

En juin 1997, le Guangdong a lancé le programme Eau claire, exigeant un investissement total de 20 milliards RMB, et en février 2000, le programme Ciel bleu, assorti d'un investissement de 5,7 milliards RMB.

*Un dossier chaud : l'environnement*

# Projets en Chine

tion entraîne des coûts énormes. Le 9<sup>e</sup> Plan quinquennal (1996-2000) prévoit donc une augmentation des dépenses liées à l'environnement et la désignation de secteurs prioritaires devant bénéficier d'un assainissement. Parallèlement, un important cadre législatif et réglementaire a été mis en place pour réduire l'impact du développement accéléré du pays sur l'environnement. Il y a fort à parier que le prochain Plan quinquennal accroîtra les efforts visant à nettoyer l'environnement.



Ces changements ont ouvert des possibilités commerciales en Chine pour les entreprises canadiennes. Toutefois, le financement de projets demeure un problème épineux. La mise en œuvre intégrale d'un mécanisme de financement de projets de construction-possession-transfert et l'application rigoureuse des lois antipollution chinoises devraient redresser la situation. En outre, les prêts consentis à des conditions de faveur par les institutions financières internationales (IFI) et les gouvernements étrangers demeurent une importante source de financement pour les projets environnementaux à la recherche de la technologie et du savoir-faire étrangers.

## Projets liés à l'environnement

La province du Kunming a reçu 150 millions \$US de la Banque mondiale pour la dépollution du lac Dianchi, un projet qui se poursuit depuis 1997. Les entreprises canadiennes qui s'intéressent au marché chinois devraient surveiller de près les sites internet de la Banque mondiale et de la Banque asiatique de développement. Les régions occidentales de la Chine, moins développées, sont devenues une priorité

de planification et que les considérations environnementales soient prises en compte dans tous les grands projets d'infrastructure, comme le montre l'exemple du Kunming.

Des occasions d'affaires commencent à voir le jour dans divers sous-secteurs de l'environnement, en particulier dans les grandes zones urbaines, où l'administration locale appuie vigoureusement la protection de l'environnement. Beijing a annoncé un plan d'action pour des Jeux Olympiques verts qui prévoit des dépenses de plus de 8 milliards \$ pour améliorer la qualité de l'air et de l'eau.

La Ville de Shanghai prévoit dépenser près de 3 % de son PIB (soit plus de 2 milliards \$ par an) pour faire de Shanghai une ville écologique. Shanghai tente aussi de modifier son assise industrielle en remplaçant ses industries polluantes par des industries de pointe, plus propres, comme celles des technologies de l'information et de la biomédecine.

La province du Guangdong resserrera sa collaboration avec la Région administrative spéciale de Hong Kong pour lutter contre les problèmes de pollution qu'elles ont en commun, surtout en ce qui concerne la qualité de l'eau des rivières Dongjiang et des Perles. Comme il s'agit d'une région relativement prospère, les parties prenantes sont souvent plus portées à envisager des solutions de pointe plus dispendieuses aux problèmes de l'environnement. À cet égard, la Chine méridionale pourrait servir de point d'accès aux entreprises canadiennes. Ainsi, en 1999, les investissements du Guangdong en matière d'environnement s'élevaient à 1,97 % de son PIB et devraient encore augmenter en vertu du 10<sup>e</sup> Plan quinquennal.

## Mission d'Équipe Canada

Au cours de la prochaine mission d'Équipe Canada en Chine, les entreprises canadiennes auront l'occasion de renforcer leurs relations dans le pays ou d'en établir de nouvelles. Le secteur de la protection de l'environnement est jugé prioritaire pour Équipe Canada, et un colloque sur les occasions commerciales aura lieu à Beijing durant la mission.

## Exposition et conférence sur la protection de l'environnement

Le fait de visiter une foire commerciale ou d'y tenir un stand permet de se renseigner sur le marché chinois et de rencontrer des acheteurs et des représentants éventuels. Les entreprises canadiennes qui s'intéressent au marché de la protection de l'environnement devraient songer à assister à CIEPEC, la 7<sup>e</sup> exposition et conférence internationale de Chine sur la protection de l'environnement qui aura lieu à Beijing en juin 2001. Sans doute la plus importante exposition environnementale de Chine, CIEPEC 2001 accueillera des participants de tout le pays et du reste du monde. L'ambassade du Canada à Beijing prévoit coordonner la participation canadienne. Pour obtenir plus de détails, communiquer avec M. David Hamilton à l'ambassade.

Pour plus d'information au sujet du marché chinois de l'environnement, communiquer avec M. Marcel Belec, Direction de la Chine et de la Mongolie, tél. : (613) 995-6962, téléc. : (613) 943-1068, courriel : marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca, internet : www.dfait-maeci.gc.ca/china ou avec M. David Hamilton, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Beijing, tél. : (011-86-10) 6532-3536, téléc. : (011-86-10) 6532-5033, courriel : david.hamilton@dfait-maeci.gc.ca \*



**L**a Finlande a institué de nouvelles exigences pour les produits d'emballage en bois résineux, ce qui comprend les palettes de bois, les plates-formes de cargaison, les cages de transport, les tonneaux, les intercalaires d'appui et les accessoires d'arrimage.

Les produits d'emballage doivent se conformer à l'une des exigences suivantes :

- être exempts d'écorce et de trous de larves d'un diamètre supérieur à 3 mm et présenter un taux d'humidité, exprimé en pourcentage des matières sèches, inférieur à 20 % au moment de la fabrication;
- être traités thermiquement jusqu'à une température interne minimale de 56°C pendant au moins 30 minutes;
- être séchés au séchoir pour qu'ils présentent un taux d'humidité, exprimé en pourcentage des matières sèches, inférieur à 20 % au moment de

la fabrication, en utilisant un plan temps/température approprié;

- être traités avec un fumigant convenable; l'Agence canadienne d'inspection des

nécessaires (p. ex. le certificat de traitement thermique, de séchage au séchoir ou de fumigation) au bureau de l'ACIA de leur région.

## Finlande — les produits d'emballage en bois résineux

# Nouvelles restrictions

aliments (ACIA) recommande le bromométhane pour la fumigation du bois.

En outre, la Finlande exige que les produits d'emballage soient accompagnés d'un certificat phytosanitaire (l'ACIA négocie actuellement avec la Finlande pour que cette exigence soit abolie). Les exportateurs canadiens devront donc présenter une demande de certificat phytosanitaire accompagnée des documents

Si le produit d'emballage a été fumigé, le certificat de fumigation pourrait remplacer le certificat phytosanitaire, auquel cas le certificat de fumigation doit accompagner l'envoi.

Une directive d'orientation sur les produits d'emballage destinés aux pays ayant des exigences particulières est en cours de rédaction.

Les produits d'emballage en bois non résineux ne font l'objet d'aucune restriction. ✪

## CAE vend un simulateur de centrale nucléaire

La société CAE, établie à Toronto, a vendu le simulateur de centrale nucléaire le plus perfectionné au monde à la société Nuklearna Elektrarna Krsko (NEK) de Slovénie. Le 31 mars dernier, le simulateur complet de Krsko a été déclaré « prêt pour la formation ».

Le simulateur complet représente fidèlement l'environnement de contrôle de la centrale nucléaire de Krsko et offre au personnel de NEK une expérience de formation très proche de la réalité. Le simulateur comprend des modèles perfectionnés du système thermohydraulique du réacteur, du reste de la centrale, du système électrique et de l'instrumentation et du contrôle, conçus pour la plupart avec l'environnement de simulation de pointe ROSE® de CAE.

Le simulateur a été installé au centre de formation de Krsko en décembre 1999. Il reproduisait alors le fonctionnement du cœur du réacteur Cycle 15 de Krsko. La plus grande difficulté aura été de modifier, réétalonner et revalider le simulateur de manière dynamique afin que son rendement corresponde à la nouvelle configuration Cycle 17 de la centrale, en tenant compte du remplacement des

générateurs de vapeur et de l'amélioration de la puissance.

« Le professionnalisme de CAE ainsi que son approche positive des affaires ont grandement contribué au succès du projet, » affirme M. Stane Rožman, directeur de NEK. « Nos deux équipes ont fait du très bon travail ensemble et, maintenant, NEK possède un simulateur de calibre mondial qui permettra de fournir la formation nécessaire au personnel d'exploitation de la société. Il est clair que NEK a pris la bonne décision en choisissant CAE pour le projet. »

CAE est le principal fournisseur mondial de technologies de simulation et de contrôle servant à créer des solutions de formation et d'optimisation dans les secteurs de l'aérospatiale, de la défense, de l'énergie et de la foresterie. La société, qui a établi son siège social au Canada et dont les activités s'étendent au monde entier, compte plus de 6 000 employés et enregistre des revenus de plus d'un milliard de dollars.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Michael Chatlani, directeur de marketing et ventes, CAE tél.: (514) 341-6780, poste 5350, courriel: michael@cae.com internet: www.cae.com ✪

## Conférence CCC — Suite de la page 7

participé et exposé leurs produits à la conférence : Acton International, Irvin Aerospace, O'Dell Engineering, Carleton Life Support Technologies, Nor Environmental Inc., la Compagnie 3M Canada et Med-Eng Systems.

La CCC a travaillé en étroite collaboration avec Acton pour vendre aux militaires américains sa botte de défense NBC pour froid extrême (voir article p. 7). « Nous nous réjouissons à l'idée de collaborer avec les autres membres de l'Alliance et de pénétrer le marché

militaire américain », de déclarer le gestionnaire du Programme de l'assise industrielle des États-Unis de la CCC, M. Joe Yagminas.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Earl Laurie, directeur, Développement des marchés, AirBoss — Defense, tél.: (450) 546-2776, poste 252, téléc.: (450) 546-0213, courriel: elaurie@acton-intl.qc.ca ✪

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

**A**près la découverte de près d'un milliard de tonnes de pétrole dans le sud du Tchad, dans la région de Doba, le consortium EXXON/Chevron/Petronas et les gouvernements camerounais et tchadiens ont signé un texte autorisant le transport du pétrole brut tchadien via un oléoduc souterrain.

de diamètre et de plus de 1 150 km de longueur. Le début des travaux est prévu avant la fin de cette année et ils devraient se poursuivre jusqu'en 2005, en commençant par le défrichage des espaces boisés.

Cet important projet va permettre au Tchad de lutter contre la pauvreté au pays

soit 45 millions de dollars US) et du Cameroun (15 %, soit 70 millions de dollars US). La Banque mondiale a également approuvé le financement des deux projets de renforcement de la gestion environnementale. Cette approbation représente 3 % du coût total du projet d'environ 4 milliards de dollars US.

Chevron (États-Unis) a rejoint le consortium d'Exxon à hauteur de 25 %, tandis que Petronas (Malaisie) participe à hauteur de 35 %.

Il y aura de nombreuses possibilités de vente de services et d'équipements offertes aux sous-contractants internationaux pour un montant évalué à près de 1,7 milliard de dollars US. Les sociétés canadiennes qui ont l'expertise pourraient se qualifier pour des sous-contrats dans plusieurs secteurs. Certaines sociétés canadiennes travaillent déjà sur le terrain à titre de sous-contractants.

**Pour en savoir plus**, communiquer avec M. Honoré Mondomobé, agent commercial senior, courriel : [honore.mondomobe@dfait-maeci.gc.ca](mailto:honore.mondomobe@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.infoexport.gc.ca/cm/](http://www.infoexport.gc.ca/cm/)

Autre site important : [www.essochad.com/eaff/essochad/index.html](http://www.essochad.com/eaff/essochad/index.html) ✪

## Projet Tchad - Cameroun

# Pipeline pétrolier

Il s'agit du plus grand projet d'infrastructure d'Afrique centrale des dix prochaines années. C'est un projet dont les coûts directs et indirects sont estimés à près de 4 milliards de dollars US. Ce « projet du siècle » vise à construire près de 300 puits ainsi que des stockages à Doba, puis à acheminer le pétrole brut via un oléoduc souterrain à Kribi (Cameroun), à l'aide de 3 stations de pompage réparties sur le tracé du pipeline d'exportation de 60 cm

et de financer des programmes sociaux de santé, d'éducation et de désenclavement, grâce à des retombées attendues de 900 milliards de FCFA. Le Tchad dispose d'importants gisements de pétrole non encore développés et évalués à près de 3 milliards de tonnes. Le pays dispose également d'un important potentiel minier non encore développé.

### Feu vert de la Banque mondiale

La Banque mondiale a approuvé le financement des contributions du Tchad (10 %,



## Faire une entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.



## OCCASIONS D'AFFAIRES OFFERTES PAR DES INSTITUTIONS FINANCIÈRES INTERNATIONALES

# Une mission virtuelle relie les entreprises canadiennes au marché lucratif des IFI

Des projets financés par des institutions financières internationales (IFI), telles que la Banque mondiale et la Banque inter-américaine de développement (BID), peuvent se traduire par des milliards de dollars d'affaires pour les entreprises canadiennes dans les pays en développement. La concurrence mondiale pour ces occasions d'affaires est cependant très vive et les entreprises canadiennes, en particulier les PME, doivent être préparées si elles souhaitent en bénéficier. En juin dernier, une mission virtuelle d'une durée de trois semaines a permis à quelque 30 gens d'affaires canadiens de se préparer à tirer parti du lucratif marché des IFI, et ce, à partir du confort de leur bureau ou de la maison.

La Mission virtuelle de la Banque mondiale et de la BID à Washington s'est tenue du 5 au 27 juin dernier grâce à un site internet tout spécialement conçu pour l'occasion par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), à la demande du Bureau de liaison des institutions financières internationales de l'ambassade du Canada à Washington.

En se branchant sur le site internet de la Mission virtuelle, les gens d'affaires pouvaient se relier directement à un groupe d'experts de la Banque mondiale et de la BID chargés de la passation de marchés. Dans le cadre d'un entretien sur

Voir page 13 - **Une mission virtuelle**

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage — faisant le lien entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**KAZAKHSTAN — Réhabilitation et amélioration du réseau d'irrigation et de drainage** — Le Kazakhstan a obtenu de la Banque asiatique de développement un prêt au titre de la mise en valeur des ressources hydriques et de l'enrichissement du sol. Le projet sera exécuté en diverses étapes et se concentre sur 1) le développement et la consolidation des institutions chargées de la fourniture des services agricoles et de la gestion des eaux, et 2) la réhabilitation et l'amélioration du réseau d'irrigation et de drainage. Le ministère de l'Agriculture entend procéder à la sélection préalable des

# Le Centre des occasions d'affaires

soumissionnaires aux travaux de réhabilitation et d'amélioration des systèmes existants dans la région Makhtaara Raion du sud du Kazakhstan (phases I et II). Les travaux comprendront : la bonification de quelque 15 000 hectares de terres engorgées et salines ainsi que l'amélioration des sols endommagés par le sel; la réhabilitation et le remplacement de 280 puits tubés ainsi que l'installation de nouvelles pompes de puits tubés et des structures électriques connexes; la réhabilitation de 80 structures de régularisation des eaux sur le terrain ainsi que la construction de 2 000 autres sur le terrain. On peut obtenir un formulaire de demande de sélection préalable sur présentation d'une demande écrite et sur paiement d'un droit non remboursable de 100 \$US. Date de clôture : le 15 janvier 2001. Communiquer avec le COAI, fax : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-](mailto:eleads@dfait-)

[maeci.gc.ca](http://maeci.gc.ca), en indiquant le n° de dossier 000818-03358, site internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?943en](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?943en)

(Avis communiqué par l'ambassade du Canada au Kazakhstan.)

## CAMEROUN — Privatisation de la Cameroon Development Corporation

L'appel d'offre pour la privatisation de la CDC porte sur la cession de la majorité de chaque filière à un partenaire stratégique qui devra rétrocéder 3 % des parts ainsi acquises aux salariés de la filière. L'État conservera une participation minoritaire de 10 % dans le capital de la filière privatisée. Un dossier d'appel d'offres sera remis gratuitement aux candidats ayant pris part à la phase de la pré-qualification et contre paiement d'une somme de 500 000 FCFA (5 000 FRF) à tous les autres candidats. Date de clôture : le 2 janvier 2001. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), en indiquant le n° de dossier 000915-03719.

(Avis reçu de l'ambassade du Canada au Cameroun.)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

## Une mission virtuelle aide les gens d'affaires

— Suite de la page 12

babillard électronique, les participants ont pu discuter des obstacles et embûches qui guettent les entreprises au moment où elles soumettent des soumissions en vue de se voir attribuer des contrats des IFI. En outre, les spécialistes de la Banque mondiale et de la BID ont offert des conseils et fait part de leur expérience relativement à la supervision du processus d'appel d'offres.

Par l'entremise du site, le premier du genre mis sur pied par le MAECI, les participants canadiens ont approfondi leurs connaissances du processus d'approvisionnement des IFI. Aussi sont-ils doréna-

vant nettement avantagés pour soumissionner les projets financés par la Banque mondiale et la BID.

Les gens d'affaires peuvent consulter des extraits de la mission, dont des documents spécialement choisis et des exemples de discussions tenues sur le babillard électronique, en visitant le site internet du Bureau de liaison des institutions financières internationales, à : [www.ambassadeducanada.org/blifi](http://www.ambassadeducanada.org/blifi)

Pour plus d'information, communiquer avec le Bureau de liaison des institutions financières internationales, courriel : [FIWashighnton@dfait-maeci.gc.ca](mailto:FIWashighnton@dfait-maeci.gc.ca)

## Le secteur de l'auto roule bien en Thaïlande

**BANGKOK, THAÏLANDE** — 23-26 novembre 2000 — L'ambassade du Canada aimerait encourager les organisations et les sociétés canadiennes du secteur de l'automobile à revoir leurs décisions au sujet de la Thaïlande, et à participer à **Asia Automotive** ([www.asiaautomotive.com](http://www.asiaautomotive.com)), le deuxième salon professionnel international annuel présentant tous les aspects de l'industrie de l'automobile.

Le premier salon Asia Automotive a été organisé en novembre 1999 et a réuni 176 fournisseurs provenant d'Allemagne, d'Australie, de Chine, de l'Inde, du Japon, du Royaume-Uni, de Singapour, de Taïwan et de la Thaïlande. Il a attiré 7 600 visiteurs locaux et étrangers. L'ambassade mettra sur pied des programmes commerciaux

## SALON DES TECHNOLOGIES DE GESTION DES DÉCHETS SOLIDES

**BANGKOK, THAÏLANDE** — 25-27 janvier 2001 — Le Service de lutte contre la pollution (Pollution Control Department, [www.pcd.go.th](http://www.pcd.go.th)) du ministère de la Science, de la technologie et de l'environnement de Thaïlande tiendra un **salon professionnel** et une **conférence sur les technologies de gestion des déchets solides**. Au nombre des participants figurent diverses organisations publiques et privées, dont 1 130 municipalités, 75 groupes provinciaux et 100 exposants. Plus de 20 000 visiteurs des pays de toute la région sont attendus. De nombreuses activités spéciales destinées à appuyer l'industrie thaïlandaise des déchets solides sont prévues au programme.

Cet événement très médiatisé permettra aux entrepreneurs canadiens de présenter leurs technologies, de se renseigner sur les tout nouveaux débouchés sur le marché thaïlandais des déchets solides et de nouer des relations d'affaires avec les organismes gouvernementaux et les entreprises privées de la région.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec : M. Surin Thanalertkul, délégué commercial, ambassade du Canada à Bangkok, tél. : (011-66-2) 636-0560, poste 3356, téléc. : (011-66-2) 636-0568, courriel : [surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca](mailto:surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca) ✱

appropriés pour les représentants des entreprises et organisations canadiennes qui assisteront à l'édition 2000 du salon.

Le redressement du secteur de l'automobile constitue l'un des moteurs les plus importants de la relance actuelle de l'économie thaïlandaise, dont le fer de lance est l'exportation. Ce pays à situation politique stable jouit de coûts de production peu élevés, offre des mesures d'incitation à l'investissement et constitue un excellent endroit pour implanter des usines de fabrication. La Thaïlande entend devenir le Detroit de l'Asie du Sud-Est en résistant au désir de concevoir un modèle national d'automobile pour devenir plutôt un important lieu de fabrication de pièces ainsi qu'un centre de production et d'assemblage pour les producteurs japonais, américains et européens de véhicules.

### Ventes d'automobiles accrues

Bien que la crise économique de 1997-1998 ait eu des effets dévastateurs sur les ventes intérieures en Thaïlande, la situation commence à se redresser. En 1999, les ventes sur le marché intérieur ont atteint 218 330 unités, ce qui représente une augmentation de 51,5 % par rapport à 1998. On prévoit que cette tendance à la hausse se maintiendra en 2000, et les projections font état d'une croissance de 30 à 40 % et de ventes de 260 000 à 280 000 véhicules. La note la plus positive dans le secteur de l'automobile est le développement du marché d'exportation, sur lequel les ventes ont connu une augmentation

régulière, passant de moins de 20 000 véhicules en 1996 à un sommet de 125 702 véhicules en 1999.

### Sous-secteurs offrant des débouchés

Les entreprises canadiennes trouveront des débouchés dans les sous-secteurs suivants :

- Ventes de pièces et composantes OEM (Original Equipment Manufacturer) aux assembleurs japonais ainsi qu'à Ford, Chrysler et General Motors
- Pièces et composantes OEM de haute technologie
- Pièces, composantes et accessoires REM (Replacement Equipment Manufacturer) dont les spécifications conviennent aux modèles de véhicules vendus en Thaïlande
- Marché secondaire des pièces (équipement et outils de service destinés aux entreprises de réparation de véhicules, produits de réparation de carrosseries, matériel pour machines, appareils diagnostiques pour moteurs, cires et pâtes).

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Carolyn Knobel, Troisième secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Bangkok, tél. : (011-66-2) 636-0540, poste 3352, téléc. : (011-66-2) 636-0568, courriel : [carolyn.knobel@dfait-maeci.gc.ca](mailto:carolyn.knobel@dfait-maeci.gc.ca) ou M. Surin Thanalertkul, agent de commerce, ambassade du Canada à Bangkok, tél. : (011-66-2) 636-0560, poste 3356, téléc. : (011-66-2) 636-0568, courriel : [surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca](mailto:surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Pour un salon professionnel réussi

Équipe Canada inc ([www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca)) est le tout dernier commanditaire national de **Making Trade Shows Work** ([www.siskindtraining.com/seminars.html](http://www.siskindtraining.com/seminars.html)), un atelier d'une journée dirigé par M. Barry Siskind de la société ontarienne International Training and Management Company. Offert dans diverses villes du Canada, cet atelier porte sur la façon de tirer le plus parti des salons commerciaux. Les participants y apprennent comment se préparer à participer à de tels salons, élaborer une stratégie, concevoir un stand exceptionnel, promouvoir leur présence et mettre

au point un programme de suivi. Ils découvriront également le secret de réussir à gérer un stand efficacement.

### Prochains ateliers :

Halifax — 10 novembre  
Montréal — 23 novembre  
Toronto — 13 décembre

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec International Training and Management Company, tél. : 1 800 358-6079 (sans frais), internet : [www.siskindtraining.com/seminars.html](http://www.siskindtraining.com/seminars.html) ✱

Les méthodes de transformation, de distribution et de commercialisation des produits alimentaires se transforment rapidement en Corée. Les goûts des consommateurs s'occidentalisent et, de plus en plus, ces derniers exigent des aliments-repas et des mets préparés de style occidental. Ce pays moderne et industrialisé a retrouvé une bonne vigueur depuis la crise économique de 1997, et les affaires sont prêtes à y reprendre leur cours normal.

**SÉOUL, CORÉE** — 20-21 mars 2001 — Les Coréens ont envie de produits nouveaux et différents. Pour faciliter l'accès des fournisseurs canadiens sur ce marché en plein essor, l'ambassade du Canada à Séoul (<http://210.111.55.1/canada/>) organise le **Salon canadien de l'alimentation** au cours de la semaine suivant le salon

## Les Coréens prennent goût aux produits alimentaires canadiens

Foodex ([www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/business/sectoral/ag/foodex2001-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/business/sectoral/ag/foodex2001-f.asp)), au Japon.

Le Salon canadien de l'alimentation — qui viendra étayer les gains réalisés durant le Salon de l'alimentation du millénaire, tenu en mars dernier — constitue une excellente occasion pour les entreprises canadiennes d'examiner les nouvelles possibilités commerciales qu'offre le marché coréen pour toutes sortes de produits alimentaires. On organisera par ailleurs des visites chez des détaillants, grossistes et marchands à rabais coréens.

La date limite pour l'inscription est le **30 novembre 2000**.

Pour s'inscrire ou pour obtenir des renseignements supplémentaires, voir le site internet du Salon canadien de l'alimentation (<http://ats-sea.agr.ca/public/htmldocs/f2682.htm>) ou communiquer avec :

- M. Murray Mitchell, Bureau des marchés internationaux, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7719, téléc. : (613) 759-7506, courriel : [mitchellm@em.agr.ca](mailto:mitchellm@em.agr.ca)
- Le Bureau régional de la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés d'Agriculture et Agroalimentaire Canada dans votre province.
- M. Murray Pearson, ambassade du Canada à Séoul, tél. : (011-82-2) 3455-6056, téléc. : (011-82-2) 755-0686, courriel : [murray.pearson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:murray.pearson@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Femmes d'affaires au Royaume-Uni — Suite de la page 2

### La mission commerciale

La mission comporte trois volets :

- **Faire des affaires** : des présentations et des ateliers animés par des experts britanniques et canadiens qui aideront les participantes à mieux connaître le milieu des affaires au Royaume-Uni et à augmenter leur capacité d'exporter.
- **Votre secteur au Royaume-Uni** : des séances d'information ciblées pour chaque groupe sectoriel au cours desquelles on mettra l'accent sur les technologies de l'information, le secteur des services et les produits de consommation.
- **Établir des liens (activité de liaison)** : des rendez-vous avec un minimum de cinq entreprises présélectionnées, et convenant aux objectifs de marketing de chaque participante.

### Le congrès

Le congrès de femmes d'affaires est destiné aux femmes d'affaires britanniques et canadiennes qui dirigent des PME prêtes à exporter. Les participantes y rencontreront des entrepreneurs de premier plan, des experts en gestion et en stratégie, des responsables de l'élaboration de politiques et des avocats, des représentants d'organisations professionnelles, des universitaires et des représentants des médias. Le programme renforcera les réseaux bilatéraux et favorisera l'établissement de

nouveaux partenariats entre les femmes d'affaires, les fonctionnaires et les universitaires canadiens et britanniques.

Le congrès de femmes d'affaires constitue la dernière conférence de la série Women Crossing Borders, qui présente des professionnelles occupant des postes d'envergure. Le congrès offrira aux participantes une combinaison :

- d'ateliers et de plénières, qui analyseront les pratiques de gestion des entreprises;
- de conférences, qui porteront sur de nouveaux enjeux politiques dans l'économie fondée sur le savoir.

Le MAECI, en collaboration avec le ministère du Commerce et de l'Industrie de Grande-Bretagne, l'unité responsable du dossier des femmes au Cabinet britannique et le Foreign and Commonwealth Office, ont établi le programme du congrès.

Pour plus de renseignements sur cette mission, voir le site « Women Crossing Borders » ([www.infoexport.gc.ca/mission/menu-f.asp?mission=borders](http://www.infoexport.gc.ca/mission/menu-f.asp?mission=borders)) ou communiquer avec M<sup>me</sup> Joanne Hamilton, chargée de dossier, Royaume-Uni et Irlande, MAECI, tél. : (613) 995-9766, courriel : [joanne.hamilton@dfait-maeci.gc.ca](mailto:joanne.hamilton@dfait-maeci.gc.ca)

Pour des renseignements sur des initiatives semblables, voir le site « Les Femmes d'affaires et le commerce » ([www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp)). ✪

## NOUVELLE-ANGLETERRE

— Suite de la page 6

On y trouvera également des indications sur la taille et les tendances du marché.

### Le secteur juridique en Nouvelle-Angleterre

Cette étude donne un aperçu général du secteur juridique en Nouvelle-Angleterre. L'information contenue provient de diverses sources : Internet, associations industrielles, périodiques, revues professionnelles, interviews, répertoires et bureaux des administrations publiques locales et régionales. Le document renferme des listes d'associations d'avocats et de cabinets d'avocats en Nouvelle-Angleterre. Elles aideront les Canadiens à trouver des avocats en Nouvelle-Angleterre ou à accéder au marché des services juridiques.

Pour consulter ces études de marché en ligne, cliquer sur [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Pour obtenir un exemplaire, communiquer avec le Service des renseignements du MAECI, tél. : 1-800-267-8376 (Outaouais : 944-4000), téléc. : (613) 996-9709. ✪

## Worldexport.com

**Worldexport.com** a renouvelé son engagement envers les exportateurs canadiens en ouvrant une passerelle à haut débit donnant accès à plus de 5 millions d'acheteurs étrangers. Ce nouvel outil, qui a été primé, comportera également une application de commerce électronique facilitant les transactions commerciales interentreprises. Depuis 10 ans, **Worldexport.com** publie le Canadian Exporters Catalogue (manuel, CD-ROM et site Web), seul programme multimédia sur l'exportation interentreprises de son genre.

Ce nouveau service économique permettra aux entreprises d'exploiter des technologies, des applications et des relations d'affaires qui étaient auparavant accessibles uniquement aux grandes entreprises. Pour effectuer des transactions d'une manière efficace avec vos clients actuels, contacter de nouveaux clients, prospecter de nouvelles occasions et accroître votre avantage concurrentiel, visitez le site [www.worldexport.com/response](http://www.worldexport.com/response) ✪

## Rectificatif

La Suisse et le Liechtenstein auraient dû figurer dans la liste des pays pour lesquels le MAECI offre aux exportateurs canadiens des renseignements sur l'accès aux marchés, tel qu'indiqué dans le numéro du 2 octobre 2000 de *CanadExport*, p. 9. ✪

## BusinessWoman Canada

**BusinessWoman Canada** est une publication qui s'adresse tout spécialement aux femmes d'affaires, qu'elles travaillent pour une PME ou une entreprise internationale ou qu'elles occupent des postes de haut niveau. On y traite de ce qu'elles se doivent de savoir pour réussir en affaires et pour savourer les fruits de leurs succès encore longtemps. On y trouve des articles sur le mentorat, des portraits de femmes

d'affaires, des exemples de réussites et une foule de secrets menant au succès. Entrevues, articles, témoignages... **BusinessWoman Canada** rend hommage aux femmes d'affaires d'ici!

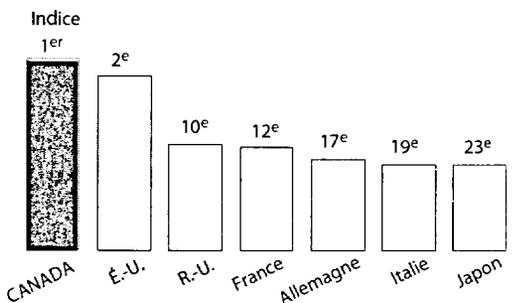
Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Donna Messer, rédactrice en chef, tél.: (905) 337-9578, fax: (905) 337-9320, courriel: [dmesser@interlog.com](mailto:dmesser@interlog.com) internet: [www.businesswomancanada.com](http://www.businesswomancanada.com) ✪

## Les Canadiens sont des employés de qualité

LA MAIN-D'ŒUVRE CANADIENNE DANS LES SECTEURS DU SAVOIR EST CONSIDÉRÉE COMME LA MEILLEURE AU MONDE

- **Une main-d'œuvre très qualifiée et très instruite** : le Canada accueille quatre diplômés universitaires de l'étranger pour chaque diplômé universitaire canadien qui quitte le pays pour les États-Unis\*\*.
- **Une éducation supérieure de haut niveau** : dix universités canadiennes figurent parmi les 22 meilleurs établissements en Amérique du Nord pour les programmes de génie électrique; 18 universités canadiennes se classent dans les 40 premiers.
- **Un faible taux de rotation des employés** : les Canadiens restent fidèles à une entreprise pendant huit années en moyenne par emploi; la durée médiane du maintien en poste aux États-Unis se chiffre à seulement quatre ans<sup>Δ</sup>.

### La main d'œuvre canadienne dans le secteur du savoir — Classement mondial\*



\* Source : Classement des inscriptions en éducation supérieure des 59 pays évalués dans le *Global Competitiveness Report*, 2000.

Pour plus de renseignements sur la manière d'investir et de faire des affaires au Canada, voir l'internet à l'adresse [www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca) ou téléphonez au (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : [lanoy.louise@ic.gc.ca](mailto:lanoy.louise@ic.gc.ca)

\*\* Source : *Revue trimestrielle de l'éducation*, Statistique Canada, printemps 2000, vol. 6, n° 3 [www.statcan.ca:80/francais/indepth/81-003/feature/eq2000\\_v06n3\\_spr\\_a01\\_hi\\_f.htm](http://www.statcan.ca:80/francais/indepth/81-003/feature/eq2000_v06n3_spr_a01_hi_f.htm)

† Source : *Le rapport Gourman (États-Unis), Undergraduate Programs*, 10<sup>e</sup> édition, 1998 [www3.bc.sympatico.ca/info/ee-prog.htm](http://www3.bc.sympatico.ca/info/ee-prog.htm)

Δ Source : Données de Statistique Canada, du US Bureau of Labor Statistics et de Domicity.com [www.domicity.com/about/thinkpieces/canada.htm](http://www.domicity.com/about/thinkpieces/canada.htm)

## Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de cas. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au (613) 996-9709; en appelant le service FaxLink à partir d'un téléphone à l'étranger; ou en visitant le site Web du MAECI à [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)

SXC2/B1

1E

1F

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 1453033

**PLEINS FEUX SUR L'ITALIE**  
(Voir le supplément.)



### DANS CE NUMÉRO

- 3 Une soumission gagnante
- 4 Danemark – Le marché des aliments biologiques
- 6 É.-U. : Invitation au « A Taste of Canada »
- 7 Nouveau partenariat de la CCC
- 8 Avantages des activités de la SEE
- 9 Des occasions d'affaires à cultiver en Chine
- 10 Le Danemark à la fine pointe des TIC
- 11 Les TIC en Norvège
- 12 Mission japonaise des TI fort réussie au Canada
- 13 Occasions d'affaires internationales
- 14 Nouvelle-Zélande : les affaires ça marche
- 15 Foires et missions commerciales : EXPO COMM MEXICO

~~LATEST ISSUE~~  
~~DERNIER~~  
~~NUMÉRO~~

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

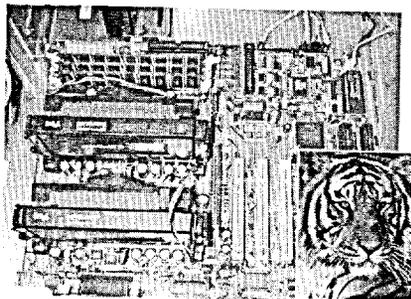
NOV 14 2000

Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère

*Branchez-vous sur les débouchés en Thaïlande*

# Dompter le Tigre

**L**a relance de l'économie thaïlandaise ouvre des débouchés pour les entreprises canadiennes — voilà l'essentiel du message transmis par les délégués thaïlandais et canadiens qui ont pris part à une conférence à Ottawa, en septembre dernier.



Les conférenciers qui ont participé à Wiring the Tiger, une activité commerciale organisée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) avec le soutien d'Industrie Canada,

avaient de bonnes nouvelles pour les entreprises canadiennes de haute technologie. Mme Pascale Prud'homme, directrice du groupe du commerce électronique et des télécommunications chez Tilleke & Gibbins, un cabinet d'avocats de Bangkok, a indiqué à l'auditoire que la Thaïlande devait se conformer à l'obligation fixée par l'Organisation mondiale du commerce de déréglementer son secteur des télécommunications d'ici 2006. « La déréglementation du secteur des télécommunications et de celui de l'internet va créer plus de débouchés pour la haute technologie canadienne », a-t-elle déclaré.

M. Tyson Macaulay, directeur des solutions clés pour les infrastructures publiques chez Jawz Inc., et M. David P. Kennedy, d'Alcatel, — deux firmes d'Ottawa œuvrant en Thaïlande — ont répété que, dans le secteur thaïlandais de la haute technologie, *Voir page 13 – Dompter*

*Une chambre qui favorise les liens*

# Canada—Danemark

La Chambre de commerce canadienne danoise (CCCD) est un organisme sans but lucratif au service des milieux d'affaires danois et canadien. La CCCD aide les gens d'affaires du Canada et du Danemark à nouer des liens profitables et à tirer parti des occasions qui se présentent dans leurs pays respectifs.

Fondée en 1992, la Chambre :

- aide à promouvoir les relations d'affaires entre le Danemark et le Canada.

- œuvre à titre d'organe consultatif auprès des représentants des gouvernements danois et canadien.
- parraine des rencontres sur des sujets d'intérêt pour ses membres ainsi que d'autres activités susceptibles de favoriser la bonne volonté et l'harmonie dans les relations canado-danoises.

### Aide aux entreprises

Le directeur administratif de la CCCD, M. Knud Westergaard, soutient que la

*Voir page 2 – La Chambre*

# La Chambre de commerce canadienne danoise

— Suite de la page 1

Chambre offre toute une série de services à ses membres. « Nous connaissons très bien le Danemark, qui est par ailleurs un très petit pays, souligne-t-il avec un sourire. Par conséquent, nous arrivons très bien à mettre les gens en contact les uns avec les autres. »

Il rappelle que les contacts entre Canadiens et Danois se multiplient sans cesse, comme en témoigne l'essor du commerce bilatéral ces dernières années. « En fait, déclare M. Westergaard, pour la première fois depuis aussi longtemps que je m'en souviens, la balance commerciale entre nos deux pays est maintenant favorable au Canada, grâce à la vente d'avions à réaction Challenger et Dash 8 au Danemark. »

Les exportations du Canada au Danemark ont augmenté de près de 47 % de 1998 à 1999. Les échanges avec le Groënland ont également augmenté, sa proximité géographique aidant; des entreprises canadiennes s'y livrent maintenant à des activités minières et d'autres y exportent un grand nombre de produits de consommation.

« En outre, soutient M. Westergaard, de nombreuses coentreprises canado-danoises sont sur le point de se former, et la CCCD contribue beaucoup à ce type d'associations. »

Parmi les services offerts par la CCCD, mentionnons l'aide qu'elle offre aux négociants pour les aider à trouver des fournisseurs de biens ou de services ou encore des distributeurs ou des représentants. La CCCD peut également fournir des renseignements au sujet des conditions locales, communiquer des faits ou des données, participer à la réalisation d'études de marché ou dépanner pour des questions d'affaires.

La Chambre aide également à organiser des réunions, des activités de promotions, des colloques sur les produits ainsi que des visites de représentants d'entreprises. La CCCD peut aussi prendre les rendez-vous nécessaires pour les membres participant à des foires durant lesquelles sont jumelés des importateurs et des exportateurs.

## Autres avantages pour les membres

« Le fait d'être membre de la CCCD procure beaucoup en termes de valeur ajoutée, rappelle M. Westergaard, car notre chambre est en contact avec les autres chambres de commerce du Danemark en Amérique du Nord et avec la Chambre de commerce du Danemark à Copenhague. Nous sommes également membres de la Chambre de commerce des États membres de l'Union européenne à Toronto (EUCOCIT), qui chapeaute toutes les chambres de l'Union européenne au Canada. »



Les membres de la CCCD, qui bénéficient d'un certain nombre de remises — notamment sur les billets d'avion et les chambres d'hôtel — peuvent utiliser gratuitement les locaux de ces chambres de commerce.

« N'hésitez donc pas à devenir membre de la CCCD et à tirer parti des services qu'elle offre, suggère M. Westergaard. Faites partie de la communauté des gens d'affaires canado-danois et faites connaître vos préoccupations par l'intermédiaire de la Chambre et des quelque 100 entreprises qui en sont membres. »

## Réunions, conférences, colloques

La CCCD tient régulièrement des déjeuners-causeries auxquels participent d'éminents conférenciers issus du milieu des affaires et du secteur public du Canada et du Danemark. Le mois dernier, l'ambassadrice du Canada au Danemark, M<sup>me</sup> Mary Simon, était la conférencière invitée. « Les participants ont beaucoup apprécié son allocution, qui portait essentiellement sur l'expansion des relations commerciales entre nos deux pays, » se rappelle M. Westergaard.

Au cours de l'année, des réunions communes sont organisées avec l'EUCOCIT à Toronto. « En participant à ces activités, mentionne M. Westergaard, on a en plus la possibilité d'être en contact avec des gens d'affaires Canadiens, Danois et d'autres pays européens. Nous avons aussi tout un programme d'activités sociales, ajoute-t-il. La CCCD permet aux gens d'affaires canadiens et danois de se réunir à l'occasion de rencontres officielles

ou autres, notamment pour accueillir des dignitaires de passage ou des délégations professionnelles. »

Le bulletin d'information de la Chambre, *Memorandum*, porte sur différents aspects du commerce canado-danois et présente de l'information sur les membres et les activités ainsi que sur d'autres questions d'intérêt.

La CCCD a ses bureaux à Toronto; le président de son conseil d'administration est M. Jorgen Mouridsen, président de la société Danfoss Inc., de Mississauga. L'ancien ambassadeur du Canada au Danemark, M. Brian E. Baker, actuellement à l'emploi du groupe IGRG, d'Ottawa, siège également au conseil.

Pour plus de renseignements sur la Chambre, communiquer avec M. Knud Westergaard, Directeur administratif, tél.: (416) 923-1811, téléc.: (416) 962-3668, courriel: [dccc@netwave.ca](mailto:dccc@netwave.ca) ✱

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000

Tél. : (613) 996-2225

Téléc. : (613) 992-5791

Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)

Internet :

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

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoyez quatre à six semaines de délai.

Expédier à :

CanadExport (BCS),

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa  
(Ontario) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

**U**ne occasion de soumissionner inattendue a transporté la société québécoise **Omnitronix Itée** vers les forêts pluviales du Guyana, un pays où foisonne une luxuriante végétation équatoriale, alimentée par des pluies abondantes et souvent torrentielles.

En 1999, dans le cadre du projet d'assistance d'urgence El Niño, le gouvernement du Guyana a lancé un appel d'offres pour du matériel de surveillance des crues, que le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) s'est empressé de communiquer à Omnitronix, spécialiste en surveillance environnementale. Faisant valoir ses compétences techniques, la société a su convaincre les services hydro-météorologiques du Guyana de lui attribuer le marché, d'une valeur de 250 000\$.

### Un travail d'équipe

L'appel d'offres communiqué par M<sup>me</sup> Lyris Primo, agent commercial au haut-commissariat du Canada au Guyana, à M. Daniel Lemieux, agent de repérage du COAI, fut une occasion imprévue pour Omnitronix. « Nous foulons le sol sud-américain pour la première fois, » a déclaré le président d'Omnitronix, M. Roger Teolis, pour qui le Guyana ouvre la porte à un tout nouveau marché continental.

Le COAI conjugue ses efforts à ceux des délégués commerciaux aux quatre coins du globe pour trouver à l'étranger des débouchés susceptibles d'intéresser des sociétés canadiennes. Les spécialistes du repérage font appel à divers moyens

souvent trop tard pour lancer un avertissement, » déplore M. Teolis. La solution d'Omnitronix consiste à automatiser le processus, grâce à des capteurs spécialisés et des dispositifs de saisie des données couplés aux systèmes de communication

*La porte s'ouvre sur l'Amérique du Sud*

# Soumission gagnante

et bases de données pour repérer les entreprises qui répondent aux exigences d'acheteurs étrangers.

Lorsque le débouché au Guyana s'est présenté en novembre 1999, Omnitronix a rapidement rédigé une soumission puis a organisé une conférence téléphonique avec les responsables techniques du client. « Nous avons gagné la confiance du client, qui a accepté notre proposition, la jugeant supérieure sur le plan technique, » de dire M. Teolis.

### Un produit qui répond à un besoin

Le succès d'Omnitronix est dû à sa capacité de s'adapter aux exigences du marché, en constante évolution. À sa création en 1971, l'entreprise a centré ses activités sur les essais de matériels électriques et électroniques. En 1983, Omnitronix s'est dotée d'une division d'essais de matériels, puis en 1989 d'une division de surveillance environnementale, après qu'Hydro-Québec lui ait demandé de mettre au point un nouvel instrument pour remplacer le vieil enregistreur mécanique Leupold Stevens.

En collaboration avec la société d'État, Omnitronix a conçu, mis au point et fabriqué un enregistreur ultra-perfectionné, construit pour résister aux pires intempéries, de sorte qu'on l'utilise encore aujourd'hui. La société a installé plus de 300 enregistreurs partout au Québec, 150 à Hong Kong et 150 en Chine, et 500 autres appareils figurent sur son carnet de commande. Le Guyana s'ajoute maintenant à cette liste.

« Dans de nombreux pays avec qui nous faisons affaire, les relevés sont effectués manuellement à l'aide de gauges. Ensuite, quelqu'un se rend habituellement à bicyclette à un poste de transmission relié par télex ou télécopieur à un ordinateur central, mais les données arrivent

locaux. L'entreprise complète le processus par la technologie et les logiciels voulus.

### Des solutions intégrées

Pour commercialiser cet ensemble de produits et de services, M. Teolis a créé Hydrométrie, une entreprise canadienne qui regroupe des établissements et des industries privées, à l'échelle locale et internationale, afin de proposer des solutions complètes à ses clients. Ses efforts ont porté fruit. Grâce à ce réseau, M. Teolis et ses 15 employés ont proposé leurs solutions techniques partout dans le monde, ce qui leur a permis de conclure des marchés en Pologne, en Chine, en Iran, au Maroc et à Hong Kong.

Omnitronix se spécialise dans l'importation et la distribution d'instruments de précision ainsi que dans la mise au point, la fabrication et la distribution de capteurs ultra-perfectionnés, d'enregistreurs de données et de systèmes de télémétrie intégrés. Ses appareils de contrôle à distance se prêtent à une foule d'applications, dont les systèmes d'avertissement de crues, la météorologie, la sécurité des barrages et la qualité de l'eau et de l'air.

M. Teolis a senti très tôt que, sur les marchés étrangers, il ne suffirait pas de faire la promotion de son produit. Il s'est donc efforcé de donner à ses clients ce qu'ils cherchent : une solution entièrement intégrée.

« Le marché décroché au Guyana cadre très bien avec nos projets d'exportation », a déclaré M. Teolis. Grâce au COAI, nous sommes en bonne voie d'étendre nos activités en Amérique du Sud. Les liens positifs que nous avons noués avec le Guyana nous permettront certainement d'obtenir d'autres contrats dans l'hémisphère sud. »

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.





LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

# DANEMARK — Le marché d

Présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

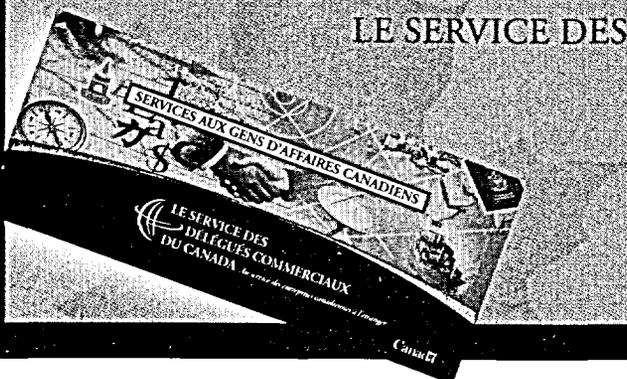


Malgré sa population relativement modeste (5,5 millions d'habitants), le Danemark a un des secteurs des aliments biologiques les plus développés du monde. Toutefois, faute de données précises sur les ventes d'aliments biologiques, il est difficile de déterminer la taille exacte de ce marché. Celui-ci, dont on évalue la valeur entre 450 et 560 millions de dollars pour 1998, représentait entre 3 et 4 % des ventes totales d'aliments et de boissons au Danemark cette année-là. On prédit que les aliments biologiques représenteront environ 8 % des ventes totales d'aliments en 2000.

La demande d'aliments biologiques au Danemark a augmenté ces dernières années en raison de l'intérêt accru que suscitent les modes de vie plus sains, du scepticisme croissant des consommateurs à l'égard des aliments modifiés génétiquement, et des niveaux appréciables des soutiens gouvernementaux aux producteurs danois. Malgré sa forte production intérieure, le Danemark demeure un importateur net d'aliments biologiques.

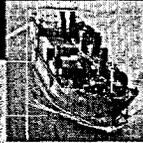
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visiteurs
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts dans le secteur de l'agriculture des aliments et des boissons en Europe.



**CENTRE  
DES ÉTUDES  
DE MARCHÉ**

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

# Aliments biologiques

Les prix relativement élevés restent le plus grand obstacle à la croissance des ventes d'aliments biologiques. À mesure que les supermarchés tiendront une plus grande part de produits biologiques provenant du plus grand nombre de producteurs, la concurrence accrue devrait entraîner une baisse des prix, ce qui contribuera à la croissance du marché.

Les consommateurs danois préfèrent beaucoup les aliments biologiques produits chez eux (lesquels portent le logo gouvernemental Ø, qui dénote les produits nationaux) ou les aliments importés d'autres pays de l'UE. Bien que les consommateurs commencent peu à peu à accepter davantage les aliments biologiques originaires de l'extérieur de l'UE, il faudra des efforts de marketing vigoureux et soutenus pour réussir à promouvoir les aliments biologiques canadiens dans ce pays.

## Débouchés

Actuellement, les produits biologiques canadiens n'ont pas une forte présence sur le marché danois. Les débouchés les plus prometteurs pour les fabricants canadiens sont la vente de produits primaires destinés à être transformés au Danemark, en raison des droits de douane élevés qui frappent les aliments importés de pays non-membres de l'UE. Les produits primaires, une fois transformés et emballés au Danemark, porteront l'important logo Ø, pour qu'ils soient mieux acceptés par les consommateurs. Bien que les produits laitiers et les légumes frais soient surtout fournis par des producteurs du Danemark et de l'UE,



on observe depuis cinq ans une augmentation soutenue des importations de produits comme les céréales, les aliments du bétail et les aliments séchés.

Les légumes biologiques représentent la majorité des fruits et des légumes frais importés. Sur les 5 200 tonnes de légumes importées en 1998, ce sont les carottes, les pommes de terre, les oignons, les choux et les concombres qui dominaient. Les fruits biologiques importés ont atteint un volume total d'environ 3 000 tonnes cette année-là. Les tomates (pour la transformation), les jus de fruit et les fruits et baies congelés, pour n'en mentionner qu'un petit nombre, font l'objet d'une demande notable.

Le plus gros secteur biologique au Danemark est l'industrie laitière, qui est aussi l'industrie laitière biologique la plus développée de l'UE. C'est le lait biologique qui connaît la croissance la plus vigoureuse; il représente actuellement entre 16 et 25 % des ventes totales de lait, la production intérieure ayant augmenté de 400 % depuis cinq ans. Le fromage, le beurre et le yogourt biologiques occupent entre 2 et 8 % de leur marché respectif.

La demande de produits de boulangerie et autres produits céréaliers a progressé substantiellement ces dernières années. Bien que les producteurs nationaux fournissent le gros du

marché, les transformateurs et les emballeurs danois importent des quantités appréciables de pain et de céréales.

Il existe des débouchés pour l'exportation d'une grande variété d'autres aliments biologiques au Danemark, mais les quantités seront assez modestes en général. Il s'agit des légumineuses à graines, des huiles et graines oléagineuses, des fines herbes et épices, des édulcorants, du chocolat et des aliments pour bébés.

## Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir plus sur ces débouchés commerciaux, ainsi que sur le contexte concurrentiel et les stratégies de pénétration du marché, voir le rapport complet, *Le marché des aliments biologiques au Danemark*. Ce rapport, préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux, est accessible en direct à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

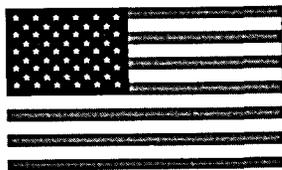
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Est-ce un marché pour vous ?  
Etude complète sur l'Internet  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



Le marché des aliments biologiques

➔ Consultez nos études de marché



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## Invitation au salon

# « A Taste of Canada »

**S**i vous êtes un producteur de spécialités gastronomiques ou d'aliments, de boissons ou de vins fins et que votre entreprise est prête à exporter, l'ambassade du Canada à Washington, vous invite à présenter vos produits à un salon commercial prestigieux axé sur l'alimentation de luxe, *A Taste of Canada*, qui aura lieu à l'ambassade, les 31 janvier et 1<sup>er</sup> février 2001. La date limite pour les inscriptions est le 20 décembre 2000.

Quelque 250 agents du secteur sont attendus — acheteurs de l'industrie de la restauration et d'établissements, courtiers et distributeurs — ainsi que des rédacteurs de chronique de la presse urbaine et régionale et de publications spécialisées.

Le premier jour, le programme prévoit des visites de magasins et des exposés présentés par des conférenciers de l'industrie américaine, tandis que le deuxième jour sera consacré à la mise en place et à la préparation des mets pour la foire,

avec la collaboration du service de traicteur de l'ambassade, la firme Sodexo-Marriott. Le salon se tiendra dans le Salon du Canada de l'ambassade, le 1<sup>er</sup> février de 16 h à 20 h. Les demandes d'inscription seront acceptées dans l'ordre de réception, mais l'ambassade se réserve le droit de sélectionner les exposants (22 au total) afin d'assurer la variété des produits présentés.

Cet événement fait suite à l'intérêt manifesté pour les produits alimentaires canadiens dans le cadre d'une enquête menée plus tôt cette année auprès de 65 courtiers régionaux en alimentation. On trouvera les profils de ces entreprises et leurs observations dans la publication *Courtiers en alimentation — Région du centre du littoral Atlantique des États-Unis*, qui peut être lue en parallèle avec le rapport connexe intitulé *Working with a U.S. Food Broker: A Guide for Canadian Exporters*. En outre, l'*Aperçu du marché de l'épicerie de détail dans les États américains du centre*

du littoral de l'Atlantique renferme des renseignements utiles sur les débouchés de ce marché. Vous pouvez consulter ces publications à l'adresse <http://ats-sea.agr.ca>

Pour plus d'information, communiquer avec M<sup>me</sup> Cynthia Stevenson, agent de promotion commerciale, ambassade du Canada à Washington, tél. : (202) 682-7765, courriel : [cynthia.stevenson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:cynthia.stevenson@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## LE PROGRAMME NEEF SUR LES ALIMENTS FONCTIONNELS FORT RÉUSSI À SEATTLE

Le marché américain des aliments naturels, fonctionnels et biologiques, qui est estimé à près de 20 milliards de dollars, a connu une progression annuelle de 10 % depuis la fin des années 1980 et de 20 % à 25 % ces dernières années. Ce sous-secteur offre aux producteurs canadiens l'un des débouchés les plus intéressants sur un marché américain des aliments transformés en pleine expansion. Il est considéré comme le segment le plus dynamique de l'industrie alimentaire, surpassant même celui des substituts alimentaires.

Compte tenu de cette situation, le consulat général du Canada à Seattle et Agriculture et Agroalimentaire Canada à Vancouver ont récemment organisé une mission pour les nouveaux exportateurs axée sur ce secteur. Vingt-quatre participants de la Colombie-Britannique, de l'Alberta et de la Saskatchewan ont assisté à un colloque de deux jours, tenu les 8 et 9 septembre à Seattle. Il s'agissait

Voir page 8 — NEEF

## Un nom en dit long...

La Food and Drug Administration (FDA) a accordé au California Prune Board (CPB) l'autorisation d'utiliser les termes « prunes séchées » (dried plums) pour remplacer le mot « pruneaux » (prunes). Le CPB a fait cette demande après que des études ont démontré que le nom « prune séchée » avait une connotation plus positive que le mot « pruneau » et qu'il inciterait davantage de gens à manger de ce fruit.

Le CPB espère ainsi augmenter son public cible, qui se compose de femmes âgées entre 35 et 50 ans. Ce groupe de 44 millions de personnes, qui représente environ 16 % de la population américaine, prend la majorité des décisions d'achat dans les ménages.

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**À** une époque où les partenariats commerciaux s'étendent au monde entier, il est tout indiqué de favoriser le travail d'équipe chez soi. En Ontario, ce principe vient de se confirmer avec la signature d'un nouveau protocole d'entente entre la Corporation commerciale

vente chevronné et son expérience des marchés mondiaux, Ontario Exports Inc. complète bien tous les services qu'offre la Corporation : garantie gouvernementale de bonne exécution des marchés, accès à des crédits de préfinancement à l'exportation, gestionnaires professionnels

## Nouveau partenariat pour exportateurs

# CCC — Ontario

canadienne (CCC) et le principal organisme ontarien de promotion du commerce, Ontario Exports Inc. Cet important partenariat aidera les exportateurs de l'Ontario à profiter des débouchés et à décrocher des contrats partout dans le monde.

Le protocole d'entente, signé le 6 septembre 2000 par M. Douglas Patriquin, président de la CCC, et M. Len Crispino, président d'Ontario Exports Inc., est conçu pour mettre les exportateurs ontariens au courant des possibilités qui s'offrent en matière de marchés publics et des moyens que la CCC peut mettre à leur disposition pour les aider à obtenir des commandes aux meilleures conditions possibles.

« Le protocole d'entente reflète les avantages que les deux organismes offrent aux exportateurs ontariens, a déclaré M. Patriquin. Avec sa connaissance des entreprises de la province et son accès à celles-ci, son personnel de

de contrats et expertise comme maître d'œuvre international pour les marchés publics. »

L'initiative prendra la forme d'un projet pilote de deux ans à partir du 15 septembre 2000, qui mettra l'accent sur la commercialisation et la mise en œuvre du programme de financement avant expédition de la CCC (Programme de paiements progressifs ou PPP) ainsi que d'autres programmes et services.

« Ce nouveau partenariat aidera Ontario Exports Inc. à mettre son expertise en matière de promotion et de facilitation des ventes à l'exportation à la disposition de sa clientèle dans le cadre de programmes et de services tels que le PPP de la Corporation commerciale canadienne, a souligné M. Crispino. L'accès au PPP permettra de combler une importante lacune pour les PME ontariennes qui exportent. Tout compte fait, ce partenariat est une mesure très positive qui assurera à nos clients un service plus efficace. »

La CCC a remporté de nombreux succès en appuyant des exportateurs ontariens aussi bien grands que petits à pénétrer des marchés publics complexes. Ainsi, la division Diesel de General Motors, à London, a réussi, avec l'appui de la CCC, à obtenir des commandes de véhicules blindés légers totalisant près de 3 milliards de dollars. Parmi les PME, le fabricant torontois de fibre de verre In-Line Fiberglass, a obtenu son premier marché en Chine par l'intermédiaire de la CCC, tandis que Pro-Safe Fire Training, de Parry Sound, a décroché des commandes de plus de 20 millions de dollars auprès du département de la Défense des États-Unis avec l'aide de la Corporation.

La CCC et Ontario Exports Inc. sont déterminées à aider les exportateurs

## DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, n° sans frais : 1-800 748-8191, téléc. : (613) 947-3903, courriel : info@ccc.ca, internet : www.ccc.ca

ontariens à augmenter leur part des marchés publics du monde entier, dont la valeur s'élève à 5,3 billions de dollars. « Je m'attends à un partenariat fructueux qui permettra à un plus grand nombre d'exportateurs ontariens de vendre leurs produits et leurs services par l'intermédiaire de la CCC », a ajouté M. Patriquin.

Principal organisme de promotion du commerce du gouvernement de l'Ontario, Ontario Exports Inc. offre aux exportateurs de la province toute une gamme de programmes et de services de renseignements sur le marché, de conseils et de soutien commerciaux, afin de les aider à soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux.

Pour plus de renseignements sur les services de la CCC, voir l'encadré ci-dessus ou consulter le site internet [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

Pour plus de renseignements sur Ontario Exports Inc., communiquer avec M. André Quenneville, gestionnaire, Marketing et Communications, tél. : (416) 325-4676, téléc. : (416) 314-3995, courriel : [Andre.Quenneville@edt.gov.on.ca](mailto:Andre.Quenneville@edt.gov.on.ca) internet : [www.ontario-canada.com/exports](http://www.ontario-canada.com/exports)

### COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassade.ducanada.org](http://www.ambassade.ducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

**L'**an dernier, les exportateurs et les investisseurs canadiens ont réalisé un chiffre d'affaires de plus de 40 milliards de dollars en se prévalant des services de financement des exportations et de gestion des risques offerts par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) —

mais une analyse permet d'estimer qu'en 1999, les affaires générées par la SEE compaient pour environ 27 milliards de dollars dans le PIB du Canada. Ce chiffre équivaut à près de 4 % du PIB total (700 milliards de dollars, au coût des facteurs) et au double de la contribution de la SEE à l'économie

unique de la SEE. Un de ces indicateurs est le nombre de petites et de moyennes entreprises (PME) qui ont recours aux services de la SEE. L'année dernière, la SEE a travaillé avec 4 550 PME sur un total de 5 182 clients, soit une hausse de 16 % par rapport à 1998, et environ 1 200 de ces entreprises utilisaient les services de la SEE pour la première fois.

Un autre aspect important de la SEE est sa capacité de prendre des risques sur les marchés internationaux. Son volume d'affaires sur les marchés à risques plus élevés était de 9,8 milliards de dollars en 1999, c'est-à-dire 10 % de plus que l'année précédente, et touchait plus de 140 pays. Par conséquent, une grande part de la croissance du portefeuille de la SEE était attribuable à des actifs à caractère spéculatif. Parallèlement, la SEE appuie souvent des transactions qui devraient avoir des retombées en recherche et en développement pour le Canada. En reliant la ventilation sectorielle des affaires de la SEE avec une catégorisation similaire des dépenses de R-D au Canada, nous calculons que la contribution des transactions de la SEE à la R-D en 1999 était à peu près la même qu'en 1998.

Enfin, une conséquence importante de la promotion des ventes à l'exportation est la hausse concomitante des emplois, des traitements et des salaires. Le nombre d'emplois liés aux exportations varie beaucoup parmi les secteurs de l'économie canadienne et, donc, parmi les diverses transactions auxquelles participent la SEE. Celle-ci estime cependant que les exportations qu'elle a appuyées en 1999 correspondent à un chiffre d'emploi d'environ 426 000 années-personnes.

En conclusion, la SEE procure de nombreux avantages à l'économie canadienne, et ces avantages augmentent rapidement d'une année à l'autre.

Pour plus d'information, voir le site internet de la SEE [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca) ✪

# Les avantages des activités de la SEE pour les Canadiens

par Stephen S. Poloz, économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

une hausse de 15 % par rapport à l'année précédente. Les résultats sont éloquentes, mais les Canadiens ne se rendent peut-être pas tous compte des nombreux avantages que le Canada retire de ces activités.



M. Stephen S. Poloz de la SEE

Pour mesurer l'influence de la SEE sur l'économie canadienne, il suffit de considérer la part du PIB correspondant aux transactions qu'elle favorise. Cette part varie beaucoup selon la nature de la transaction et le contenu canadien des exportations,

en 1996. En outre, cette estimation est prudente, car elle exclut les effets secondaires d'une hausse des exportations sur l'économie et ne tient pas compte du fait que la participation de la SEE à une transaction pourrait encourager d'autres intermédiaires financiers à prendre part à des projets de plus grande envergure.

Un certain nombre d'indicateurs secondaires des avantages que retire le Canada sont également intéressants, compte tenu de la nature

## NEEF sur les aliments fonctionnels à Seattle

— Suite de la page 6

du deuxième événement de ce genre qu'organisait le consulat à Seattle.

La mission a abordé une vaste gamme de sujets, depuis les douanes, la FDA et la réglementation relative aux visas jusqu'à la distribution et à la commercialisation. Les participants ont eu l'occasion d'effectuer des visites dans des magasins et des chaînes d'aliments naturels ayant un intérêt marqué pour les aliments de santé, de même qu'une visite au salon de l'alimentation Natural Products NorthWest 2000.

Les participants ont été encouragés par les prix relativement plus élevés

pratiqués par leurs concurrents, et ils ont hâte d'être prêts pour ce marché et de réaliser leur première présentation de produits. Très satisfait du taux de participation à cette mission touchant un créneau extrêmement spécialisé, le consulat prévoit d'organiser une nouvelle mission l'année prochaine.

Pour plus d'information, communiquer avec M. Doug McCracken, agent de l'expansion des affaires, consulat général du Canada à Seattle, tél. : (206) 770-4080, courriel : [doug.mccracken@dfait-maeci.gc.ca](mailto:doug.mccracken@dfait-maeci.gc.ca) ✪

Equipe Canada Inc - Team Canada Inc  
1-888-811-1119  
[exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca)



## Destination finale: l'Italie

### L'Italie a un énorme potentiel commercial.

Les statistiques sont impressionnantes :

- une population de 59 millions d'habitants;
- un PIB annuel deux fois plus élevé que celui du Canada;
- un PIB par habitant comparable à celui du Canada;
- une économie se classant au cinquième rang mondial (derrière les États-Unis, le Japon, l'Allemagne et la France);
- le revenu par habitant le plus élevé d'Europe, qui se trouve dans le centre industriel du nord de l'Italie.

## Dans ce supplément

<i>Industrie automobile</i> .....	2
<i>Aérospatiale et défense</i> .....	5
<i>Agroalimentaire</i> .....	8
<i>Biotechnologie</i> .....	10
<i>Instruments médicaux</i> .....	12
<i>Environnement</i> .....	13
<i>Technologies de l'information et des communications</i> .....	14
<i>Chambres de commerce italiennes au Canada</i> .....	15
<i>Salons professionnels</i> .....	16

Le revers de la médaille est le niveau encore élevé de la dette publique contractée dans les années 1980. Toutefois, ces dernières années, l'Italie a déployé des efforts soutenus en faveur de l'austérité fiscale, afin de répondre aux conditions requises pour faire partie de l'Union monétaire européenne. Cette politique a eu pour effet d'améliorer grandement les perspectives économiques du pays ainsi que d'accroître la confiance des investisseurs et des consommateurs.

À un égard, les statistiques sont quelque peu décevantes. Parmi les partenaires commerciaux du Canada, l'Italie occupait seulement la 11<sup>e</sup> place en 1999. Cette année-là, les exportations canadiennes à destination de l'Italie (composées surtout de matières premières ou semi-transformées) s'élevaient à la moitié seulement des exportations italiennes vers le Canada (composées de produits de consommation et de produits industriels à forte valeur ajoutée). Or les temps ont changé. Ces dernières années, les entreprises canadiennes ont obtenu des contrats d'exportation non négligeables dans les secteurs des télécommunications et des technologies de l'information, de l'équipement de bord et de l'équipement aérospatial, de l'équipement environnemental, des pièces d'automobile et des produits de soins de santé. Aujourd'hui, pour maintenir et mettre à profit cette tendance, les gens d'affaires canadiens doivent concentrer plus énergiquement leur action sur l'Italie.

L'Italie jouit d'une excellente réputation dans des domaines traditionnels tels que la mode, les produits alimentaires, les produits ménagers, les biens culturels et le design industriel. C'est un fait moins connu cependant que l'Italie est un chef de file mondial dans la fabrication

*L'Italie — voir page 2*

Préparé par la Section pour l'expansion du commerce en Europe (RENB) et les bureaux commerciaux en Europe.



Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada

**L'Italie** — suite de la page 1

de robots industriels, les techniques d'ingénierie, les machines-outils, l'équipement de transport, l'automatisation et les commandes de processus, les machines du secteur énergétique, les matières plastiques et la technologie pétrochimique.

De grandes entreprises italiennes se sont restructurées ces dernières années, tandis que les PME ont intensifié leurs efforts pour percer sur les marchés étrangers. Peu importe leur taille, les entreprises italiennes prennent de l'expansion et acceptent le défi que posent l'établissement de nouveaux partenariats et les investissements sur la scène internationale.

Loin d'être saturés, les marchés italiens de biens de consommation et industriels se distinguent par leur vitalité, et ils offrent de considérables perspectives d'avenir aux exportations canadiennes. Le gouvernement privatise le secteur public qui occupe une place prépondérante dans l'économie — qu'il s'agisse des monopoles dans l'industrie de la téléphonie et de l'énergie ou des secteurs de la fabrication, des activités bancaires et des assurances. À l'heure où le rythme de la déréglementation et de la privatisation s'accélère, de nouvelles possibilités devraient s'offrir aux fournisseurs canadiens, en particulier s'ils ont fait leurs preuves sur les autres marchés de l'Union européenne (UE).

Malgré les restrictions imposées par l'UE sur les produits agricoles et de la pêche, les exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers l'Italie ont augmenté régulièrement depuis trois ans. Dans l'intervalle, des occasions d'affaires sont apparues dans d'autres secteurs. L'Italie importe de plus en plus de produits canadiens à valeur ajoutée, comme les avions, le matériel de télécommunications et le matériel destiné à des projets clés en main. Les coentreprises et les licences de technologie se multiplient également. Un nombre croissant de sociétés italiennes reconnaissent l'importance de l'importation et des services à valeur ajoutée, et elles font souvent appel à des fournisseurs étrangers pour répondre à leurs besoins à cet égard.

Le marché italien est vaste et riche, bien qu'il soit aussi décentralisé et souvent complexe. Une des clés du succès consiste à établir des partenariats stratégiques. Ensemble, les PME ont été le véritable moteur du développement de l'économie italienne depuis le début des années 1980. Ces entreprises, pour la plupart familiales, constituent une excellente porte d'entrée sur le marché italien. En général, elles cherchent à faire des affaires à l'étranger et à saisir de nouvelles occasions et idées qui leur donneront un avantage concurrentiel sur les marchés italiens et

européens. Malgré un préjugé favorable tacite envers les États-Unis, les PME italiennes voient de plus en plus le Canada comme une voie d'accès à de nouvelles méthodes de production et à de la haute technologie dans certains créneaux. Elles considèrent aussi le Canada comme un marché moins risqué et une vitrine sur la région de l'ALENA.

Le Service des délégués commerciaux du Canada est prêt à aider les entreprises canadiennes intéressées à saisir les occasions offertes sur le marché italien.

**Poursuivez votre lecture : vous en apprendrez plus sur ces débouchés!**



## INDUSTRIE AUTOMOBILE

### En pleine accélération

En 1998, le fléchissement de la demande a entraîné un ralentissement important dans la production de véhicules automobiles en Italie. Cette situation était attribuable au fait que le gouvernement avait éliminé les mesures incitatives au remplacement des vieux modèles polluants par des véhicules plus récents et plus écologiques.

Vers la fin de 1999, on a observé un redressement de la demande et de la production, les ventes totales pour l'année atteignant 1 410 317 véhicules (soit une augmentation de 0,6 %). Ce mouvement à la hausse s'est accéléré pendant les quatre premiers mois de 2000, avec une augmentation de 10,6 % de la production par rapport à la même période en 1999. Cette situation reflétait l'augmentation de la demande de véhicules neufs observée dans toute l'Europe — ten-

dance amorcée en Italie avec l'arrivée sur le marché des modèles Nuova Punto et Lancia Lybra (qui remplacent la Fiat Punto et la Lancia Dedra) ainsi que de la berline sport Alfa.

Les nouveaux modèles ont permis au groupe Fiat d'être plus concurrentiel face aux fabricants étrangers sur les marchés italien et européen. Depuis octobre 1999, les exportations de voitures italiennes augmentent de manière constante; en avril 2000, elles représentaient 45 % de la production totale.

Les perspectives à moyen terme sont également positives. La demande devrait être soutenue par les effets de la directive de l'UE qui interdit l'utilisation d'essence au plomb à partir de 2002. Il faudra par conséquent remplacer 15 millions de véhicules encore en circulation en Italie qui ne sont pas munis d'un convertisseur catalytique.

En 1998, loin de fléchir, la production de véhicules commerciaux a connu une croissance de 14,5 % — un record. En 1999, on a produit 290 797 véhicules, ce qui représentait une augmentation de 0,2 % par rapport à l'année précédente.

## Aperçu

### FIAT

En 1999, Fiat Auto a vendu 2 328 000 véhicules dans le monde entier, ce qui constitue une diminution de 2,8 % par rapport aux 2 397 000 véhicules vendus en 1998. Cette baisse était surtout attribuable au fléchissement des ventes en Amérique du Sud.

## Activités du Groupe Fiat

Compagnie	Activité principale
Fiat Auto	Véhicules individuelles
Iveco	Véhicules commerciaux
New Holland	Matériel agricole et de construction
Teksid	Produits métallurgiques
Magneti Marelli	Composants
Comau	Systèmes de production

Pendant le premier trimestre de 2000, la tendance à la baisse a été renversée, les ventes atteignant 626 600 véhicules, soit une augmentation de 11 %. Cette hausse marquée est attribuable à la bonne performance en Europe de l'Ouest — particulièrement à une croissance considérable de 19 % des ventes en Italie.

Dans le cadre de sa stratégie de mondialisation, Fiat Auto concentre surtout ses efforts sur la consolidation de sa part de marché en Europe et sur la pénétration des sept marchés étrangers qui présentent les meilleures perspectives de croissance, à savoir le Brésil, l'Argentine, la Pologne, la Turquie, la Russie, l'Inde et la Chine. L'alliance stratégique entre Fiat et General Motors annoncée en mars dernier n'a pas eu d'effet notable sur cette stratégie baptisée « Europe plus sept ».

L'alliance entre les deux constructeurs prévoit le regroupement des achats et de la production de groupes motopropulseurs sur les marchés européen et latino-américain. Fiat et GM prévoient ainsi réaliser d'importantes économies. Au nombre des autres mesures conjointes auxquelles on accordera la priorité figurent l'intégration des programmes coûteux de R-D — surtout en ce qui concerne les émissions des moteurs et la consommation, les carburants de remplacement, les nouveaux matériaux ainsi que les composants de sécurité et les solutions connexes — et la mise au point de plateformes communes pour la prochaine génération de véhicules (Punto, Palio, Seicento, Corsa, Agila).

### Pièces et composants automobiles

Il existe environ 885 fabricants de pièces en Italie. De ce nombre, 185 sont des fournis-

seurs de premier niveau (les plus connus étant Magneti Marelli et Teksid); 250, des fabricants de sous-systèmes et de pièces; et 450, des fournisseurs de pièces de rechange et d'accessoires. Les fabricants de pièces collaborent avec un réseau regroupant au moins 4 000 PME sous-contractantes. Près de la moitié des entreprises et des employés de ce secteur se trouvent dans la région du Piedmont, dans le nord-ouest de l'Italie.

En 1999, le secteur des pièces, des composants et des accessoires automobiles ainsi que du matériel d'entretien a enregistré un chiffre d'affaires de près de 41 000 milliards de lire (soit environ 36 milliards \$). Le marché des fabricants d'équipement d'origine (EO) représentait 64 % de la production totale, le reste étant attribuable au marché secondaire.

Dans le secteur des composants, les exportations ont représenté 43 % des ventes en 1999, soit 15,5 milliards \$; 39 % des exportations provenaient du marché de l'EO et 61 % du marché secondaire. Environ 67 % des exportations étaient destinées aux pays de l'UE, 11 % aux autres pays d'Europe, 6 % à l'Amérique du Sud, 8 % à l'ALENA, et 8 % à d'autres pays.

Malgré la bonne performance des exportations, la balance commerciale positive de l'Italie dans ce secteur a fléchi légèrement en 1999 à la suite de la forte augmentation des importations dans le secteur du marché secondaire. L'Italie a importé pour 8 milliards \$ en 1999, 82 % des importations provenant de l'UE, 4 % d'autres pays d'Europe, 3 % d'Amérique du Nord, 1,7 % d'Amérique du Sud et 9,3 % d'autres pays.

## Défis

### Composants et systèmes pour le marché de l'EO

Fiat a toujours compté sur un réseau de fournisseurs relativement stable, mais depuis la mise en oeuvre de ses politiques d'achat de pièces à l'étranger, le groupe a adopté une approche mondiale. Il cherche à s'associer à des entreprises concurrentielles et à la fine pointe de la technologie qui sont disposées à collaborer avec ses fournisseurs de première catégorie. Avec l'alliance Fiat/GM et la coentreprise dans le domaine de l'approvisionnement, les entreprises canadiennes qui ont déjà des liens avec GM auront plus de facilité à tirer parti des débouchés offerts par Fiat.

Les entreprises canadiennes qui offrent des sous-systèmes plus économiques et plus légers, ou encore des pièces écologiques ou de l'équipement de sécurité, sont les plus susceptibles d'approvisionner les usines de production de Fiat en Italie. Les débouchés les plus intéressants s'offrent aux entreprises oeuvrant dans les secteurs suivants :

- **dispositifs de sécurité :**  
*équipement de prévention* (ceintures de sécurité, sièges ergonomiques, systèmes de climatisation, filtres anti-pollen); *composants actifs* (suspension, systèmes de prévention des incendies, coussins gonflables); *composants passifs* (systèmes de freinage, freins ABS, volants à absorption d'énergie).
- **mesures d'économie d'énergie :**  
carburants de remplacement, systèmes de propulsion perfectionnés, convertisseurs catalytiques.
- **programmes de recyclage :**  
récupération des pièces recyclables, transformation des déchets en matières inertes, récupération de l'énergie des déchets.
- **nouveaux matériaux :**  
plastiques, acier hautement résistant, composants en magnésium.

Ces trois dernières années, de plus en plus de fabricants de pièces étrangers se sont établis en Italie à la faveur d'investissements dans des installations nouvelles ou d'acquisitions d'usines existantes. La plupart des grands fournisseurs américains et européens de composants et de systèmes sont déjà présents sur le marché italien, et ils ont presque tous des usines de production et des liens d'affaires avec d'autres entreprises.

L'Italie est donc loin d'être un marché inexploité, et les entreprises qui cherchent des occasions d'affaires dans ce pays doivent être prêtes à établir des alliances stratégiques avec des partenaires locaux.

## Pièces et accessoires pour le marché secondaire

Le marché italien est intéressant surtout pour les entreprises canadiennes évoluant sur le marché secondaire. Les données les plus récentes indiquent qu'en 1998, il y avait 31 millions de voitures individuelles en Italie,

ce qui plaçait ce pays au deuxième rang des pays d'Europe en ce qui a trait au nombre de voitures en circulation, et au quatrième rang mondial (derrière les États-Unis, le Japon et l'Allemagne). Par ailleurs, les véhicules sont en moyenne plus âgés en Italie que dans n'importe quel autre pays d'Europe.

Depuis le milieu des années 1990, les dépenses privées associées à l'entretien et à la réparation automobiles connaissent une forte croissance. En 1999, ce secteur a enregistré un chiffre d'affaires de 38 000 milliards de liras (soit 32,2 milliards \$).

Jusqu'à tout récemment, la structure très fragmentée du réseau de distribution constituait le principal obstacle à l'accès au marché italien; cette situation est en train de changer. Le réseau se consolide rapidement et les grandes chaînes de distribution étrangères font leur entrée sur le marché, ce qui favorise davantage les importations de presque toutes les catégories de produits. Par contre, compte tenu de la faiblesse de l'euro, il est primordial d'offrir des prix concurrentiels.

## Activités à venir visant à aider les entreprises canadiennes

Le consulat général du Canada à Milan organise des activités visant à mieux faire connaître les entreprises canadiennes en Italie et à définir les débouchés qui s'offrent dans le secteur canadien de l'automobile. Le consulat offre aussi une aide individuelle et fournit des renseignements sur le marché aux sociétés canadiennes qui veulent percer sur le marché italien de l'automobile (p.ex., des contacts chez Fiat et ses fournisseurs, des renseignements sur les dernières tendances du marché, le profil des fabricants de pièces italiens ou une aide pour l'établissement d'alliances et de partenariats stratégiques).

### Activités prévues pour 2001 :

- **Mars 2001, Windsor (Ontario)**  
Des entreprises italiennes participeront à la **Windsor Automotive Conference**.  
**Objectif :** promouvoir les partenariats entre les fabricants de pièces canadiens et italiens qui ont des intérêts communs.
- **Du 23 au 27 mai 2001, Bologne**  
Aide aux entreprises canadiennes qui veulent participer à **Autopromotec**, à titre de visiteurs ou d'exposants.  
**Objectif :** promouvoir les entreprises et les produits canadiens à l'occasion de cet important salon.

## Ressources

### Sites Web

<http://www.anfia.it>

**Associazione Nazionale fra Industrie Automobilistiche**, ou ANFIA

(Association des fabricants italiens de véhicules et de pièces d'automobiles)

Le site contient un répertoire des associés de l'ANFIA.

<http://www.fiatgroup.com>

**Groupe Fiat**

Données financières, nouvelles et renseignements détaillés sur le Groupe Fiat; lien vers le site de Fiat Auto.

<http://www.acea.be>

**European Automobile Manufacturers Association (ACEA)**

Information sur l'industrie européenne; liens vers les sites des fabricants européens et des associations nationales.

### Publications

On peut commander les répertoires des fabricants et importateurs de pièces de rechange et d'accessoires en s'adressant aux maisons d'édition suivantes :

**Annuario Accessori Auto**

(répertoire des accessoires d'automobile; publié deux fois par année, en italien)

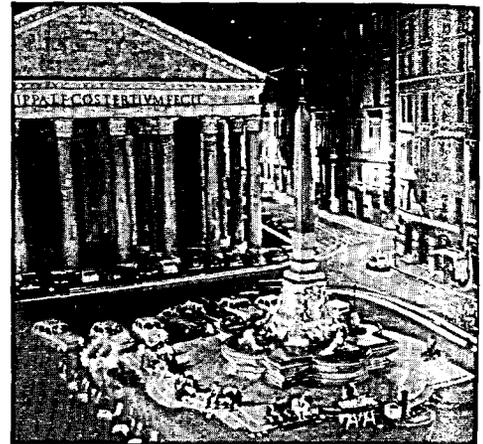
Editori Associati / Edigest

Via Brenta, 13/13a

00198 Rome

Tél. : (011-39-06) 8535-2431

Fax : (011-39-06) 8845-585



La Piazza della Rotonda la nuit, Rome (Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

### Catalogo Motoristico

(répertoire annuel des fabricants et importateurs italiens de pièces, d'accessoires et de fournitures pour automobiles, motocyclettes, véhicules commerciaux et autres; en italien, anglais et français)

Edizioni Collins

Via Giovanni Pezzotti 4

20141 Milan, MI

Tél. : (011-39-02) 8372-897

Fax : (011-39-02) 5810-3891

Site Web : <http://www.netcollins.com>

(Une partie de la base de données est accessible sur Internet.)

## Personne-ressource

**Lucia Tubaro**

**Agente de commerce**

**Consulat général du Canada**

**Via Vittor Pisani 19**

**20124 Milan, MI**

**Tél. : (011-39-02) 6758-1**

**Fax : (011-39-02) 6758-3900**

**Site Web : <http://www.canada.it>**

# AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

## Des débouchés pour les fournisseurs canadiens

Le secteur italien de l'aérospatiale et de la défense est le quatrième en importance en Europe, derrière ceux de la Grande-Bretagne, de la France et de l'Allemagne. À la fin de 1998, l'industrie, liée par des alliances à des partenaires européens, comptait quelque 36 700 employés. Toutefois, les dépenses affectées à la défense en Italie ont diminué de 40 % depuis 1990.

Deux conglomérats — Finmeccanica et Fiat — dominent pratiquement le marché italien de l'aérospatiale et de la défense. Finmeccanica appartient à 30 % à des intérêts publics et à 70 % à des intérêts privés; Fiat est une entreprise familiale. L'Italie privilégie généralement l'approvisionnement local, mais cela diffère dans le cas des grands projets paneuropéens : il arrive que les entreprises italiennes soumissionnent des contrats qui dépassent leur capacité et leur savoir-faire, et les fournisseurs canadiens pourraient alors intervenir pour combler le manque de ressources.

### Aperçu

#### Aéroports et sociétés aériennes

Le marché italien de l'aviation civile est en expansion sur le plan de la gestion aéroportuaire — graduellement privatisée — et de l'aviation commerciale. En 1999, le nombre de passagers a crû de 6,7 % par rapport à 1998, et le nombre d'aéronefs a augmenté de 12 %. Cet accroissement a dépassé celui qu'avait prédit l'Association du transport aérien international selon laquelle le nombre de passagers européens progresserait de 5 % en moyenne par an. Cependant, le fret aérien n'a pas connu pareille croissance, en raison de la concurrence posée par le système ferroviaire européen bien structuré.

Alitalia a de tout temps dominé le marché des vols intérieurs, mais, cette année, les sociétés étrangères ont gagné une part du marché, dont British Airways tout récemment. Dans toute l'Italie, les aéroports rapportent des augmentations du trafic de passagers allant jusqu'à 40 % en 2000. Les ciels de l'Europe et de l'Italie étant sillonnés davantage, les systèmes de contrôle de la circulation aérienne devront être perfec-

tionnés — un débouché intéressant pour les entreprises canadiennes.

#### Transport aérien régional

Le transport aérien régional connaît une croissance semblable en Europe, et les avions-navettes de 40 à 100 sièges qui offrent de faibles tarifs font l'objet d'une vive concurrence. Les intérêts commerciaux italiens sur ce marché sont représentés par Alenia, qui a formé la coentreprise Avions de Transport Régional (ATR) avec la société française Aérospatiale Matra (voir le tableau de la page 6). Au nombre des concurrents d'ATR figurent Bombardier, Embraer et Fairchild Dornier. Pour le moment, l'avenir de cette coentreprise est incertain. Les produits ATR (turbo-propulseurs ATR42 et ATR72) utilisent les moteurs de série PW de Pratt & Whitney Canada. Embraer s'est taillé une bonne place sur le marché italien en prenant la commande d'Alitalia pour 12 avions régionaux. Néanmoins, l'acheteur italien d'avions régionaux le plus actif est certainement la société vénitienne Air Dolomiti, qui a récemment commandé 6 avions de transport régional à réaction CRJ de Bombardier et 3 turbo-propulseurs ATR42-500 d'ATR.

#### Super gros-porteurs

Après avoir fait beaucoup parler de lui, le super gros-porteur **A3XX** (555 passagers) semble sur le point d'entrer en production. Air France a passé des commandes fermes pour l'aéronef d'Airbus, et Virgin Atlantic est au nombre des autres compagnies aériennes intéressées. La participation éventuelle d'Alenia au projet pourrait stimuler l'activité commerciale en Italie et créer des débouchés pour les fournisseurs canadiens de composants.

#### Transport militaire aérien

L'aéronef militaire **A400M** est conçu pour répondre aux exigences de l'OTAN. Ce projet de grande envergure donnera lieu à la commande de 244 avions à l'échelle européenne. La participation d'Alenia pourrait créer d'importantes possibilités d'affaires en Italie.

Le projet relatif au chasseur européen (**Eurofighter**) intéresse plusieurs pays et sociétés, dont Finmeccanica et Fiat. L'objectif

consiste à renouveler la flotte de chasseurs et à la rendre opérationnelle d'ici 2006.

Le programme de **remplacement des aéronefs de patrouille maritime** vise la flotte actuelle des aéronefs Atlantique. L'Italie et l'Allemagne ont signé un protocole d'entente en vue de fabriquer l'avion de remplacement. Les spécifications devraient être prêtes au début de 2001. La France se limitera à moderniser les systèmes d'avionique de bord de ses avions Atlantique, et elle mettra les innovations en commun avec les autres participants.

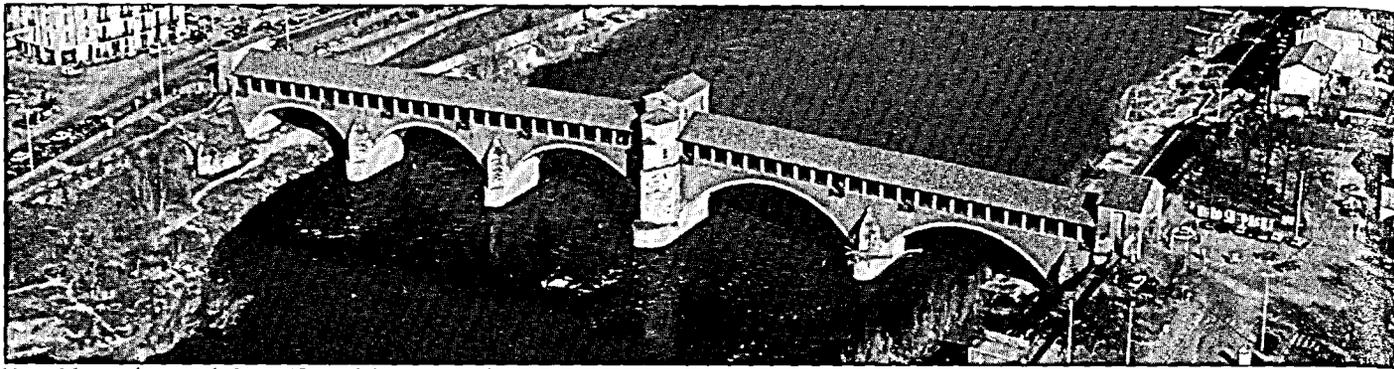
#### Transport militaire maritime

Fincantieri détient la majeure partie du marché du transport militaire maritime de l'Italie et mène plusieurs projets de front en ce moment. Outre un porte-avion de 25 000 tonnes, la société prévoit construire deux frégates pour la marine italienne dans le cadre du programme franco-italien **Eurofrigate**. Les Canadiens pourraient trouver intéressants ses projets de construction de quatre patrouilleurs super-rapides pour la Guardia di Finanza (service douanier de l'Italie) et de quatre embarcations anti-pollution pour le compte du Ministero dei Trasporti e della Navigazione (ministère des Transports et de la Navigation); ces deux projets sont aux derniers stades des négociations. La plupart des contrats qui seront accordés dans le cadre de ces projets iront fort probablement à des fournisseurs italiens, mais les entreprises de technologies canadiennes de pointe pourront certainement tirer parti des débouchés offerts. Fincantieri commercialisera par ailleurs un navire de patrouille de 1 500 tonnes conçu pour des fonctions générales, telles que le contrôle de la circulation et la patrouille anti-sous-marine ou anti-aérienne, qu'elle destine notamment aux pays de l'hémisphère Sud.

#### Sauvetage

Le Dipartimento della Protezione Civile (organisme gouvernemental de planification d'urgence) a pris livraison de 13 bombardiers à eau CL-415 Canadair construits par Bombardier. Au nombre des outils servant aux services italiens de sauvetage pour lutter

Sauvetage — voir page 7



Vue aérienne du pont de Pavia (Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

## Participation de l'Italie aux grands projets européens d'aérospatiale et de défense

Projets européens	Sociétés aérospatiales participantes		
	Échelle internationale	Finmeccanica	Fiat
<b>Eurofighter</b>	Aerospaziale-Matra (13 %) CASA DASA	Alenia (19 %)	Fiat Avvio (Euroturbo-EJ200) FIAR (Euroradar)
<b>A400M Transport militaire (NATO ESR)</b>	Airbus Industrie Aerospaziale Matra CASA Daimler-Chrysler BAe FLABEL TAI	Alenia	Fiat Avvio (22 % associé dans la proposition du moteur M138)
<b>A3XX gros-porteur pour le transport des passagers</b>	EADS (Airbus Industrie)	Alenia (à confirmer)	
<b>EH101 hélicoptère militaire</b>	Westland Lockheed Martin	Agusta	
<b>NH90 hélicoptère naval de frégate</b>	Eurocopter France General Electric Stork Fokker	Agusta	Alfa Romeo (associé à GE pour les unités italiennes)
<b>Eurofrigate</b> Italie : 2 France : 2		Fincantieri	
<b>Programme de navigation par satellite Galileo</b>	RADARSAT	Alenia Spazio (60 %)	
<b>ATR avion régional</b>	Aerospaziale Matra (50 %) Pratt & Whitney Canada	Alenia Aerospazio (50 %)	
<b>Remplacement des aéronefs de patrouille maritime</b>	Italie Allemagne France	Alenia est assurée de participer en raison des commandes italiennes.	

## Sauvetage — suite de la page 5

contre les feux de forêts figurent les hélicoptères russes, également dotés de systèmes de largage d'eau. À l'instar de la France, l'Italie est l'un des pays d'Europe les plus ravagés par les incendies de forêt. Agusta (société appartenant en totalité à Finmeccanica) s'est lancée dans la production de l'hélicoptère Cormorant, en collaboration avec Westland, dans le cadre d'un programme géré par la European Helicopter Industries. Le Canada s'est engagé à acheter 15 hélicoptères de recherche et sauvetage Cormorant, tandis que l'Italie a commandé 16 de ces hélicoptères version militaire (EH101) qui lui seront livrés plus tard au cours de l'année. Agusta projette de signer un contrat pour un hélicoptère de patrouille maritime, ce qui permettra aux entreprises canadiennes de tirer profit d'accords de contrepartie.

## Satellites

Le Canada est le seul pays hors d'Europe qui entretient des liens de quasi-association avec l'Agence spatiale européenne. Alenia Spazio est une des figures de proue de l'industrie aérospatiale, et elle pourrait bien être un tremplin pour les entreprises canadiennes de haute technologie désireuses de conclure des partenariats dans le domaine de la technologie ou du logiciel.

## Orientation stratégique

Les possibilités d'affaires les plus intéressantes sur le marché de l'aérospatiale et de la défense demeurent toutefois la **fourniture de deuxième et de troisième rangs**.

Au premier rang, on privilégie à l'heure actuelle les partenariats entre firmes européennes en vue de la fabrication de produits finis. Les entreprises canadiennes devraient plutôt considérer les possibilités qu'offrent les marchés d'approvisionnement moins prestigieux mais tout de même lucratives. On observe à l'heure actuelle une activité débordante en Europe, et les sociétés italiennes, surtout celles du groupe Finmeccanica, font partie de la plupart des grandes alliances européennes, comme l'illustre bien le projet de construction de l'hélicoptère militaire NH-90 conçu par Agusta, Eurocopter et Stork Fokker. L'Italie a passé une première commande de 196 unités, et Alenia et Fiat Avvio attendent de signer des contrats d'approvisionnement. Les entreprises canadiennes ne devraient pas faire fi de cette transaction, même si elle ne regarde que les sociétés européennes.

Les **accords de contrepartie** que pourraient générer les projets Cormorant et

d'autres projets potentiels sont des éléments importants des contrats de fourniture d'aéronefs civils et militaires. Ils ne sont aucunement réglementés, mais le gouvernement italien s'en préoccupe car tout marché a, selon sa valeur, une incidence sur l'économie locale ou nationale. C'est pour cela que les accords de contrepartie sont implicites et servent de monnaie d'échange dans les négociations commerciales.

Les **aéroports** de Rome (Aeroporti di Roma) et de Milan (Società Esercizi Aeroportuali) sont en cours de privatisation. La rumeur veut que les puissants syndicats et le sentiment protectionniste n'entravent la situation. Quoi qu'il en soit, toutes les parties intéressées pourront présenter des offres d'achat. Ici encore, les meilleures possibilités d'affaires pourraient bien se situer au niveau de l'approvisionnement, de systèmes de contrôle de la circulation aérienne notamment.

Le ministère de la Défense et les autorités de l'aviation civile ont entrepris de moderniser les systèmes d'avionique de satellite et de contrôle de la circulation aérienne de **haute technologie**. Les entreprises européennes sont des concurrents de taille, mais les sociétés canadiennes possèdent des compétences spécialisées dans certaines branches de ce secteur.

## Défis

- **Information** : Pour présenter des appels d'offres et soumissionner des projets en Italie, les entreprises canadiennes doivent se procurer l'information nécessaire en temps opportun. Le Service des délégués commerciaux peut les aider, mais les entreprises canadiennes doivent elles-mêmes forger des relations à long terme avec des firmes et des agents commerciaux italiens pour s'assurer qu'elles se trouvent à la bonne place au bon moment pour faire des affaires.
- **Retrées de fonds** : Le système notoirement bureaucratique de l'Italie retarde les paiements. Dans l'industrie de l'aérospatiale, les délais de paiement peuvent s'étirer sur une année. Il est conseillé de formuler les contrats avec soin.
- **Ministère de la Défense** : Traiter avec le ministère de la Défense de l'Italie (ou de tout autre pays d'ailleurs) implique nombre de démarches. La meilleure façon de procéder est de faire appel à un agent qui est basé dans la région, qui connaît le Ministère et qui a plus de chance d'attirer l'attention des décideurs.

- **Haute technologie** : Dans le marché de pointe qu'est l'avionique, les entreprises qui réussissent sont celles qui se démarquent et qui ont fait leurs preuves. Règle générale, les représentants des entreprises veulent voir un prototype fonctionnel avant d'établir des relations d'affaires; ils font peu confiance aux projets conceptuels.

## Ressources

Les outils les plus utiles sont les **contacts** auprès des agents de l'industrie basés en Italie et des représentants des entreprises. L'**Association des industries italiennes de l'aérospatiale, des systèmes et de la défense** est la plus importante association, et l'ambassade canadienne entretient des rapports avec elle. Les agents de l'ambassade feront état des possibilités commerciales que créera un projet mené par l'Association et destiné aux PME. En 2000-2001, l'ambassade du Canada ciblera les PME canadiennes et les renseignera sur les débouchés que présentera le marché italien dans leur secteur. Les partenaires canadiens de l'Équipe Commerce Canada sont d'importants intervenants de l'industrie de l'aérospatiale et de la défense; l'ambassade du Canada assure la communication et coordonne les programmes en collaboration avec eux.

## Plan d'action stratégique du Canada

Le gouvernement du Canada peut aider les entreprises canadiennes à faire affaire en Italie en :

- améliorant les délais de **communication** des débouchés pour les entreprises canadiennes;
- tirant profit des **accords de contrepartie** découlant des projets italiens;
- veillant à ce que les sociétés canadiennes de haute technologie soient représentées par des **agents** en Italie.

## Étapes suivantes

Le délégué commercial en Italie identifiera les agents qui représentent le mieux des secteurs donnés de l'aérospatiale et de la défense et mettra ainsi sur pied un réseau d'information sur le marché italien.

Au début de 2001, le délégué commercial de l'ambassade se rendra au Canada pour recruter d'autres entreprises compétitives de haute technologie qui sont prêtes à se lancer sur le marché italien.

Sites Web

[www.aiad.it](http://www.aiad.it)

**Associazione Industrie per l'Aerospazio i Sistemi e la Difesa**  
(Association des industries italiennes de l'aérospatiale, des systèmes et de la défense)

[www.aiac.ca](http://www.aiac.ca)

**Association des industries aérospatiales du Canada**

[www.aecma.org](http://www.aecma.org)

**Association européenne des industries aérospatiales**

**Personne-ressource**

**Alison Bromley**  
Agente de commerce  
Ambassade du Canada à Rome  
Tél. : (011-39-06) 44598-1  
Fax : (011-39-06) 44598-754  
Site Web : <http://www.canada.it>

**AGROALIMENTAIRE**  
**Vers une modernisation**

L'Italie est un exportateur net de produits agricoles traditionnels de la région méditerranéenne, tels que fruits, légumes, huile d'olive, vin, pâtes, fromages et produits de salaison. Elle est également un importateur net de produits européens, tels le bœuf, le porc, les céréales, les graines oléagineuses et les produits de cultures spéciales. La population italienne est en croissance, et le pays possède de grandes industries du tourisme et de la transformation des aliments; aussi lui faut-il importer de plus en plus de matières premières destinées à la transformation. Membre de l'Union européenne, l'Italie satisfait à la plupart de ses besoins agroalimentaires auprès des autres pays membres. Elle n'importe d'autres pays que si la différence du coût contrebalance les taux de droits élevés de l'UE.

Jusqu'ici, les obstacles douaniers de l'UE ont limité aux blés de support de qualité, aux oléagineux, aux légumineuses, à la viande de cheval, au poisson et aux semences les grandes importations provenant de l'Amérique du Nord. Les droits sont maintenant à la baisse sous le régime de l'Organisation mondiale du commerce, mais divers obstacles non tarifaires particuliers à l'Italie ou généralisés à l'UE demeurent et limitent dans les faits les importations en provenance de l'extérieur de la Communauté européenne.

**Aperçu**

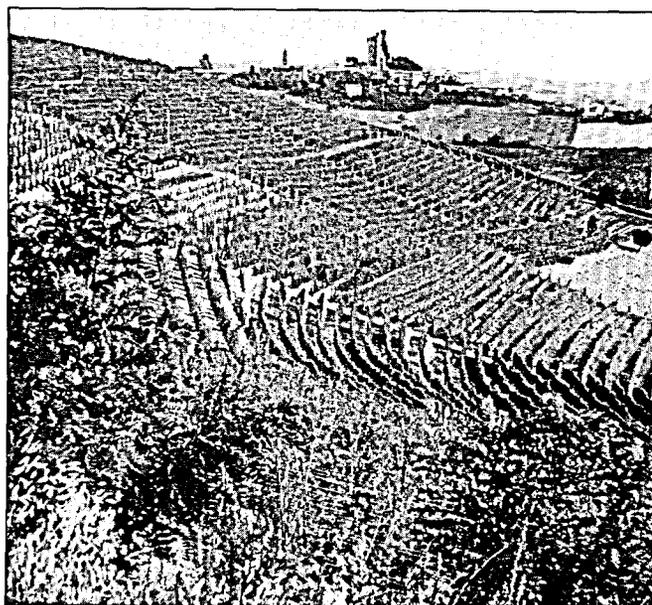
**Traditions et innovations**

Résolument axé sur l'exportation, le réseau de fabrication et de distribution italien est fragmenté et complexe. Hormis quelques exceptions, l'activité de normalisation et la rationalisation de la distribution des produits alimentaires se confinent au nord de l'Italie. Les méthodes novatrices gagnent de plus en plus le sud mais doucement. Certes, on a observé des changements graduels en périphérie des grandes villes, mais les petits commerçants dominent toujours les centres-villes. Pratiquement toutes les grandes

chaînes de supermarchés et les consortiums d'acheteurs se situent près de Milan et sont tous d'importants marchés de l'alimentation. Les petits importateurs et grossistes spécialisés ont encore la haute main sur la plupart des importations de produits étrangers, notamment les produits provenant de l'UE.

Le marché alimentaire italien, toujours très traditionnel, se caractérise par la grande fierté des consommateurs à l'égard de la cuisine et des produits alimentaires locaux. Les Italiens ont été plus lents que la plupart des autres Européens à adopter les produits alimentaires ou les aliments de collation nord-américains. Or, la situation change rapidement, à mesure que les multinationales,

les chaînes de supermarchés et les franchises de repas-minute les plus importantes d'Europe s'établissent sur le marché. Dans les restaurants également, les Italiens goûtent aux aliments non traditionnels. Chaque mois, une cinquantaine de restaurants internationaux ouvrent leurs portes. Il y a deux ou trois ans, les propriétaires de restaurants internationaux avaient déclaré ne compter que de rares convives italiens; aujourd'hui, ils représentent plus de la moitié de leur clientèle. Les ventes d'aliments et ingrédients ethniques dans les supermarchés ont crû de 33 % en 1999, et on s'attend à ce qu'elles progressent encore plus en 2000.



Vignes à flanc de coteau dans la région viticole de Barolo  
(Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

## Les échanges Canada-Italie

Les échanges bilatéraux de produits agroalimentaires entre l'Italie et le Canada sont considérables, malgré la vive régression qu'a provoquée en 1999 la faillite d'italgrani, société céréalière et représentante exclusive.

Cette année-là, les exportations canadiennes vers l'Italie se sont chiffrées à 154,6 millions \$, contre 252 millions \$ en 1998.

Pour le secteur italien de la transformation des aliments fortement axé sur l'exportation, le Canada est un fournisseur tiers essentiel de

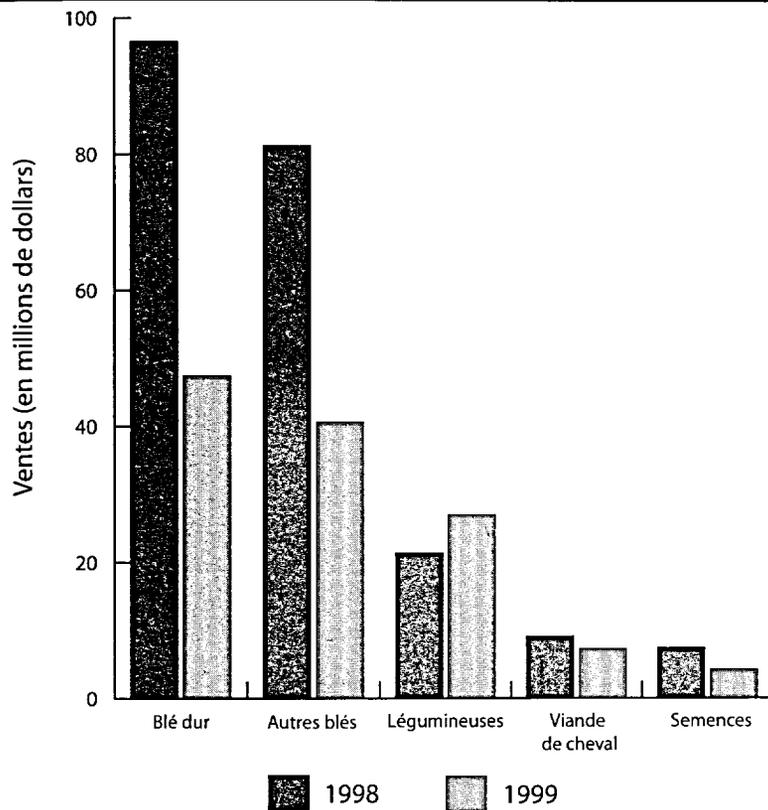
matières premières et d'intrants. Il rivalise avec les partenaires nord-européens de l'Italie membres de l'UE et offre, outre une qualité et des prix comparables, une grande fiabilité et des garanties de qualité inégalées.

La perspective d'une expansion des exportations est bonne pour les variétés spéciales de blé, le boeuf non hormoné, le porc, le gibier, les légumineuses, les produits biologiques et sans OGM, et les aliments pour animaux domestiques.

Contrairement à ceux du nord de l'Europe, les importateurs italiens exploitent généralement des PME. Ils importent de moindres quantités, mais de plus grandes variétés que leurs homologues nord-européens de plus grande envergure. Pour réussir sur ce marché, les exportateurs canadiens doivent offrir une vaste gamme de produits ou participer aux envois groupés formés d'autres sources canadiennes. Les exportateurs d'un seul produit, spécialement les produits qui n'ont pas encore percer sur le marché canadien, ont moins de chances de réussir.

L'Italie est connue pour la complexité de sa bureaucratie, de sa législation sur les aliments et de son régime d'importation. Cet état de choses a créé pour le secteur agroalimentaire des difficultés d'accès, tant sur le plan théorique que pratique. Le consulat général du Canada à Milan s'occupe de la promotion des produits agroalimentaires canadiens et l'ambassade du Canada à Rome, de la résolution des problèmes d'accès.

### Exportations agroalimentaires canadiennes vers l'Italie



## Obstacles non tarifaires aux exportations de produits agroalimentaires vers l'Italie

Produit	Type d'obstacle
Viande	L'UE ne reconnaît pour le moment que quelques abattoirs canadiens et refuse d'autoriser les importations de viande d'animaux traités aux hormones.
Canola	L'UE limite les importations de cultures transformées génétiquement.
Pommes de terre de semence	L'UE impose des restrictions phytosanitaires.
Semence bovine	L'Association Holstein de l'Italie impose des restrictions zootechniques aux importations en provenance de l'Amérique du Nord.

## Une combinaison gagnante

L'industrie italienne de l'agroalimentaire se rend de plus en plus compte que la mondialisation implique une présence physique sur les principaux marchés internationaux. Le solide marché agroalimentaire nord-américain semble tout désigné comme complément et contrepoids du marché unique européen, où nombre d'entreprises agroalimentaires italiennes sont déjà bien implantées.

Maintenant que les entrepreneurs italiens préparent leur expansion en Amérique du Nord, le Canada doit leur offrir un environnement dynamique qui leur servira de tremplin sur le marché de l'ALENA et, en bout de ligne, les marchés tiers de l'Amérique latine ou de l'Asie. Depuis la signature de l'ALENA il y a 10 ans, les entrepreneurs canadiens ont acquis une vaste expérience et ont fait leurs preuves. Ils seront des partenaires idéaux pour les gens d'affaires italiens qui souhaitent jauger et exploiter les débouchés qu'offre le marché nord-américain des technologies et des produits agroalimentaires.

## Ressources

### Sites Web

<http://www.ismea.it>

Istituto per Studi, Ricerche e Informazioni sul Mercato Agricolo, ou ISMEA (**Institut pour les études, la recherche et l'information sur le marché agricole**).  
Information à jour sur les produits agricoles en Italie, dont les prix de gros et de détail (en italien).

<http://www.inea.it>

Istituto Nazionale di Economia Agraria, ou INEA (**Institut national d'économie agricole**).  
Information sur l'économie agricole, les statistiques, les publications, les bulletins et les recherches ayant trait à l'agriculture (en italien).

<http://www.inea.it/links/index.cfm?lang=en>

Géré par l'INEA, ce site abrite l'**ITAGRIWEB** — base de données en ligne sur l'agriculture italienne.  
On y trouve la liste de plus de 435 sites Web, dont ceux d'associations industrielles, de régions, d'établissements agricoles, d'entreprises, de coopératives, d'organismes gouvernementaux, d'instituts de recherche et d'universités.

<http://www.politicheagricole.it>

Ministero delle Politiche Agricole e Forestali (**Ministère de l'Agriculture et de la Foresterie**) (en italien).

<http://www.politicheagricole.it/MiPA/LinksUtili>

Lien aux Istituti di Ricerca e Sperimentazione Agraria (**Instituts nationaux de recherche et d'expérimentation agricoles**) (en italien).

<http://www.foodarea.it>

Site officiel de l'**industrie italienne de l'alimentation** (en italien).

[http://www.foodarea.it/index\\_associazioni.html](http://www.foodarea.it/index_associazioni.html)

Lien à l'Associazione Industriali delle Carni, ou ASSICA (**Association nationale des producteurs de viande**) (en italien).

<http://old.confagricoltura.it>

Bureaux régionaux et nationaux de Confagricoltura (**Confédération des agriculteurs italiens**) (en italien).

## Personne-ressource

**Pier Paolo Chicco**  
Agent de commerce  
Consulat général du Canada à Milan  
Tél. : (011-39-02) 6758-1  
Fax : (011-39-02) 6758-3900  
Courriel : milan-td@dfait-maeci.gc.ca  
Site Web : <http://www.canada.it>

## BIOTECHNOLOGIE

### De bonnes possibilités pour les sociétés pharmaceutiques canadiennes

Le marché italien des produits pharmaceutiques est le cinquième en importance dans le monde. Les dépenses publiques et privées atteignent 23 milliards \$ dans ce secteur, qui connaît une croissance de 5 % par an. Les importations représentent 35 % des ventes. Les plus grandes sociétés pharmaceutiques multinationales ont toutes des installations de fabrication dans le pays, dans plusieurs cas par suite de l'acquisition d'une entreprise italienne. Les entreprises européennes sont particulièrement bien établies sur ce marché.

La recherche et le développement s'avère le point faible du secteur. En 1999, l'Italie a investi seulement 1,1 % de son PIB dans la R-D pharmaceutique, venant ainsi, avec l'Espagne, derrière tous les autres pays de l'UE. Les politiques nationales n'ont apporté aucun soutien, et les incitatifs à la R-D ont été insuffisants.

Le secteur de la biotechnologie liée aux soins de santé a enregistré un chiffre d'affaires de

1,4 milliard \$ en 1998. Les importations ont eu la part dominante dans les ventes, les capacités de l'industrie italienne étant limitées principalement au matériel de diagnostic et aux vaccins.

## Aperçu

### Exportations, partenariats et concession de licences

Les entreprises canadiennes qui cherchent des possibilités d'exportation devraient prendre en considération les produits en vente libre. En 1999, les ventes de ces produits ont augmenté de 5,1 % par rapport à l'année précédente, représentant ainsi 4 % de la valeur du marché italien. On a également observé une progression régulière de la demande d'aliments nutritifs et de remèdes naturels liée à un plus grand intérêt pour la médecine parallèle, en particulier

pour les herbes médicinales ou les remèdes homéopathiques et pour les produits de contrôle du poids. La part de marché des produits génériques demeure pour sa part minime, et les perspectives pour les prochaines années ne sont pas positives.

Les principaux fabricants italiens sont Menarini, Recordati, Bracco, Sigma-Tau, Chiesi, Alfa Wasserman et Dompé. Toutes ces entreprises de taille moyenne sont orientées vers la scène internationale et cherchent à acquérir de petites sociétés pharmaceutiques à l'étranger. Après avoir consolidé leur position au sein de l'UE, certaines commencent à considérer le riche marché nord-américain. Elles peuvent être intéressées par le partenariat et l'exploitation sous licence ainsi que par l'impartition de la R-D et des essais cliniques. Du point de vue de la taille et du profil, les PME canadiennes conviennent probablement mieux que des sociétés multinationales beaucoup plus grandes.

Les entreprises qui souhaitent percer sur le marché italien devraient avoir un agent ou un distributeur qui a de bonnes relations et est actif dans tout le pays.

## Formalités d'enregistrement

Les produits pharmaceutiques doivent être enregistrés auprès du ministère de la Santé d'Italie. Les demandes de licences relatives aux produits s'appuient sur des procédures centralisées ou nationales, ou encore sur la reconnaissance mutuelle. Cette dernière méthode offre le moyen le plus simple d'obtenir l'enregistrement dans un pays de l'Union européenne, car elle s'assortit d'une période d'attente relativement courte, soit environ 150 jours. Elle permet aussi à des médicaments enregistrés dans un État membre de l'être également partout dans l'UE.

Le Canada et l'UE ont conclu une entente de reconnaissance mutuelle des bonnes pratiques de fabrication en ce qui concerne les produits médicaux et les médicaments. Lorsque cette entente sera mise en oeuvre, elle pourra faciliter l'exportation de produits pharmaceutiques en Italie par des entreprises canadiennes. À l'étape de mise en oeuvre, l'attestation de conformité de chaque lot par le fabricant sera acceptée pendant l'importation.

## Ressources

### Rapports de marché

*Survey of the Italian Pharmaceutical Sector, 1999* (en cours de traduction). Pour obtenir une copie du rapport, les entreprises canadiennes inscrites dans WIN Export peuvent en faire la demande par courrier électronique à : [milan\\_td@dfait.maeci.gc.ca](mailto:milan_td@dfait.maeci.gc.ca)

*Le marché des nutraceutiques en Italie, 2000.* Texte disponible en ligne à : <http://www.infoexport.gc.ca/main-f.asp?act=2>

### Sites Web

<http://www.hc-sc.gc.ca/hpb-dgpps/therapeut/htmlfrn/intagree.html>

Accords pertinents entre le Canada et l'UE.

[http://www.canada.it/fr/ser\\_com/soins\\_sante/procedure\\_reg.html](http://www.canada.it/fr/ser_com/soins_sante/procedure_reg.html)

Procédures d'enregistrement en Italie.

<http://www.italytech.com/htc/Directories>

Associazione nazionale per lo sviluppo delle biotecnologie, ou **Assobiotec** (Association nationale pour le développement de la biotechnologie).

<http://www.servizi.farmindustria.it>

Associazione Nazionale dell'Industria Farmaceutica, ou **Farmindustria** (Association italienne de l'industrie pharmaceutique) (en italien).

## Personne-ressource

Sandra Marchesi

Agente de commerce

Consulat général du Canada à Milan

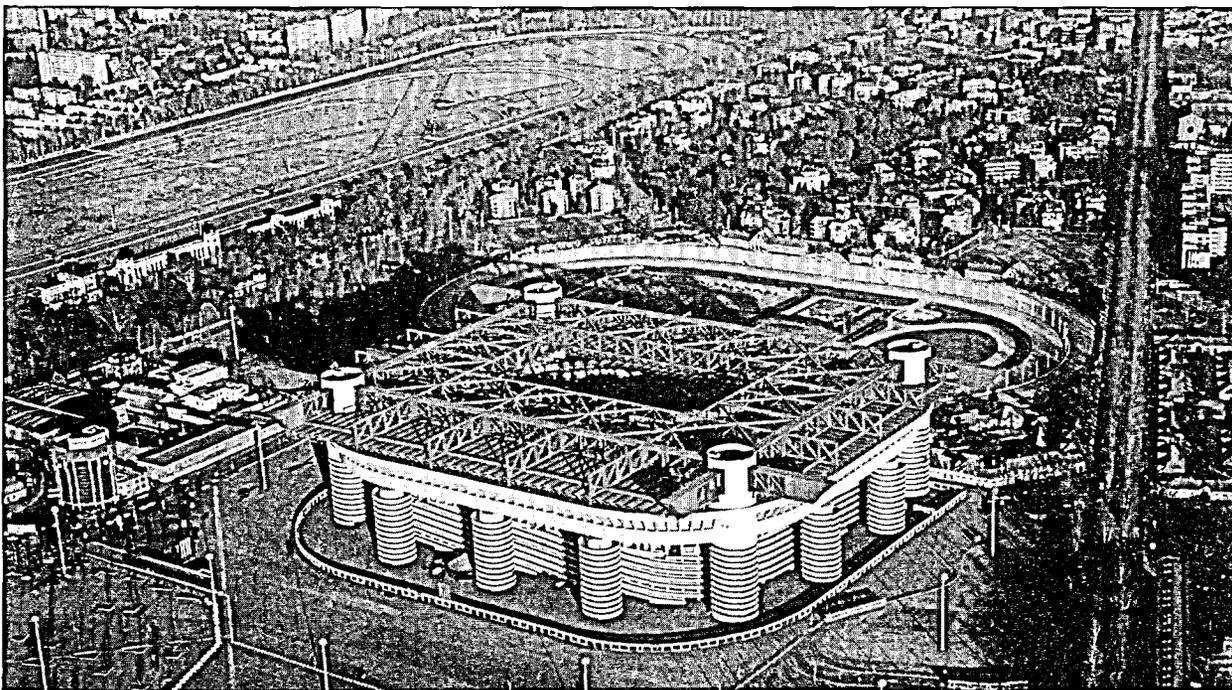
Tél.: (011-39-02) 6758-3351

Fax : (011-39-02) 6758-3900

Courriel :

[sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca)

Site Web : <http://www.canada.it>



Le Stadio Meazza, Milan (Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

# INSTRUMENTS MÉDICAUX

## Exigences strictes et nombreux débouchés

En 1999, le marché italien des instruments médicaux — y compris les appareils et accessoires fonctionnels — était évalué à 8 milliards \$ et venait au troisième rang en Europe (derrière l'Allemagne et la France) et au cinquième dans le monde. Les importations, principalement de sociétés multinationales, représentaient 70 % de ce montant.

L'industrie italienne est formée d'environ 700 fabricants situés principalement dans le nord de l'Italie. Ses domaines d'expertise sont les appareils de radiographie, le matériel d'échographie et d'imagerie par résonance magnétique (IRM), le matériel de cardiologie, le matériel de dialyse et les implants, le matériel d'anesthésie et d'oxygénothérapie ainsi que les fournitures dentaires. Toutes les entreprises multinationales de fabrication sont présentes en Italie et la plupart y ont une filiale.

## Aperçu

### Marque de la Commission européenne

La vaste majorité des instruments médicaux vendus dans l'UE doivent porter la marque de la CE indiquant la conformité avec la Directive de la Commission européenne touchant les instruments médicaux (n° 93/42). La marque est délivrée par un organisme notifié — c'est-à-dire par un organisme dûment autorisé par le gouvernement du pays. Une fois obtenue, la marque de la CE est valide dans toute l'Union européenne. Si vous souhaitez exporter en Italie mais n'avez pas encore obtenu la marque de la CE pour vos produits ailleurs dans l'UE, vous devez adresser une demande à un organisme notifié dans n'importe quel pays membre de l'UE. À titre d'exemples, mentionnons TÜV, en Allemagne (<http://www.tuvps.com/home.cfm>), et la British Standards Institution, au Royaume-Uni (<http://www.bsi-global.com/group.html>).

Dans bien des cas, un fabricant qui exporte ses produits retient les services d'une société de conseils spécialisée dans les questions de réglementation. Cette dernière agit comme intermédiaire entre le fabricant

et l'organisme notifié et accélère les formalités administratives. Pour obtenir plus d'informations, veuillez communiquer avec le consulat général du Canada à Milan.

### Ventes au secteur public

Les hôpitaux du secteur public représentent 70 % des achats et le secteur privé, 26 %. Les hôpitaux lancent des appels d'offres publics, et toute entreprise qui souhaite soumissionner doit être enregistrée et qualifiée comme fournisseur de matériel ou de services auprès du réseau public de soins de santé. Les appels d'offres sont ouverts aux entreprises étrangères, mais la plupart auraient besoin d'un représentant ou d'une filiale en Italie pour s'occuper des divers systèmes et formalités administratives complexes.

Le prix est un facteur très important, étant donné que les hôpitaux et les cliniques ont été forcés de réduire les coûts au minimum. Depuis les fournitures jetables jusqu'aux instruments électriques, tout le matériel acheté est désormais soumis à un système de points, dans lequel le prix compte pour beaucoup.

Les organismes publics de soins de santé sont connus pour leur lenteur à payer; en 1999, le délai moyen était de 277 jours.

### Débouchés pour les exportateurs

Auparavant, les ventes se faisaient la plupart du temps par l'intermédiaire de courtiers régionaux. Aujourd'hui, le fabricant (surtout s'il s'agit d'une multinationale) emploie du personnel pour la vente directe, particulièrement dans le nord de l'Italie. Par conséquent, beaucoup de distributeurs indépendants

cherchent activement d'autres fournisseurs ou d'autres gammes de produits pour remplacer ceux qu'ils ont perdus.

Il existe des débouchés à l'exportation pour presque tous les instruments médicaux, à condition que ces derniers satisfassent aux normes de l'UE et puissent soutenir la concurrence du point de vue de la qualité et du prix. Il existe une forte demande pour le matériel de diagnostic, les instruments utilisés en chirurgie cardiovasculaire, les appareils d'orthopédie, le matériel utilisé pour la réadaptation et les soins intensifs, le matériel de soins respiratoires ou de dialyse ainsi que pour les accessoires fonctionnels pour les personnes invalides.

Il est fortement recommandé d'avoir recours aux services d'un agent ou d'un distributeur local.

## Ressources

### Rapports de marché

*Le marché italien des appareils médicaux: une première approche pour les exportateurs canadiens — Survol et débouchés*, 1998. Pour obtenir une copie, les entreprises inscrites dans WIN Export peuvent en faire la demande par courrier électronique à : [milan\\_td@dfait.maeci.gc.ca](mailto:milan_td@dfait.maeci.gc.ca)

*Le marché de la télémédecine en Italie*, 1999. Disponible en ligne à : <http://www.infoexport.gc.ca/main-f.asp?act=2>

### Sites Web

<http://www.assobiomedica.it>

Associazione Nazionale per la Tecnologia Biomedica e Diagnostica, ou **Assobiomedica** (Association italienne pour les techniques biomédicales et de diagnostic). L'Association organise des activités de jumelage d'entreprises pour les sociétés canadiennes en collaboration avec le consulat général à Milan.

<http://www.eucomed.be>

**EUCOMED** (Confédération européenne des associations des fournisseurs médicaux).

## Personne-ressource

Sandra Marchesi  
 Agente de commerce  
 Consulat général du Canada à Milan  
 Tél. : (011-39-02) 6758-3351  
 Fax : (011-39-02) 6758-3900  
 Courriel : [sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : <http://www.canada.it>

# ENVIRONNEMENT

## L'Italie est de plus en plus sensibilisée

En Italie, le marché des produits et services environnementaux connaît une croissance rapide. La population italienne est de plus en plus sensible à l'environnement, et on constate une hausse des budgets consacrés à sa préservation. Le budget du ministère de l'Environnement s'est chiffré à quelque 82 millions de dollars en 1998. Environ 45 % de ce budget a été consacré au traitement de l'eau, 30 % à la conservation de la nature et 13 % à la qualité de l'air et à la lutte contre la pollution. En 1997 (dernière année pour laquelle des statistiques existent), l'Italie a produit 63,6 millions de tonnes de déchets. De ce total, plus de 1,4 million de

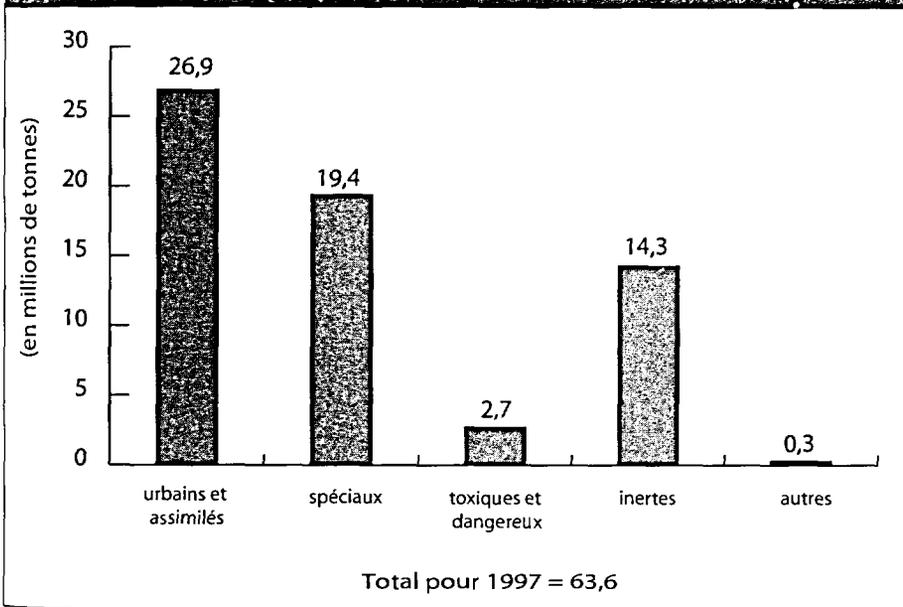
de matériaux recyclables. Les consortiums ont été réorganisés récemment, et un Consortium national des emballages a été créé (Conorzio Nazionale Imballaggi ou CONAI). Cette structure est très lourde et sera probablement privatisée, du moins en partie.

L'adoption de nouvelles lois favorise l'expansion du secteur de l'environnement en Italie. En 1997, le gouvernement italien a adopté une loi convertissant la taxe sur les déchets urbains solides en tarif appliquant le principe « pollueur-payeur ». Cette loi est entrée en vigueur au début de 1999.

La plus importante innovation dans le domaine du traitement des déchets est une loi adoptée en 1997, qui incorpore à la législation italienne un certain nombre de directives de l'UE relatives aux déchets, aux déchets dangereux et aux emballages. Cette loi établit une nouvelle réglementation pour tous les types de déchets et simplifie leur gestion. Elle stipule l'adoption d'une définition normalisée des déchets, l'adoption de technologies propres, la rationalisation du processus d'autorisation des méthodes de recyclage et la construction d'un réseau intégré d'installations d'élimination. La loi prévoit également la mise sur pied d'un programme conjoint des secteurs public et privé afin de créer de véritables débouchés dans le recyclage des déchets.

Les entreprises canadiennes pourraient jouer un rôle sur ce marché en croissance, en particulier dans les secteurs du recyclage, du traitement de l'eau, des systèmes de surveillance de la pollution et d'élimination des déchets spéciaux et dangereux. Des ententes de coopération industrielle avec des entreprises canadiennes chefs de file de ces secteurs pourraient s'avérer avantageuses pour l'Italie.

Déchets produits en Italie



tonnes — soit le double de 1990 — ont été récupérés par les consortiums de recyclage obligatoires en vertu de la loi.

À l'heure actuelle, l'Italie recycle 70 % du verre, 90 % des cannettes de boissons gazeuses en aluminium, 98 % de l'huile à moteur usée, 65 % des plastiques utilisés en agriculture (serres) et 85 % des accumulateurs au plomb mis au rebut. La plus grande partie du recyclage est traitée par les consortiums de recyclage obligatoires. Ces derniers sont financés au moyen d'une taxe imposée aux producteurs et importateurs

### Personne-ressource

**Patrizia Giuliotti**  
 Agente de commerce  
 Ambassade du Canada à Rome  
 Tél.: (011-39-06) 44598-3352  
 Fax: (011-39-06) 44598-754/752  
 Courriel: rome-td@dfait-maeci.gc.ca  
 Site Web: <http://www.canada.it>

## Ressources

### Sites Web

<http://www.meteo.cesi.it>

**Servizi Specialistici Meteo Ambientali**  
 (en italien)

<http://www.regione.piemonte.it/ambiente>

**Governo dell'Ambiente e Informazione Ambientale** (en italien)

### Renseignements supplémentaires

**Ambiente Italia - Istituto di Ricerche**

Tél.: (011-39-02) 277-441  
 Fax: (011-39-02) 2774-4222

# TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

## L'Italie est de plus en plus branchée

### Aperçu

Le marché italien des technologies de l'information et des communications (TIC), qui connaît une croissance phénoménale, est alimenté par trois principaux secteurs de développement :

- les services mobiles, où l'Italie consolide sa position en Europe;
- les services fixes de transmission de la voix et des données, où s'accroît la concurrence et où surgissent de nombreux nouveaux opérateurs qui offrent aux entreprises des services de connectivité vocale à grande vitesse et de connectivité à Internet;
- les services en ligne, où les offres d'abonnement gratuit à Internet ont fait augmenter de 280 % le nombre d'internautes en 1999.

Bien qu'il ait augmenté, le taux de pénétration d'Internet en Italie n'a pas encore rattrapé les taux nord-américains et ceux des pays de l'UE. En outre, l'Italie tarde encore à prendre le virage du commerce électronique et de l'économie du savoir. Pourtant, le pays a vite pris conscience de l'importance d'être branché à Internet et de combler son retard sur ses concurrents dans la nouvelle économie. La prise de conscience de l'Italie à l'égard d'Internet offre des débouchés sans précédent aux entreprises canadiennes. L'Italie ne peut à elle seule combler ses immenses besoins, et elle a cherché à établir

des partenariats avec le Canada, les compétences canadiennes dans ce secteur étant réputées à l'échelle internationale. Reconnaissant que le Canada joue un rôle de premier plan dans ce domaine, le gouvernement italien a signé un protocole d'entente avec le Canada en mars dernier pour promouvoir des projets conjoints concernant Internet. Les secteurs qui offrent les meilleurs débouchés sont notamment l'enseignement et la formation en ligne; les applications du commerce électronique; la mise en réseau des utilisateurs; de même que les portails et les services d'accès sans fil.

On notera par ailleurs que la venue d'innombrables nouveaux opérateurs de télécommunications du secteur privé, d'entreprises de services et de sociétés « .com », qui prennent modèle sur des entreprises nord-américaines, offrent aux Canadiens qui cherchent à percer et à s'implanter sur le marché italien et sur le grand marché européen la possibilité d'établir des partenariats et d'effectuer des investissements.

### Défis

Les entreprises canadiennes doivent témoigner de leur engagement à l'égard du marché italien en travaillant avec des collaborateurs italiens pour trouver des solutions aux difficultés que connaît l'Italie et en faisant bien comprendre qu'elles sont là pour rester.

Elles doivent aussi prendre conscience du fait que l'Italie peut leur procurer de nombreux gains, mais qu'il s'agit d'un marché complexe et élaboré qui exige de la patience, une préparation méticuleuse et une bonne connaissance des particularités locales et du contexte politique et réglementaire.

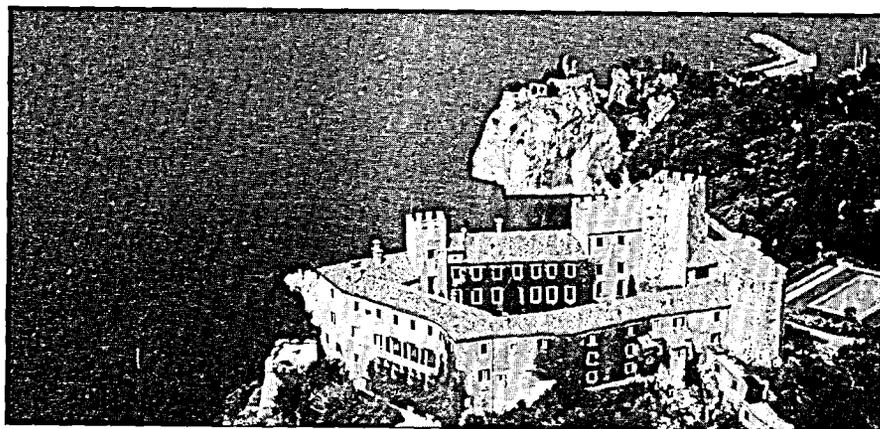
Il faut amener l'Italie à mieux connaître le Canada comme un fournisseur et concepteur mondial de solutions et d'équipement des TIC, comparable aux États-Unis, à la France, à l'Allemagne, au Royaume-Uni et au Japon.

### Ressources

Visitez le site Web de l'ambassade du Canada : <http://www.canada.it>

Le Canada avait son propre stand à la plus importante foire commerciale d'Italie sur les TIC, la SMAU, qui a eu lieu du 19 au 23 octobre 2000 à Milan. Vous participez à SoftWorld et n'avez donc pas pu assister à la SMAU ? Visitez le site Web consacré à la SMAU. On y trouve d'excellents profils et liens : <http://www.smau.it>

Visitez le site Web de l'Institut italien du commerce extérieur : <http://www.ice.it> (en italien).

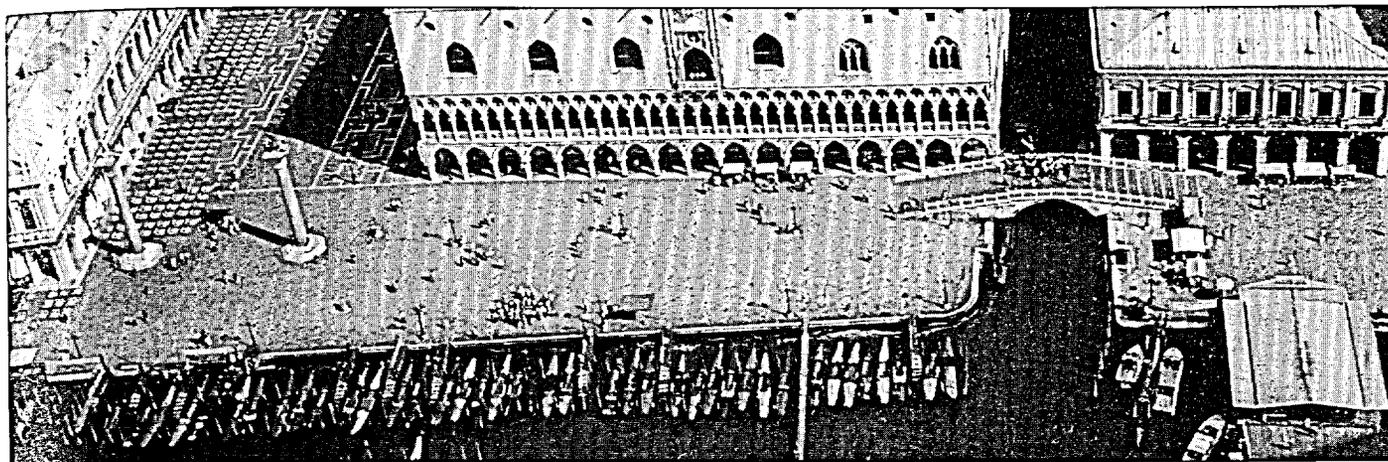


Le pittoresque Castello Duino, Trieste (Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

### Personnes-ressources

**Paola Molteni**  
Adjointe commerciale  
Consulat général du Canada à Milan  
Tél. : (011-39-02) 6758-1  
Fax : (011-39-02) 6758-3900

**John Picard**  
Agent de commerce  
Ambassade du Canada à Rome  
Tél. : (011-39-06) 44598-1  
Fax : (011-39-06) 44598-754



Gondoles près du Palazzo Ducale, Venise (Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

## CHAMBRES DE COMMERCE ITALIENNES AU CANADA

Le Canada compte un réseau dynamique d'entreprises italiennes ainsi que quatre Chambres de commerce italiennes (CCI), qui visent principalement à faciliter les échanges et les investissements entre l'Italie et le Canada. Ces organismes canadiens sans but lucratif sont reconnus par le gouvernement italien et appartiennent à un plus grand réseau mondial de 62 CCI ([www.italchambers.net](http://www.italchambers.net)).

Pour les clients italiens qui viennent au Canada et les Canadiens qui s'intéressent au marché italien, les quatre CCI établies au Canada offrent une variété de services aux entreprises, dont des études de marché, de l'aide pour l'entrée sur les marchés, des jumelages d'entreprises, des services de commercialisation directe et de promotion de même que de l'aide à l'occasion de foires commerciales. Les CCI facilitent aussi l'organisation des missions en Italie et au Canada ainsi que la participation aux foires commerciales dans les deux pays.

**Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec :**

### La Chambre de commerce italienne de la Colombie-Britannique

206 - 850 West Hastings Street  
Vancouver (C.-B.) V7L 1X9  
Tél.: (604) 682-1410  
Fax: (604) 682-2997  
Courriel: [iccbc@iccbc.com](mailto:iccbc@iccbc.com)  
Site Web: [www.iccbc.com](http://www.iccbc.com)

### La Chambre de commerce italienne du Manitoba

1055 Wilkes Avenue, bureau 113  
Winnipeg (Man.) R3P 2L7  
Tél.: (204) 487-6323  
Fax: (204) 487-0164  
Courriel: [amt.manitoba@italchambers.net](mailto:amt.manitoba@italchambers.net)

### La Chambre de commerce italienne de Toronto

901 Lawrence Avenue West, bureau 306  
Toronto (Ont.) M6A 1C3  
Tél.: (416) 789-7169  
Fax: (416) 789-7160  
Site Web: [www.italchambers.net/toronto](http://www.italchambers.net/toronto)

### La Chambre de commerce italienne de Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest  
Montréal (QC) H3A 1B9  
Tél.: (514) 844-4249  
Fax: (514) 844-4875  
Site Web: [www.italchamber.qc.ca](http://www.italchamber.qc.ca)

## SALONS PROFESSIONNELS

### Industrie automobile :

- **MOTORSHOW**, Salon international de l'auto et de la moto; Bologne, du 8 au 17 décembre 2000
- **AUTOMOTOR**, Salon international des composants, pièces détachées et accessoires d'automobile; Turin, du 28 mars au 1<sup>er</sup> avril 2001, site Web : <http://www.lingottofiere.it/linging>
- **AUTOPROMOTEC**, Salon international du matériel et des produits relatifs aux moyens de transport; Bologne, du 23 au 27 mai 2001, site Web : <http://www.autopromotec.it>

### Agroalimentaire :

- **FIERAGRICOLA**, Salon international de l'agriculture et du bétail; Vérone, février 2001
- **MIA - Mostra Internazionale dell'Alimentazione**, Salon international de l'alimentation et de la restauration; Rimini, février 2001
- **Expo Food**, 34<sup>e</sup> Salon international des aliments et boissons; Milan, du 20 au 24 avril 2001
- **CIBUS TECNOLOGIE**, Salon international du matériel de préparation des produits alimentaires; Parme, octobre 2001

### Biotechnologie et appareils médicaux :

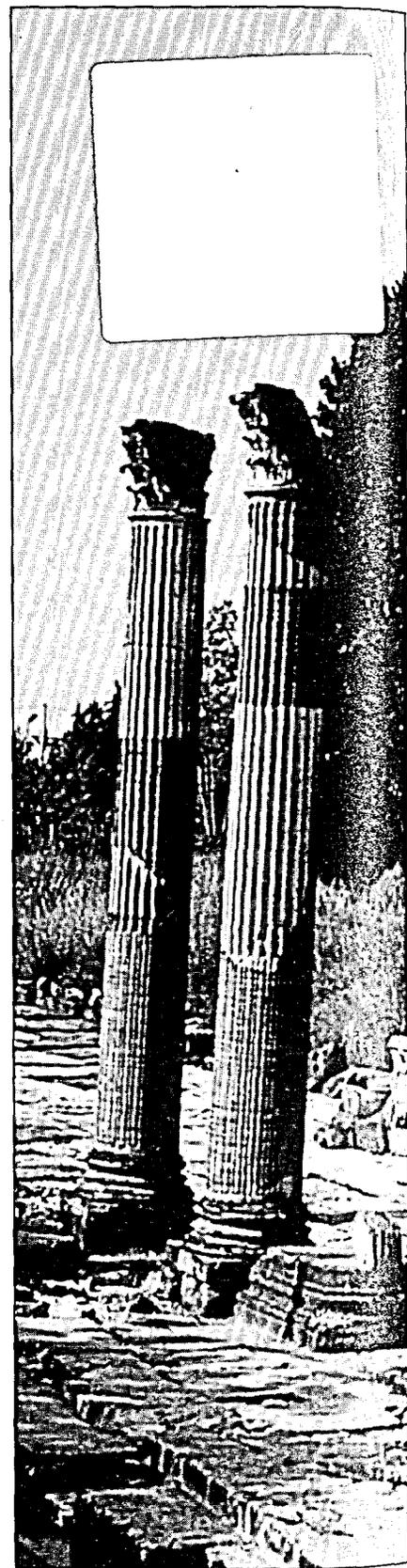
- **Salon international de la chimie et de la biotechnologie**; Milan, du 2 au 6 octobre 2001
- **EUROSALUTE**, Salon des appareils d'analyse, du matériel scientifique et des produits de la biotechnologie; Milan, automne 2001.
- **International Expodental - Expotecnodental**, Salon international de l'équipement et du matériel pour la dentisterie et les techniques dentaires; Milan, automne 2001
- **MAC MOSAN**, Salon des produits chimiques, pharmaceutiques et des soins personnels; Milan, automne 2001
- **SANA**, Salon international de l'environnement, de la santé et des aliments de santé; Milan, automne 2001

### Environnement :

- **Urbania — Città e ambiente (Ville et environnement)**; Padoue, du 28 février au 3 mars 2001, site Web : [www.padovafiore.it/su](http://www.padovafiore.it/su)
- **Salon international sur les technologies de l'environnement**; Milan, du 14 au 17 mars 2001
- **Bridging Minds and Markets**; Venise, du 5 au 7 avril 2001

### TIC :

- **SMAU**, Salon international sur les TIC; Milan, octobre 2001



Colones, Forum de Aquileia  
(Conseil du tourisme du gouvernement de l'Italie)

**L**e delta du Yangzi, qui compte plus de 200 millions d'habitants, est la région de Chine qui connaît la croissance économique la plus rapide et l'un des marchés les plus concentrés au monde. Selon les statistiques des autorités chinoises, on retrouve dans cette région plus de villes de plus d'un million d'habitants que dans toute l'Amérique du Nord. Le delta du Yangzi vient au premier rang en Chine en ce qui concerne la taille du marché, la production économique, le PIB par habitant, l'investissement étranger, le commerce extérieur et les dépenses de consommation.

Le delta du Yangzi comprend la ville de Shanghai ainsi que les provinces voisines de Jiangsu, de Zhejiang et d'Anhui. Le bas delta a une influence qui se fait sentir à l'intérieur des terres, déterminant largement les habitudes de consommation jusque dans les provinces de Chongqing et de Sichuan, dans le cours supérieur du Yangzi.

### De nouveaux marchés de consommation

Les consommateurs de la région ont vu leur richesse personnelle s'accroître rapidement ces dernières années. Les résidents de Shanghai sont parmi les plus riches du pays, leur revenu étant supérieur de 70 % à celui du citoyen chinois moyen. La plupart d'entre eux vivent dans des logements à loyer modéré subventionnés, et tous sous soumis à la politique nationale n'autorisant qu'un enfant par famille, ce qui leur donne un revenu disponible plus important. La croissance rapide et l'augmentation du revenu disponible ont mené à une grande amélioration du niveau de vie, l'émergence d'une classe moyenne et l'accroissement des dépenses de consommation.

Shanghai ouvre la voie en ce qui concerne les nouvelles habitudes de consommation, et les habitants de cette ville ont des préférences et des goûts variés. Les jeunes sont disposés à essayer de nouveaux produits et modes d'achat, tandis que leurs aînés sont généralement plus conservateurs. En outre, les jeunes préfèrent faire leurs courses dans les grands magasins de style occidental plutôt que dans les magasins à rayons exploités par l'État ou dans les marchés traditionnels de produits frais. Cette préférence s'étend à d'autres secteurs de la vente au détail, notamment aux quelque 1 200 super-

marchés que compte Shanghai. Les consommateurs de cette ville sont également connus comme étant très réceptifs aux marques, et ils accordent beaucoup d'attention aux emballages, aux publicités et aux noms typiquement occidentaux.

Les Chinois qui habitent la région du delta du Yangzi considèrent le Canada comme un vaste pays montagneux peuplé de gens accueillants, où l'air est pur et les terres sont fertiles. Pour faire fructifier leur réussite dans le secteur des aliments

*Chine : la région du delta du Yangzi*

# Des occasions d'affaire \$ à cultiver

Par Gregory Chin et Laurie Pinard, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI

Comme la croissance réelle du PIB se poursuit en Chine à un taux annuel moyen de 10 % et que le pouvoir d'achat des consommateurs augmente dans les régions urbaines, les consommateurs chinois exigent des produits alimentaires de meilleure qualité et en plus grande variété.



### Des débouchés pour les Canadiens

Plus l'accession de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce approche, plus les pratiques commerciales sont libéralisées. On imposera alors moins de restrictions aux exportateurs canadiens qui souhaitent avoir accès au marché chinois des produits alimentaires et agroalimentaires, en plein essor.

Les Canadiens auraient avantage à prendre part à des salons professionnels et des foires commerciales en Chine pour présenter leurs produits aux consommateurs et en faire la publicité et la promotion. Ils devraient également prendre contact avec des agents locaux qui les aideront à introduire leurs produits sur le marché et en feront la promotion, la commercialisation et la distribution.

Des obstacles tarifaires et le sous-développement des réseaux de distribution et des infrastructures constituent une entrave à l'exportation de produits alimentaires vers le delta du Yangzi. Malgré ces restrictions, les débouchés demeurent importants pour les entreprises canadiennes qualifiées.

transformés, les exportateurs canadiens ont tout intérêt à tirer parti de cette réputation en faisant preuve de créativité et en étant attentifs aux besoins des divers marchés locaux, aux préférences des consommateurs sur le plan des prix, des saveurs et de l'emballage et à la réglementation en matière d'étiquetage. Voici les principaux marchés pour les producteurs canadiens :

- **boissons** : boissons gazeuses, boissons à base de thé, jus de fruits, bières, vins et boissons fortement alcoolisées;
- **l'eau embouteillée** : très forte demande d'eau potable;
- **confiseries** : marché des grignotines en plein essor;
- **produits laitiers (marché encore nouveau)** : œufs, beurre, fromage, lait frais, crème glacée (marché à créneaux) et yogourt;
- **ginseng** : principal consommateur mondial
- **céréales, oléagineux et l'huile de canola** : blé, orge brassicole et produits de luzerne transformée;
- **technologies agricoles** : coentreprises et alliances stratégiques pour l'élevage porcin, génétique porcine, expansion du secteur des bovins de boucherie, équipement de pointe et technologies pour la transformation des viandes de boucherie;

Voir page 12 - La région

**A**vec seulement 5,5 millions d'habitants, le Danemark, qui est membre de l'Union européenne (UE), est un pays relativement petit. En revanche, sur le marché de la technologie de l'information et des communications (TIC), c'est un joueur de taille : il se classe au cinquième

# Le Danemark à la fine pointe des TIC

rang dans le monde pour le taux de pénétration des TIC.

Vu sa position centrale entre la Scandinavie et le continent européen, le Danemark occupe un des meilleurs emplacements en Europe pour la distribution de produits. Le Danemark possède un grand aéroport international et une infrastructure bien développée pour les transports et les télécommunications. Quelque 10 000 entreprises du secteur de la TIC profitent de ces avantages.

Le Danemark est un importateur net de TIC. Selon le European Information Technology Observatory ([www.eito.com](http://www.eito.com)), le marché danois de l'informatique et des télécommunications a affiché un volume total de transactions de 9,2 milliards de dollars américains en 1998 et de 9,5 milliards l'année suivante. L'apport du marché des TIC au PIB atteint 2,9 %, ce qui est de loin supérieur à la moyenne ouest-européenne de 2,3 %. Le taux de croissance annuelle de ce marché est de 8 %, chiffre encore une fois au-dessus de la moyenne en Europe de l'Ouest (7,2 %).

Du fait des coûts élevés de sa main d'œuvre et de sa dépendance face au commerce international, le Danemark recherche constamment des solutions et des outils en TI susceptibles d'améliorer l'efficacité, l'automatisation des procédés et les communications. En même temps, les fournisseurs de services en télécommunications et les distributeurs de produits de communications de données et de connectivité établis au pays restent très ouverts aux nouveaux produits et aux solutions inédites.

## Technologie de l'information

Environ 60 % des ménages danois possèdent un ordinateur personnel; la plupart des entreprises offrent en effet à leurs employés de puissants ordinateurs pour la maison, gratuitement ou à prix modique. En retour, ceux-ci doivent améliorer leurs

compétences en informatique en prenant un cours de formation. On trouve au Danemark 33 PC pour 100 habitants, soit le double de la moyenne en Europe de l'Ouest.

Le marché de l'internet est dynamique et affiche une croissance rapide. Quelque 68 % des entreprises danoises ont accès au réseau et, à la fin de 1998, environ 25 % des foyers pouvaient se brancher à l'internet. L'an dernier, les Danois ont versé 142 millions de dollars américains pour recevoir des services d'accès; selon les estimations, les taux de croissance annuelle du marché de l'internet devraient atteindre entre 20 et 30 % jusqu'en 2002.

Presque tous les types de logiciels peuvent trouver acheteur au Danemark, à l'exception des progiciels d'administration destinés aux entreprises, car ce créneau est dominé par les sociétés danoises Damgaard/ Axapta et Navision.

Le plus gros distributeur de produits dans le secteur de la technologie de l'information au Danemark est l'entreprise américaine Ingram Micro, suivie de CHS Electronics et de Scribona (Suède), de Computer 2000/Tech Data (Allemagne/ États-Unis), d'Arrow (États-Unis) et d'EET, de Blucecom, de Kijaka et de Datagrossisten (toutes du Danemark).

## Débouchés

Comme ailleurs en Europe, on constate sur le marché du Danemark une tendance vers un nombre restreint de distributeurs de grande taille, chacun offrant une gamme limitée de produits dont les marques jouissent toutefois d'une meilleure notoriété. Depuis quelques années, la participation étrangère dans des entreprises

danoises ou leur acquisition par des intérêts étrangers ont beaucoup augmenté. Il s'ensuit qu'il est plus difficile aux vendeurs de petite ou moyenne envergure (dont les Canadiens) de dénicher des circuits de distribution bien établis au Danemark.

Pour surmonter le problème, les vendeurs internationaux de grande taille choisissent souvent d'établir leurs propres bureaux de ventes ou de soutien technique (comme les entreprises canadiennes Corel, Newbridge et Eicon). D'autres fournisseurs privilégient les transactions interentreprises sur l'internet ou ciblent les utilisateurs nationaux qu'ils contactent directement. Il peut être avantageux à l'occasion de contacter un des grands distributeurs qui offrent une gamme étendue de produits. Autrement, l'ambassade du Canada peut aider les vendeurs canadiens de produits de TI à trouver de petits distributeurs très spécialisés, par exemple des entreprises de distribution de logiciels techniques, d'outils informatiques, de logiciels reliés à l'internet, de logiciels de communication ou d'imagerie.

Bon nombre de fabricants canadiens de logiciels estiment qu'il est relativement facile de faire des affaires au Danemark, sans doute parce que la plupart des Danois parlent et écrivent couramment l'anglais. Parmi les entreprises canadiennes qui ont réussi, on trouve ACL, Corel, JetForm, Softimage et Alias.

## Transmission de données et télécommunications

Le Danemark possède une des infrastructures les plus avancées d'Europe pour les télécommunications. Grâce à son réseau de base national à fibre optique, il constitue un nœud idéal pour les réseaux internationaux, aussi bien pour la voix que pour les données. Plusieurs câbles transatlantiques, dont le CANTAT3 du Canada, ont leur point d'arrivée en Europe sur la côte ouest du Danemark. Divers transporteurs donnent accès à toutes les technologies d'aujourd'hui, dont le MTA (ATM), le relais de trames, le RNIS (ISDN), le GSM et l'identification du demandeur. L'ADSL est aussi offert dans le cadre d'un projet pilote. Au cours des prochaines années, le Danemark prévoit introduire au moins un réseau de systèmes radio sécurisés fondés sur le standard Tetra. Les téléphones cellulaires basés sur le standard GSM (bande double)

Voir page 11 - Le Danemark

**B**ien qu'elle ne compte que 4,4 millions d'habitants, la Norvège est l'un des pays les plus avancés pour ce qui est de l'utilisation des technologies de l'information et des communications (TIC). Ainsi, d'après l'indice des sociétés de l'information de World Times Inc. de l'an 2000 ([www.worldpaper.com/ISI/country.html](http://www.worldpaper.com/ISI/country.html)) elle se classe au quatrième rang, après la Suède, les États-Unis et la Finlande.

Selon l'Observatoire européen des technologies de l'information ([www.eito.com](http://www.eito.com)), le marché norvégien des produits des TIC se chiffrait à 6,9 milliards d'euros (8,9 milliards de dollars) en 1998 et à 7,7 milliards d'euros (9,9 milliards de dollars) en 1999, et il devrait atteindre 8,4 milliards d'euros (10,8 milliards de dollars) en l'an 2000. Le secteur des TIC représente environ 5,5 % du PIB du pays. Quelque 43 habitants sur 100, soit plus de 60 % des ménages, possèdent un ordinateur personnel. Il s'est

vendu 500 000 ordinateurs en 1998 et 650 000 en 1999. On estime qu'à la fin de 1999, 45 % de la population avait accès à l'internet à la maison ou au travail.

À la fin de 1999, le nombre d'abonnés

tous deux fonctionnant selon les normes GSM et DCS 1800. Il est prévu que quatre licences pour les systèmes de télécommunications mobiles universelles (UMTS) seront attribuées cet automne.

# Les TIC en Norvège

au service de téléphonie mobile dépassait le nombre d'abonnés au service de téléphonie fixe — 2,75 millions contre 2,45 millions. Environ 60 % des Norvégiens possèdent un téléphone mobile, ce qui place leur pays en deuxième place (après la Finlande) pour la pénétration de la téléphonie mobile. Au début de cette année, il n'y avait en Norvège que deux exploitants de téléphonie mobile : Telenor et NetCom,

## Convergence des technologies

Les technologies vont continuer à converger au cours des prochaines années. Le protocole WAP est déjà utilisé pour les téléphones mobiles. Bientôt, l'internet remplacera la télévision ordinaire qui, elle, pourra être utilisée pour le courrier électronique et d'autres tâches actuellement effectuées par les PC. Et les réseaux de raccordement numérique asymétrique (ASDL) livreront d'ici peu une forte concurrence aux fibres optiques : environ 70 % des logements norvégiens devraient être reliés au moyen de ce type de réseau d'ici deux ans.

Le commerce électronique a démarré beaucoup plus lentement en Norvège que dans les autres pays scandinaves, mais on s'attend à ce qu'il fasse une percée fulgurante. Quant à la vague Linux, elle prend de l'ampleur à vue d'œil.

## Perspectives commerciales

Il est facile pour les entreprises canadiennes d'opérer en Norvège. L'anglais y est parlé par beaucoup de gens et le marché est très ouvert, peu entravé par les formalités administratives. Enfin, les Norvégiens sont très directs en affaires.

Il existe d'excellentes occasions dans les domaines suivants : solutions sans fil (tant pour la téléphonie mobile que pour les réseaux locaux), systèmes de multi-traitement asymétrique, entreposage des données, commerce électronique et applications Linux.

Pour plus de renseignements, joindre M. Bjorn J. Hanssen, agent de commerce, ambassade du Canada à Oslo, tél. : (011-47) 2299-5300, téléc. : (011-47) 2299-5301, courriel : [bjorn.hanssen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bjorn.hanssen@dfait-maeci.gc.ca), internet : [www.canada.no](http://www.canada.no) ✪

## Le Danemark et les TIC

— Suite de la page 10

sont extrêmement populaires. Les Danois utilisent quelque 1,6 million d'appareils cellulaires.

Malgré certaines restrictions susceptibles de rester en vigueur, le marché des télécommunications au Danemark est officiellement déréglementé. L'ancienne société d'État de la poste, du télégraphe et du téléphone, Tele Danmark, est désormais contrôlée par Ameritech (États-Unis). Le pays compte d'autres gros fournisseurs de services de télécommunications, tels Great Northern/Sonofon (Danemark), Tele2 (Suède), Telia (Suède) et Mobilix (France).

Bon nombre des transporteurs-exploitants offrent des services internet; Tele Danmark est ainsi le plus important fournisseur de services internet du pays.

Tele Danmark détient la majeure partie de l'infrastructure de télécommunications du Danemark, mais l'Administration ferroviaire du pays et les Services publics danois possèdent depuis des années leurs propres réseaux nationaux à fibre optique capables de transporter des données. En partenariat avec les transporteurs commerciaux, l'Administration et les Services publics ont l'intention

d'offrir des services qui feront concurrence à Tele Danmark.

De nouveaux services en télécommunications sont constamment lancés sur les marchés à l'intention des entreprises et des consommateurs. Parmi les plus récents, on retrouve les solutions sans fil pour les applications institutionnelles et des entreprises. Du côté du matériel, le marché est dominé par de gros vendeurs comme Cisco, 3Com, Nortel/Bay/Matra, Newbridge et Eicon.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Horup, ambassade du Canada à Copenhague, tél. : (011-45) 3348-3258, téléc. : (011-45) 3348-3221, courriel : [david.horup@dfait-maeci.gc.ca](mailto:david.horup@dfait-maeci.gc.ca), internet : [www.canada.dk](http://www.canada.dk)

### Autres sites internet :

- Association industrielle des TI du Danemark (pour les secteurs des technologies de l'information et des télécommunications) ([www.itb.dk](http://www.itb.dk))
- Ministère de la Recherche et de la Technologie de l'information du Danemark. Information sur la pénétration des TIC au Danemark ([www.fsk.dk](http://www.fsk.dk)). ✪

**L**e 5 octobre dernier, les représentants de 200 entreprises canadiennes et japonaises se sont rencontrés à Toronto pour discuter des débouchés que pouvait offrir le florissant secteur japonais des technologies de l'information (TI).

Canada était devenu un pays de haute technologie. Jusqu'alors, nous voyions le Canada comme un pays n'offrant que forêts, ressources naturelles et beaux paysages. » Mentionnons que la JETRO a été la principale organisatrice de la mission

et les débouchés qu'elle a révélés. « J'ai assisté à la conclusion d'une entente entre une entreprise canadienne et une société japonaise, où on a bel et bien échangé de l'argent. Je suppose qu'il se signera des douzaines d'autres contrats à la suite de cette mission », a déclaré M. Rob Tran, cofondateur de VirtualExpat.com.

Les délégués japonais ont en outre manifesté le désir de revenir au Canada, les représentants de 11 entreprises sur 47 ayant précisé qu'ils participeraient certainement à la prochaine mission au Canada, alors que ceux de 32 entreprises sur 47 ont affirmé qu'ils reviendraient dans certaines conditions. Manifestement, ils ont été fort impressionnés par la technologie canadienne et espèrent faire des affaires avec des Canadiens.

Mentionnons finalement que la mission a bénéficié d'une importante couverture médiatique, dont plusieurs

reportages diffusés sur les ondes de *NewsWorld* à la CBC, le 11 octobre, et de *CHRO TV*, à Ottawa, le 4 octobre. En outre, William Boei a écrit un article sur cette mission dans le *Vancouver Sun*, le 3 octobre, alors que Tyler Hamilton en parlé dans le *Toronto Star*, le 6 octobre.

**Pour plus d'informations**, communiquer avec M. David Bostwick, direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2460, téléc. : (613) 944-2397, courriel : david.bostwick@dfait-maeci.gc.ca

## Mission fort réussie au Canada

# Une délégation japonaise du secteur des TI

Cette activité commerciale s'inscrivait dans le cadre d'une mission d'une semaine à laquelle ont participé des représentants de PME japonaises du secteur des TI venus spécialement au Canada pour découvrir ce que le pays avait à offrir dans ce domaine. La délégation s'est arrêtée à Vancouver, à Ottawa et à Waterloo, où ont eu lieu d'autres rencontres entre gens d'affaires des TI. La délégation japonaise a en outre visité la société Nortel, le Conseil national de recherches et l'Université de Waterloo.

Cette mission faisait directement suite à la mission d'Équipe Canada, l'an dernier au Japon. Dans une entrevue à l'émission *NewsWorld* de la CBC, le 5 octobre dernier, M. Noboru Hatakeyama, président et directeur général de la JETRO (Japan External Trade Organization) ([www.toronto.jetro.org](http://www.toronto.jetro.org)) a déclaré : « Équipe Canada nous a montré à quel point le

au Canada, en collaboration avec le Forum de coopération industrielle Canada-Japon.

Le secteur japonais des TI est en plein essor, et l'on prévoit que la valeur du marché aura atteint 1 160 milliards de dollars américains en 2004 — alors qu'elle n'était que de 850 milliards de dollars en 1997. La révolution des TI devrait avoir des effets importants sur d'autres secteurs, étant donné la manière dont les marchandises sont distribuées au Japon. Ce secteur est également jugé très important pour la relance de l'économie japonaise, étant donné que le Japon a pour objectif de devenir, d'ici cinq ans, le pays le plus avancé du monde dans le domaine de l'information et des communications.

Les entreprises canadiennes ont manifesté énormément d'intérêt pour la



Le Canada au Japon  
Canada in Japan

## La région du delta du Yangzi

— Suite de la page 9

- **viandes et volailles (un des plus importants marchés du monde) :** porc, bœuf (encore perçu comme un luxe), produits réfrigérés et congelés et sous-produits comestibles
- **fruits de mer vivants :** produits fort populaires

**Pour plus d'information**, communiquer avec M. Gregory Chin, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. :

(613) 996-7256, téléc. : (613) 943-1068, courriel : [gregory.chin@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gregory.chin@dfait-maeci.gc.ca)

L'ambassade du Canada à Beijing et son consulat général à Shanghai peuvent aussi aider les entreprises canadiennes à obtenir des renseignements à jour sur les projets dans le domaine des produits alimentaires et agroalimentaires ainsi qu'à trouver et à contacter les autorités locales compétentes.

**Pour obtenir les noms des agents de commerce sur place**, communiquer avec M. Henry Deng, agent de commerce principal, section des produits agricoles et agroalimentaires, tél. : (011-86-21) 6279-8400, téléc. : (011-86-21) 6279-8401, courriel : [henry.deng@dfait-maeci.gc.ca](mailto:henry.deng@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M<sup>me</sup> Stella Lui, conseillère commerciale, section des produits agricoles et agroalimentaires, tél. : (011-86-21) 6279-8400, téléc. : (011-86-21) 6279-8401, courriel : [stella.lui@dfait-maeci.gc.ca](mailto:stella.lui@dfait-maeci.gc.ca)

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires

offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**IRLANDE — Uniformes** — (Appel d'offres reçu de l'ambassade du Canada à Dublin). L'agence gouvernementale d'approvisionnement a lancé un appel d'offres pour la fourniture d'uniformes à la police irlandaise - N° de réf. G/0600. Une offre ne sera acceptée que sur présentation d'un certificat d'acquiescement. Date de clôture : le 16 février 2001. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le dossier n° 001013-04048. Internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1328fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1328fr)

**ÉMIRATS ARABES UNIS — Coentreprise avec un fabricant de fauteuils roulants** — (Appel d'offres reçu du consulat du Canada à Dubai). Un des plus gros importateurs de fauteuils roulants du pays souhaite établir une coentreprise de fabrication aux Émirats avec un partenaire canadien. Le marché local importe plus de 2 000 fauteuils par année. Les études de faisabilité permettent de croire que les fauteuils fabriqués localement pourraient livrer une solide concurrence aux produits étrangers; ils pourraient aussi être exportés vers

d'autres pays du Golfe. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le dossier n° 001016-04061. Internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1328fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1328fr)

**NIGÉRIA — Numérisation de 18 centraux** — (Appel d'offres reçu du haut-commissariat du Canada à Lagos). Nigerian Telecommunications Ltd. (NITEL) a lancé un appel d'offres pour la numérisation de 18 centraux de diverses tailles, répartis dans tout le pays. Il faut présenter un certificat de constitution et un certificat d'impôt avant d'obtenir les documents de soumission. Prix des documents : 500 000 N. Date de clôture : le 28 décembre 2000. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), en mentionnant le dossier n° 001002-03905. Internet : [www.iboc.gc.ca/web\\_leads.asp?1226fr](http://www.iboc.gc.ca/web_leads.asp?1226fr) \*

## Dompter le Tigre

— Suite de la page 1

les meilleurs débouchés s'offraient dans le secteur de la technologie sans fil et aux fournisseurs d'accès à l'internet.

M. Macaulay a conseillé aux participants à cette conférence de prendre le temps d'établir des liens commerciaux en Thaïlande. « Vous devez connaître quelqu'un qui comprend la culture du pays et le contexte des affaires, a-t-il dit, et comprendre que cette approche donnera des résultats à long terme. »

Bien que les exportations du Canada aient ralenti pendant la crise économique de l'Asie, elles sont aujourd'hui en croissance. De janvier à juillet 2000, les exportations canadiennes ont progressé de plus de 13 % par rapport à la même période l'an dernier. Cette prévision de croissance modeste s'accompagne toutefois d'un avertissement qu'il sera nécessaire de prendre de l'avance sur les concurrents. « Si vous n'entrez pas assez tôt sur le marché, vous allez être écrasés par les autres entreprises », a souligné M. Ron

Pasternak, directeur général adjoint de la Banque Scotia à Bangkok

M. Peter van Haren, président de la Chambre de commerce Thaïlande-Canada ([www.thai-canadian-chamber.org](http://www.thai-canadian-chamber.org)), a répété ce qui forme le consensus général, à savoir que l'économie thaïlandaise est tout à fait sur le chemin de la relance. Comme le gouvernement de la Thaïlande applique des politiques favorables au secteur privé, les perspectives sont particulièrement bonnes pour les entreprises canadiennes de haute technologie qui s'intéressent à la Thaïlande.

Pour plus d'informations sur le marché thaïlandais des technologies de l'information et des communications, communiquer avec M<sup>me</sup> Carolyn Knobel, ambassade du Canada à Bangkok, tél. : (011-66-2) 636-0540, téléc. : (011-66-2) 636-0568, poste 3352, courriel : [carolyn.knobel@dfait-maeci.gc.ca](mailto:carolyn.knobel@dfait-maeci.gc.ca) ou M<sup>me</sup> Veena Ngaocharoenchitr, poste 3354, courriel : [veena.ngaocharoenchitr@dfait-maeci.gc.ca](mailto:veena.ngaocharoenchitr@dfait-maeci.gc.ca)

Surveillez aussi le numéro du 1<sup>er</sup> mars 2001 de *Canadexport* qui comprendra un dossier spécial sur le marché thaïlandais. \*

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



**COAI**  
Centre des occasions  
d'affaires internationales

### Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

**L**a Nouvelle-Zélande est un marché aux multiples créneaux avec lequel les compagnies aériennes et de navigation maritime assurent des liaisons très commodes vers de nombreuses destinations,

Nouvelle-Zélande

# Les affaires ça marche

y compris le Canada. Ce pays ne compte que 3,8 millions d'habitants, mais sa proximité de l'Australie (18 millions d'habitants) constitue un avantage réel.

## Liens bilatéraux étroits

Des liens étroits de culture et de parenté, ainsi qu'un héritage commun de démocratie parlementaire et de valeurs sociales rapprochent la Nouvelle-Zélande et le Canada. Les deux pays, qui sont tous deux membres du Commonwealth et de l'APEC, entretiennent des relations diplomatiques depuis plus de 60 ans.

En 1999, Statistique Canada estimait le volume global des échanges entre le Canada et la Nouvelle-Zélande à 570 millions de dollars, tandis que le bureau de la statistique de la Nouvelle-Zélande estimait à 269 millions de dollars les importations en provenance du Canada.

En mars 1999, le Canada se classait 6<sup>e</sup> parmi les sources d'investissements étrangers en actions en Nouvelle-Zélande, avec des investissements de 1 milliard de dollars. Les investissements néo-zélandais au Canada totalisaient 2,1 milliards de dollars, le Canada étant la deuxième destination des investissements néo-zélandais, après l'Australie mais devant la Grande-Bretagne et les États-Unis.

## Les débouchés

La Nouvelle-Zélande est une destination très attrayante pour les entreprises canadiennes : les pratiques d'affaires y sont similaires et les tarifs préférentiels s'appliquant à certains articles donnent aux entreprises canadiennes un avantage certain sur la concurrence. La taille du pays correspond parfaitement aux capacités des sociétés canadiennes, en particulier celles des PME dont la taille est comparable à celle des PME néo-zélandaises.

Il existe de bons débouchés pour les produits alimentaires, les biens de

consommation, le logiciel, le matériel et la technologie de plusieurs secteurs (protection de l'environnement, communications, exploitation forestière et production d'électricité), ainsi que pour une vaste

gamme de machines industrielles. Il y a également d'importants débouchés dans le secteur des services, notamment les services aux entreprises et le tourisme.

La formation de partenariats avec des entreprises néo-zélandaises peut constituer un tremplin pour pénétrer les marchés de l'Asie et du Pacifique Sud. En contrepartie, les sociétés canadiennes peuvent faciliter à des partenaires néo-zélandais l'accès au marché nord-américain ou l'expansion de leurs opérations en Amérique du Nord.

## Services offerts aux entreprises

Le bureau commercial du gouvernement du Canada à Auckland concentre ses efforts sur les secteurs prioritaires de l'agriculture, de l'agroalimentaire, des industries forestières, des technologies de l'information et des communications

et des biens de consommation. En même temps, le bureau évalue le potentiel des secteurs de la biotechnologie, des industries culturelles, des industries maritimes, du secteur des services et des projets d'immobilisations.

## Prochains salons et foires commerciales en Nouvelle-Zélande

- **National Agricultural Fieldays**, Hamilton, du 13 au 16 juin 2001
- **Autotex-Autospeed**, Auckland, du 20 au 22 juillet 2001
- **Buildex (architecture, bâtiment, construction et matériel)**, Auckland, du 12 au 14 août 2001
- **Conférence mondiale et exposition sur les soins aux opérés**, Christchurch, du 2 au 7 septembre 2001
- **Christmas Stocking Fair**, Auckland, du 30 septembre au 3 octobre 2001
- **Salon des industries forestières**, Rotorua ou Taupo, février ou mars 2002

Pour des renseignements, communiquer avec le bureau commercial du gouvernement du Canada à Auckland à [aklnd@dfait-maeci.gc.ca](mailto:aklnd@dfait-maeci.gc.ca)

Le bureau commercial collabore de près avec la Canada-New Zealand Business Association ([ibanz@xtra.co.nz](mailto:ibanz@xtra.co.nz)).

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## Le champ pétrolifère de Talsint

L'entreprise maroco-américaine Lone Star Energy Corporation (LSEC) a découvert un champ pétrolifère dans la région de Talsint, dans le sud-est du Maroc. On estime que ce gisement contient entre 50 et 100 millions de barils et qu'il pourrait fournir des réserves de 1,5 à 2 milliards de barils, lorsque l'exploitation aura commencé en 2003 ou 2004. En plus de permettre au Maroc d'économiser sur sa facture pétrolière annuelle évaluée à 1,5 milliard de dollars, le gisement de Talsint pourrait aider le pays à améliorer sa balance commerciale et sa balance des paiements, et entraîner une hausse du PIB et une diminution des coûts des facteurs de production industrielle.

L'intensification de l'exploration pétrolière au Maroc devrait offrir de

nombreux débouchés, notamment dans le secteur des services. Par ailleurs, s'il se confirmait que le gisement de Talsint est économiquement viable, la construction d'un oléoduc/gazoduc jusqu'à un port maritime ou une raffinerie serait sans doute envisagée. Les sociétés canadiennes pourraient aussi offrir des études d'ingénierie et de tracés ainsi que les services de construction d'infrastructures.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Leopold Battel ou avec M. Zouhair Kanouni, ambassade du Canada à Rabat, tél.: (011-212-7) 68 74 36, téléc.: (011-212-7) 68 74 15, courriel: [leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca](mailto:leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca) ou [zouhair.kanouni@dfait-maeci.gc.ca](mailto:zouhair.kanouni@dfait-maeci.gc.ca)

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

**P**orto Rico est un État bilingue et biculturel des Antilles, qui compte 3,9 millions d'habitants. Les Portoricains bénéficient depuis 1917 de la citoyenneté américaine, mais ont un gouvernement autonome. Ils partagent la devise, l'armée et le système postal des États-Unis, mais ne votent pas aux élections présidentielles. Ils sont représentés à la Chambre des représentants par un commissaire résident qui peut exprimer une opinion, mais n'a pas droit de vote.

Porto Rico constitue un pont entre l'Amérique du Nord et le monde latino-américain du commerce des Caraïbes, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du

Un aperçu

# Porto Rico

Sud. À ce titre, l'île offre de nombreux débouchés aux exportateurs canadiens dans les secteurs suivants : construction, projets relatifs aux services publics, transports, projets municipaux, tourisme, logement, reconstruction à la suite d'ouragans, commerce de détail, établissements de soins de santé, projets du gouvernement américain et construction industrielle.

Pour consulter le rapport intégral sur Porto Rico, communiquer avec M. William B. Stolz, agent de l'expansion des affaires, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2017, téléc. : (404) 532-2050, courriel : [william.stolz@dfait-maeci.gc.ca](mailto:william.stolz@dfait-maeci.gc.ca) ✪

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## IDEX 2001

**ABU DHABI, ÉMIRATS ARABES UNIS** — 18-22 mars 2001 — IDEX 2001 est la cinquième d'une série d'expositions sur la défense, qui a débuté en 1992. En 1999, IDEX a fait l'objet d'une importante couverture médiatique qui l'a présentée comme l'exposition la plus importante et la plus complète du siècle pour le secteur de la défense. Plus de 800 entreprises de 41 pays y ont participé, ainsi que quelque 40 000 professionnels des quatre coins du monde et plus de 80 délégations officielles, composées notamment de ministres de la défense et de chefs d'état-major.

Étant donné l'importance de la mise à niveau du matériel acheté immédiatement après la guerre du Golfe, IDEX 2001 jouera un rôle de premier plan dans les marchés émergents du Moyen-Orient, en particulier les marchés du golfe Persique et du golfe d'Oman, mais aussi ceux de l'Inde, du Pakistan et des autres pays d'Asie. IDEX vise particulièrement les clientèles de Bahreïn, du Koweït, d'Oman, du Qatar, de l'Arabie saoudite et des Émirats arabes unis — qui sont constamment en train de renouveler ou de remettre à niveau leur matériel de défense : navires, hélicoptères, véhicules blindés de transport de troupes, véhicules de combat d'infanterie mécanisée, chars de combat, matériel de communications, dispositifs antimine sol/mer, radars, pièces d'artillerie, systèmes de guerre électronique, armes légères, missiles air/sol et camions.

Le Canada aura un stand national à IDEX 2001, qui donnera aux entreprises canadiennes de la défense et de l'aérospatiale l'occasion de présenter leurs produits et de rencontrer des décideurs de la région.

IDEX 2001 est organisée par la General Exhibitions Corporation, avec la Chambre de commerce et d'industrie d'Abu Dhabi.

Pour plus de détails, communiquer avec M. Naeem M. Siddiqui, Fouress

InterCon Limited, Ajax (Ontario), tél. : (905) 427-9364, téléc. : (905) 427-9762, courriel : [fouress@total.net](mailto:fouress@total.net) ou avec M. Maher Abou-Guendia, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Abu Dhabi, tél. : (011-971-2) 456-969, téléc. : (011-971-2) 458-787, courriel : [maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca](mailto:maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca) ✪

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## EXPO COMM MEXICO

**MEXICO** — 6-9 février 2001 — EXPO COMM MEXICO 2001 — Le Canada présentera un stand national à EXPO COMM MEXICO, la foire commerciale la plus importante du Mexique sur les télécommunications.

Les occasions d'affaires abondent sur le marché mexicain des télécommunications, alimentées par une vigoureuse croissance économique, la déréglementation, l'intégration croissante à l'économie nord-américaine et à l'économie mondiale, et l'accroissement de la demande d'applications internet et d'applications pour le commerce électronique. Le secteur des télécommunications connaît un développement considérable. Il fait l'objet de grandes dépenses d'investissement et attire un nombre croissant de fournisseurs étrangers de services de télécommunication. Les segments offrant des débouchés sont les suivants :

- **Marché des communications sans fil :** Du fait de son faible taux de télédensité et de sa proximité avec les États-Unis, le Mexique est un marché extrêmement

intéressant. Avec des taux de pénétration du cellulaire inférieurs à 8 % (8 millions d'abonnés), les perspectives de croissance sont encore excellentes et le taux de pénétration du cellulaire au Mexique devrait surpasser celui du service fixe d'ici à 2001. Les indicateurs laissent présager une croissance fulgurante et une vive concurrence en 2000 et 2001. La firme Pyramid Research prévoit une augmentation du nombre d'abonnés à la téléphonie mobile qui passera à 11 millions d'ici à 2001 et à près de 15 millions en 2002.

- Fournisseurs de services internet (FSI) et commerce électronique : Les entreprises mexicaines de télécommunications et les FSI s'empressent d'offrir de nouveaux services internet tels que la téléphonie IP, le commerce électronique et les réseaux privés virtuels (VPN). La déréglementation des services à valeur ajoutée a entraîné une hausse importante du nombre de fournisseurs et d'utilisateurs finals, particulièrement dans le secteur de l'internet. Les recettes annuelles générées par le commerce

Voir page 16 — EXPO COMM

## Le téléenseignement au Mexique

Le Canada était bien représenté au 10<sup>e</sup> Congrès international de l'Association mexicaine de l'enseignement permanent, qui a eu lieu en septembre. Les conférenciers canadiens y ont abordé des sujets importants, un salon canadien a facilité les jumelages entre établissements et sociétés du Mexique et du Canada, et un kiosque d'information a fait valoir les programmes d'enseignement canadiens.

Dans le domaine de l'éducation permanente et du téléenseignement, le marché mexicain est vaste, lucratif et en plein essor. Des débouchés se présentent dans les segments suivants : cours hors compte, cours en partenariat, développement des ressources humaines, programmes de deuxième et de troisième cycle, programmes d'échange, programmes de téléenseignement adaptés à l'entreprise.

Le 9<sup>e</sup> Sommet international du téléenseignement, qui aura lieu à l'Université de Guadalajara, du 27 au 30 novembre, accueillera des représentants d'une centaine d'établissements d'enseignement et plus de 250 participants. Voilà une excellente occasion de se renseigner sur l'éducation permanente et le téléenseignement au Mexique et d'y établir des contacts.

Pour en savoir plus, communiquer avec M. Ted Mackay, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 995-0460, courriel : ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca

(Pour la version intégrale de l'article et les photos, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## EXPO COMM MEXICO — Suite de la page 15

électronique au Mexique atteindront 2 milliards de dollars américains d'ici à 2003 selon le président d'IBM Mexico, M. Alfredo Capote Sanchez.

L'ambassade du Canada à Mexico est à la recherche d'entreprises canadiennes prêtes à exporter, qui souhaitent exposer leurs produits et services dans le stand canadien d'EXPO COMM MEXICO. Cette foire offre une excellente occasion de faire connaître une entreprise sur le marché mexicain, d'obtenir des renseignements sur les marchés et de l'information commerciale, et de repérer des clients, des partenaires et des distributeurs éventuels.

Les entreprises participantes pourront aussi prendre part à une série de colloques

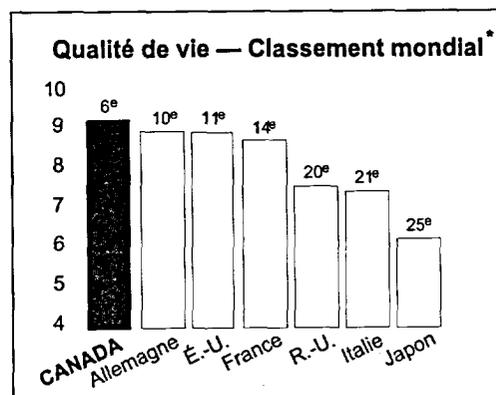
organisés par l'ambassade pendant la foire. Ces colloques constitueront une tribune unique où chaque entreprise pourra se faire connaître et présenter ses produits et ses services à des Mexicains bien informés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Marco Rodriguez, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-52-5) 724-7937, téléc. : (011-52-5) 724-7982, courriel : marco.rodriguez@dfait-maeci.gc.ca ou avec M. Ted Mackay, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 995-0460, téléc. : (613) 996-6142, courriel : ted.mackay@dfait-maeci.gc.ca internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/mexico](http://www.dfait-maeci.gc.ca/mexico)

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## Le Canada en première place pour la qualité de la vie

- Une qualité de vie de premier ordre : le Canada se classe au premier rang des pays du G-7, pays dont les économies sont les plus développées.\*
- Une société qui offre justice et sécurité : le Canada se classe également au premier rang des pays du G-7 pour ce qui est de la sécurité dans la vie quotidienne et dans les affaires, et au sixième rang pour ce qui est de l'égalité des chances des individus (les États-Unis se classent en 35<sup>e</sup> position).\*\*
- Le coût de la vie le plus bas : le Canada a le coût de la vie le plus bas de tous les pays du G-7.\*



\* Source : World Competitiveness Yearbook, 2000  
Préparé par l'International Institute for Management Development, Lausanne, Suisse - ([www.imd.ch/wcy/wcy.cfm](http://www.imd.ch/wcy/wcy.cfm))

Pour plus de renseignements sur la manière d'investir et de faire des affaires au Canada, voir l'internet à l'adresse [www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca) ou téléphonez au (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : lanoy.louise@ic.gc.ca

\*\* Source : World Competitiveness Yearbook, 1999  
Préparé par l'International Institute for Management Development, Lausanne, Suisse - ([www.imd.ch/wcy/wcy.cfm](http://www.imd.ch/wcy/wcy.cfm))

## Service des renseignements

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

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 1453033



DOCS  
CA1  
EA  
C16  
FRE  
v. 18  
December  
1, 2000  
Copy 1

# canadexpo

Vol. 18, N° 20 -  
1<sup>er</sup> décembre 2000

PLEINS FEUX SUR L'ASIE DU SUD  
(Voir le supplément.)

Canada



## DANS CE NUMÉRO

- 3 Une firme de Dartmouth profite d'Équipe Canada
- 4 Australie : le marché de la gestion des déchets
- 6 É.-U. : le Mermaid Theatre of Nova Scotia et *Born to Believe*
- 7 La CCC, fière commanditaire de Prix
- 8 Les débouchés vont bon train en Inde
- 10 Japon : le marché de l'environnement dans la région du Kansai
- 11 Occasions d'affaires internationales
- 12 L'industrie environnementale en Suisse
- 14 Publications/Foires commerciales
- 15 Foires et missions commerciales : les TIC à Shanghai

~~LA DERNIÈRE~~  
~~DERNIER~~  
~~NUMÉRO~~

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

NOV 3 0 2000

Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère

*La nouvelle économie en Chine*

# L'exposition High-Tech Fair 2000

Conscient de l'émergence d'un important secteur de la haute technologie dans le Sud de la Chine, le Canada a récemment participé à la deuxième exposition *China High-Tech Fair*, qui s'est tenue du 11 au 17 octobre à Shenzhen, dans la province de Guangdong. Lors de la première édition de la foire, en 1999, le Canada était l'un des premiers gouvernements étrangers à présenter un stand national. Bien qu'elle soit relativement nouvelle, la *High-Tech Fair* est déjà l'un des principaux événements dans le domaine des technologies de pointe en Chine.

Du fait que Shenzhen occupe une position stratégique dans l'économie chinoise et qu'elle attire des investissements

considérables depuis quelques années, la *High-Tech Fair* ([www.chtf.com](http://www.chtf.com)) est la seule exposition cautionnée par le gouvernement national pour la haute technologie. L'événement, qui a duré six jours, a accueilli près de 250 000 visiteurs et suscité des ententes commerciales d'une valeur de 8,5 milliards de dollars américains. Il a également offert au Canada et aux 21 autres pays exposants d'intéressantes possibilités de montrer leurs produits de haute technologie, de faire connaître leurs réalisations dans le domaine et de participer à diverses tables rondes sur l'industrie.

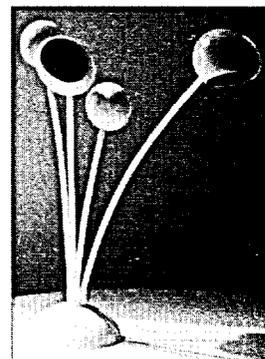
L'exposition était parrainée conjointement par diverses instances chinoises :  
Voir page 9 - **High-Tech Fair**

*Un créateur de meubles de Winnipeg livre la marchandise*

# Ça roule bien... vers New York

Des tables de salon à surface courbe, des chaises à deux pieds, des étagères à livres basculantes, ou des lampes d'avant-garde (voir photo), voilà l'univers singulier des meubles de M. Craig Alun Smith. Il n'est donc pas surprenant que le créateur de tels paradoxes puisse découvrir une « mine d'or » dans l'information

Voir page 2 - **Plastic Buddha**



— Suite de la page 1

commerciale que lui ont fournie des représentants commerciaux du Canada le printemps dernier.

Cette « mine d'or » a fait de Plastic Buddha Design Inc., petite entreprise de Winnipeg inconnue et sans appui

# Plastic Buddha

financier, un nouvel exportateur des plus recherchés, qui a réalisé sa première vente sur le marché d'avant-garde de New York. La firme a été fondée en 1998, mais ce n'est qu'en mars dernier que M. Smith s'est lancé dans la commercialisation de ses meubles. Il lui a en effet fallu deux ans pour perfectionner ses designs d'avant-garde et en faire, malgré les apparences, des meubles entièrement fonctionnels.

## Des visées sur le marché américain

Dès le début, M. Smith a ciblé le marché américain. Comme il l'explique, « le marché américain est plus grand que le marché canadien, et les consommateurs ont un revenu disponible plus élevé et sont généralement plus disposés à prendre des risques ».

En tant qu'exportateur, il avait vu juste. Dans le mois qui a suivi la création de son site internet et l'établissement de contacts avec des détaillants américains, la firme Plastic Buddha a commencé à susciter de l'intérêt — notamment auprès de la boutique Terminal NYC. Cette nouvelle galerie-boutique branchée de Soho a communiqué avec M. Smith pour lui proposer d'être son agent à New York et de présenter l'entreprise à la Foire internationale de New York sur le meuble contemporain (ICFF) en mai dernier.

À la recherche d'une aide financière qui compenserait le coût de participation à la Foire, M. Smith a pris contact avec le Centre du commerce international (CCI) de Winnipeg et le délégué commercial,

M. Charles Hatzipanayis. Bien que la firme n'ait pas été admissible à un programme d'aide financière, M. Smith a su tirer parti de la rencontre : « M. Hatzipanayis nous a offert de l'information. Il nous a expliqué comment pénétrer le marché américain et nous a conseillé de nous rendre au consulat général du Canada à New York. »

## Une découverte profitable

C'est au consulat que M. Smith et sa partenaire commerciale, M<sup>me</sup> Tara Walker, ont découvert une « mine d'or ». L'agent de développement d'affaires, M<sup>me</sup> Leila Thibault, leur a fourni des renseignements sur le marché du meuble de trois États, notamment des données démographiques, une liste de clients éventuels et le prix courant moyen des meubles. Muni de ces précieux renseignements, M. Smith a consacré les six semaines suivantes à rédiger le plan commercial de l'entreprise pour le soumettre à sa coopérative de crédit, qui l'a approuvé et a refinancé l'entreprise.

Il attribue la situation financière actuelle de son entreprise et sa position sur le marché à l'aide qu'il a reçue des représentants commerciaux du Canada. « Lorsque je pense aux quelques centaines de dollars que nous demandions au départ et aux renseignements que nous avons obtenus, j'avoue que l'information s'est révélée infiniment plus précieuse. »

## Première vente à l'étranger

La firme Plastic Buddha, qui est maintenant inscrite à la base de données Win Exports (voir encadré page suivante), a réalisé sa première vente à l'exportation en mai, à l'ICFF, par l'entremise de son agent new-yorkais. Et grâce au nouveau financement, elle a pu se lancer dans la fabrication à plus grande échelle et élaborer un nouveau catalogue de très grande qualité. « Selon moi, la commercialisation est un des aspects les plus importants en affaires, affirme M. Smith.

Même un excellent produit se doit d'être bien présenté ou d'avoir une vitrine promotionnelle, autrement personne ne l'achètera. »

Plastic Buddha commence à recevoir des appels de détaillants d'autres régions, en particulier de la Californie, qui attendent son nouveau catalogue. M. Smith n'a aucun doute quant à l'avenir de ses produits : « Nous avançons à toute vapeur sur le marché américain et attendons les résultats. »

Pour obtenir plus d'information sur Plastic Buddha, communiquer avec le propriétaire de l'entreprise, M. Craig Alun Smith, tél. : (204) 452-3131, téléc. : (204) 943-5346, courriel : [info@plasticbuddha.com](mailto:info@plasticbuddha.com) internet : [www.plasticbuddha.com](http://www.plasticbuddha.com) ✪

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué : Louis Kovacs  
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000  
Tél. : (613) 996-2225  
Téléc. : (613) 992-5791  
Courriel : [canadexport@dfait-maec.gc.ca](mailto:canadexport@dfait-maec.gc.ca)  
Internet : [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

*CanadExport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :  
*CanadExport* (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa  
(Ontario) K1A 0G2  
ISSN 0823-3349

canadexport

**L**a plongée d'un simulateur d'évacuation de Survival Systems Limited dans une piscine pendant une séance d'entraînement ne va pas sans faire de vagues. De même, pour le fournisseur de produits et de services de formation en sécurité originaire de Dartmouth, l'effet des trois missions commerciales d'Équipe Canada auxquelles il a participé continue de se faire sentir — même quatre ans après la première.

C'est un grave accident d'hélicoptère auquel il a survécu en 1981 qui a poussé M. Albert Bohemier, ancien pilote des Forces armées canadiennes, à fonder Survival Systems, dont il est aujourd'hui le président-directeur général. Son entreprise, qui compte 60 employés, offre une formation en technique de survie et d'évacuation subaquatique à des organismes militaires et à des entreprises privées. En outre, elle met au point et fabrique des simulateurs de formation en mesures d'urgence (mobiles ou stationnaires) tels que le simulateur mobile de sauvetage industriel (M.I.R.T.) et le simulateur modulaire d'entraînement à l'évacuation (METS<sup>MC</sup>), qui est reconnu comme le simulateur d'évacuation subaquatique le plus réaliste au monde. À ce jour, la société a fait affaire dans 11 pays, et des négociations sont en cours dans une demi-douzaine d'autres.



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.



## Résultats de la mission d'Équipe Canada

Survival Systems, qui a obtenu un Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 1995, a vu ses succès se multiplier par suite de sa participation à trois missions commerciales d'Équipe Canada : Inde,

# Une firme de Dartmouth profite d'Équipe Canada

## Bonne plongée

Pakistan, Indonésie et Malaisie en 1996; Corée, Philippines et Thaïlande en 1997; Mexique, Brésil, Argentine et Chili en 1998.

Ces missions ont directement profité à la société, qui a notamment obtenu un contrat de la marine royale coréenne d'une valeur de 1 million de dollars pour la fourniture d'un système METS<sup>MC</sup>, établi une filiale au Brésil pour la formation en sécurité industrielle et nommé des agents en Malaisie et en Corée.

### Des effets durables

Et ce n'est qu'un début : « Toute mission a des retombées positives à très long terme », explique M. Bohemier. Il est bien placé pour le savoir. Alors que sa société négocie d'autres marchés en Corée et au Brésil, elle a signé en juillet dernier un contrat de 100 000 \$US pour la vente d'un système METS<sup>MC</sup> à un centre de formation en techniques de sécurité en mer de la Malaisie — quatre années après la mission dans ce pays.

### Les délégués commerciaux ouvrent la voie

Selon M. Bohemier, ces ventes ont été menées à bien grâce à l'appui du gouvernement du Canada. La plupart de ces marchés ne se seraient pas concrétisés sans la garantie de la Société pour l'expansion des exportations, et le fait d'être inscrit dans la base de données WIN Exports a accru la crédibilité et la visibilité de Survival Systems.

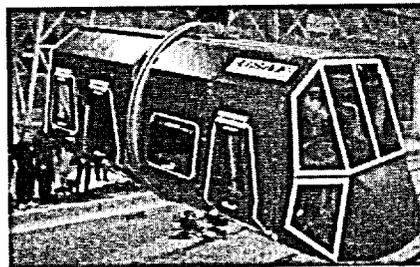
Quant aux délégués commerciaux du Canada, M. Bohemier ajoute qu'ils facilitent les rencontres avec des gens bien placés. En Malaisie, le lieutenant-colonel Michael Murphy, attaché militaire

du haut-commissariat du Canada à Kuala Lumpur à l'époque, a accompagné M. Bohemier à des rencontres avec les autorités de l'Armée de l'air de la Malaisie. Et c'est grâce à l'aide des délégués commerciaux de l'ambassade du Canada à Séoul que la société a pris contact avec

l'agent qui lui a par la suite permis de faire échec aux concurrents internationaux dans le cadre d'un contrat de la marine coréenne.

### Présence et ténacité

Ce que M. Bohemier conseille aux autres exportateurs canadiens? « Faites vos valises et partez! Ce n'est pas en restant



Un simulateur modulaire d'entraînement à l'évacuation (METS<sup>MC</sup>) de Survival Systems.

chez soi que l'on vend sur les marchés étrangers. Votre succès dépend de visites répétées et de rencontres en personne.»

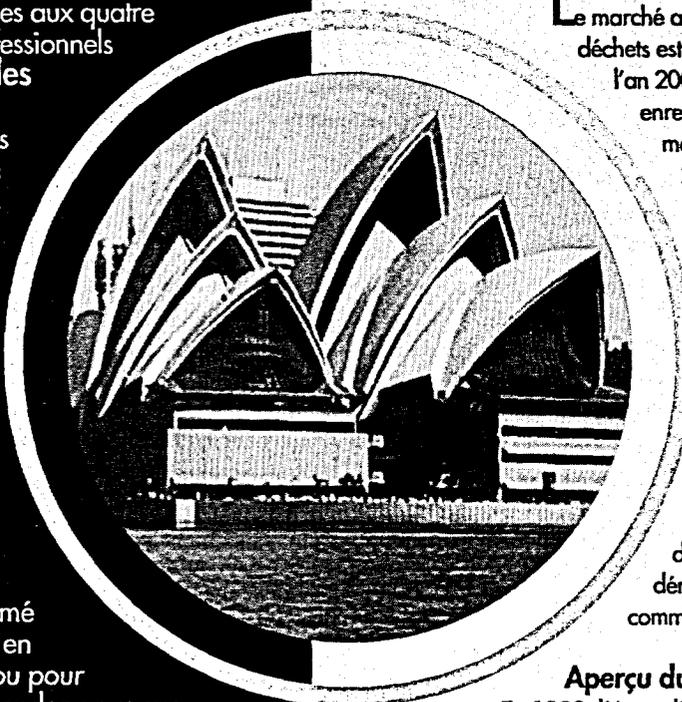
Si le marché coréen a été relativement facile à conquérir, il n'en a pas été de même pour le Brésil. Mais les difficultés ne découragent pas M. Bohemier : « Je n'abandonne jamais. » Voilà la devise du survivant d'un accident d'hélicoptère et du propriétaire d'une entreprise florissante qui s'est taillé une réputation bien méritée et qui a fait fortune dans le monde entier.

Pour plus de renseignements sur Survival Systems, communiquer avec le PDG, M. Albert Bohemier, tél. : (902) 465-3888, poste 130, téléc. : (902) 465-1271, courriel : [albertb@ns.sympatico.ca](mailto:albertb@ns.sympatico.ca) internet : [www.survivalsystemsgroup.com](http://www.survivalsystemsgroup.com) ✻

# AUSTRALIE — Le marché de

Présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



Le marché australien de la gestion des déchets est évalué à 61,3 millions \$ pour l'an 2000 et devrait, selon les prévisions, enregistrer une croissance annuelle moyenne de 2 % de 1998-1999 à 2001-2002. Cette croissance — supérieure à celle que connaît l'ensemble de l'économie — s'explique en grande partie par une plus grande demande de services de gestion des déchets et un transfert récent d'activités, du gouvernement en faveur du secteur privé. Le secteur de la gestion des déchets s'occupe des ordures ménagères, des débris de construction et de démolition ainsi que des déchets commerciaux et industriels.

### Aperçu du marché

En 1990, l'Australian and New Zealand Environment Conservation Council (ANZECC) a fixé comme objectif de ramener d'ici 2000 le volume des déchets envoyés dans les décharges à 50 % de ce qu'il était en 1990. Un certain nombre d'initiatives, dont le Pacte sur l'emballage, ont permis de détourner une partie des déchets des décharges. La croissance démographique et l'augmentation du volume des déchets par ménage — auxquelles s'ajoutent l'absence de

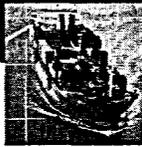
## « DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements pour les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie de l'environnement en Asie-Pacifique



# La gestion des déchets



Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

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

marchés pour les produits recyclables — ont néanmoins fait diminuer la valeur des produits recyclables. Au même moment, la diminution de terrains disponibles pour

l'exploitation des stations de transfert et des décharges. Au départ, il est probable que cette participation du secteur privé prendra la forme de contrats de prestation

les Australiens s'intéresseront aux nouvelles technologies qui ont fait leurs preuves.

Les Canadiens qui désirent percer sur le marché australien devraient collaborer avec un agent ou un distributeur ou s'engager à former des coentreprises ou d'autres alliances stratégiques.

## Taille du marché australien pour l'équipement des déchets solides (en millions \$)

	1998	1999	2000	Croissance annuelle moyenne prévue pour 2001-2002
Importations	41,2	42,0	42,9	2 %
Production locale	18,8	19,0	19,4	2 %
- Exportations	-1,1	-1,0	-1,0	3 %
Marché total	58,9	60,0	61,3	2 %

Source: U.S. & Foreign Commercial Service et U.S. Department of State, *Australia: Solid Waste Recycling Equipment — ISA990401*, le 1<sup>er</sup> avril 1999.

L'Australie constitue également un bon point de départ pour se lancer sur le marché asiatique en plein essor, étant donné sa proximité géographique et les compétences de l'industrie dans cette région.

### Ces occasions d'affaires vous intéressent?

Pour en savoir davantage sur ce marché, consulter le rapport intitulé *Le marché de la gestion des déchets en Australie*. Ce document, préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux, se trouve en ligne, à l'adresse suivante : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

aménager des décharges a fait monter le coût des sites existants. Les préoccupations du public au sujet de la pollution ont été à l'origine de protestations contre des projets d'aménagement de décharges dans les localités au à proximité de celles-ci.

de services, dont la fourniture de nouvelles décharges et d'équipement. De plus en plus, les systèmes de gestion des déchets seront la propriété des entreprises et seront exploités par celles-ci.

### Débouchés

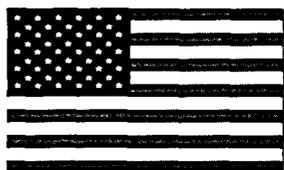
Comme pouvant le constater les exportateurs, les entreprises australiennes apprécient les produits et services canadiens. Les meilleures perspectives se trouvent en ce moment dans les nouvelles technologies touchant les résidus verts (résidus de tonte, fleurs, feuilles, brindilles et branches), le matériel de recyclage, les systèmes automatisés de tri et leurs composants ainsi que le matériel de déchiquetage du caoutchouc et des pneus. À noter que

la participation des administrations locales au traitement et à l'élimination des déchets varie d'un État à l'autre.

Ainsi, en Nouvelle-Galles du Sud, le gouvernement de l'État se charge de 29 % des activités de gestion des déchets; dans l'État de Victoria, la proportion est de 38 %, dans le Queensland, de 75 %, en Australie-Méridionale, de 54 % et en Australie-Occidentale, de 66 %.



Alors que les administrations locales sont les principaux clients pour ce qui est de la collecte et du transport des ordures municipales et ménagères, tous les paliers de gouvernement ont récemment commencé à faire appel au secteur privé pour



# Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

## Le Mermaid Theatre of Nova Scotia

Le Mermaid Theatre of Nova Scotia, qui compte parmi les troupes de théâtre les plus réputées de l'Amérique du Nord, fait découvrir la littérature par le théâtre à plus de 2,5 millions de jeunes dans le monde entier. Établie à Windsor, dans la vallée d'Annapolis, le Mermaid Theatre effectue des tournées régulières au Canada et se produit aux États-Unis, d'Anchorage à Orlando en passant par New York et Honolulu. Il est d'ailleurs plus souvent chez nos voisins américains qu'au Canada!

À l'occasion de sa 28<sup>e</sup> saison, la troupe poursuivra cette année sa tournée avec une adaptation par M. Eric Carle de *The Very Hungry Caterpillar* — un classique pour enfants — et de sa suite, *The Very Quiet Cricket*. Depuis le lancement de la pièce, au printemps 1999, ce spectacle a connu un succès international grâce aux collages éclatants de couleur de M. Carle combinés à une musique originale et à la grande maîtrise des marionnettes qui caractérise le Mermaid Theatre.

La première année, près de 164 000 per-

sonnes ont assisté au spectacle. On s'attend à ce que la troupe en attire autant cette saison avec des représentations dans 22 États américains, au Japon, à Singapour, à Hong Kong, à Ottawa et à Toronto. Pour répondre à la demande générale, la troupe organisera au printemps 2002 une troisième tournée américaine, qui sera assortie d'une tournée parallèle de *The Night Opus* aux États-Unis, durant la saison 2001-2002.

Pour obtenir plus d'information, communiquer avec M<sup>me</sup> Sara Lee Lewis, cofondatrice et directrice générale, Mermaid Theatre of Nova Scotia, Windsor (Nouvelle-Écosse), tél. : (902) 798-5841, téléc. : (902) 798-3311, courriel : [puppets@mermaidtheatre.ns.ca](mailto:puppets@mermaidtheatre.ns.ca) internet : [www.mermaidtheatre.ns.ca](http://www.mermaidtheatre.ns.ca) \*

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## Born to Believe

En janvier 1999, M<sup>mes</sup> Cynthia Martin et Deborah McGowan n'avaient pas la moindre idée de ce qu'était un dribble croisé ou un plaqué. Mais après de nombreuses tasses de café et autant de réunions avec des directeurs de banque, elles peuvent maintenant expliquer en détail, ou presque, chacun de ces mouvements. Tout ça grâce au fait que, par l'entremise de leur entreprise Full Wits Publishing Inc. (gérée à partir d'un hangar à bateaux près de Peggy's Cove, en Nouvelle-Écosse), elles sont les éditrices indépendantes de *Born to Believe*, un ouvrage de motivation écrit par M. Butch Carter, l'ancien entraîneur-chef des Raptors de Toronto, et son frère, M. Cris Carter, receveur pour les Vikings du Minnesota.

C'est M<sup>me</sup> Martin qui a proposé à M. Butch Carter d'écrire un livre sur le

développement des adolescents après l'avoir entendu exhorter à la tolérance les étudiants d'une école secondaire du voisinage aux prises avec des problèmes raciaux.



M. Cris Carter (à gauche), M<sup>me</sup> Cynthia Martin et M. Butch Carter au lancement de *Born to Believe*, en juin 2000, chez Barnes & Noble, au Mall of America (Minnesota).

*Born to Believe* a été lancé au Canada en mai 2000 et, en juin, aux États-Unis.

Les auteurs s'inspirent du sport pour décrire les obstacles auxquels ils ont fait face au sein d'une famille monoparentale

à faible revenu, et leur espoir d'une vie meilleure. Le livre s'adresse aux personnes en difficulté, et le texte est présenté tête-bêche pour que le lecteur puisse suivre chaque auteur. Pour reprendre les mots des frères Carter : « [Nous] sommes conscients d'avoir traversé toutes sortes d'épreuves et nous voulons profiter des leçons de la vie pour donner espoir aux gens... »

*Born to believe* est en vente dans certaines librairies, sur les sites internet d'Amazon, de Chapters et d'Indigo, et directement auprès de la maison d'édition.

Pour plus de détails, communiquer avec M<sup>me</sup> Cynthia Martin, Full Wits Publishing, Halifax (Nouvelle-Écosse), tél. : (902) 857-1123, téléc. : (902) 857-1771, courriel : [fullwits@fullwits.com](mailto:fullwits@fullwits.com) internet : [www.borntobelieve.com](http://www.borntobelieve.com) \*

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis ([www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp))... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

**L**a Corporation commerciale canadienne (CCC) est fière de prendre part cette année aux prestigieux Prix ontariens d'excellence en commerce international à titre de nouveau commanditaire de la catégorie Innovation. Ces prix, qui en sont à leur troisième année d'existence,

par la Corporation et avoir ainsi accès aux marchés internationaux (Voir « Nouveau partenariat pour exportateurs : CCC – Ontario », *CanadExport*, n° du 15 novembre 2000, p. 7.)

« Les exportations sont à l'origine de 1,6 million d'emplois en Ontario et

*Prix ontariens d'excellence à l'exportation*

# La CCC est une fière commanditaire

soulignent les succès à l'exportation de PME de premier plan, de chefs de file du secteur industriel et d'étudiants de l'Ontario. Décernés par Ontario Exports Inc. — principale agence de promotion du commerce de la province — et par la Banque de Montréal, en collaboration avec la CCC et plusieurs autres commanditaires, les prix ont suscité, depuis leur création il y a deux ans, plus de 400 candidatures venues de toutes les régions de l'Ontario.

« La CCC est particulièrement heureuse de compter parmi les commanditaires de cette année », a déclaré son président, M. Douglas Patriquin. Le 6 septembre 2000, la CCC et Ontario Exports Inc. ont signé une entente afin d'aider les exportateurs ontariens à tirer parti des services offerts

comptent pour plus de la moitié de la productivité économique de la province, ajoute M. Patriquin. En dehors des États-Unis, toutefois, l'activité n'est pas très importante. C'est là que la CCC peut apporter son aide, en offrant une garantie d'exécution des contrats et en signant des ententes avec des gouvernements étrangers au nom des exportateurs canadiens.

« On estime à 5,3 billions de dollars la valeur des marchés publics ouverts dans le monde entier, souligne M. Patriquin. Grâce aux liens de plus en plus étroits qu'elle entretient avec Ontario Exports Inc., la CCC est déterminée à aider les exportateurs ontariens à saisir une plus grande part de ce marché particulièrement lucratif. »

Outre la CCC, les commanditaires des Prix ontariens d'excellence en commerce international 2000 sont : Deloitte & Touche, la Société pour l'expansion des exportations, l'Institut des comptables agréés de l'Ontario, United Postal Service Canada Ltd., PROFIT, *Canadian Business*, *Business Sense* et *Le Lien Économique*. Les Manufacturiers et Exportateurs du Canada, la Young Entrepreneurs Association et la Chambre de commerce de l'Ontario sont également de la partie en offrant appui et conseils.

## De la consécration régionale à la place d'honneur

Chaque printemps, on honore des entreprises à l'occasion de quatre remises de prix tenues dans les régions du nord, du centre, du sud-ouest et de l'est de l'Ontario. Par la suite, les lauréats de ces prix régionaux sont de nouveau en lice pour

## DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, sans frais : 1 800 748-8191, téléc. : (613) 947-3903, courriel : info@ccc.ca internet : www.ccc.ca

la distinction ultime, décernée lors de la remise des Prix ontariens d'excellence en commerce international. En 2001, cette cérémonie aura lieu le 17 mai, à Toronto.

## Catégories de prix

- La catégorie Innovation souligne l'excellence dans l'application de technologies existantes ou de nouvelles technologies à des fins de développement de nouveaux produits ou services, et (ou) d'amélioration des produits ou des services existants favorisant la croissance des exportations et la création d'emplois.
- La catégorie Expansion du marché (un prix remis pour les produits et un second, pour les services) souligne l'esprit novateur de PME ontariennes qui ont augmenté de façon importante leurs ventes sur un ou plusieurs marchés du monde et créé de nouveaux emplois.
- La catégorie Partenariat (prix partagé) souligne les partenariats clés entre des fournisseurs de biens ou de services et des PME exportatrices.
- La catégorie Leadership souligne l'apport de particuliers, reconnus par leurs collègues pour leur contribution

Voir page 13 – La CCC

## COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambassadeducanada.org](http://www.ambassadeducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

**L**e plus vaste réseau ferroviaire au monde, Indian Railways (IR), représente un marché de plus de 16 milliards de dollars américains et d'innombrables débouchés pour les entreprises canadiennes.

tives commerciales qu'offre le secteur ferroviaire de l'Inde.

En outre, les filiales d'IR ont aussi des projets à l'étude susceptibles d'intéresser bon nombre d'entreprises canadiennes. IR et ses filiales aimeraient travailler avec

a forgé des liens durables avec IR et plusieurs de ses filiales. « Nous reconnaissons le potentiel du marché du rail indien, et avons lancé d'importantes initiatives pour aider les entreprises canadiennes à y percer », fait remarquer M. Anis Karim, directeur régional de la SEE pour l'Asie du Sud.

Afin de maximiser ces efforts, la SEE met sur pied des équipes fermées d'exportateurs et de représentants d'organismes gouvernementaux canadiens, qui se rendent en Inde en vue d'y décrocher des contrats. Selon M. Karim, tous les membres de l'équipe ont un même but : obtenir des contrats pour l'industrie ferroviaire canadienne.

Par l'intermédiaire de la filiale de financement d'IR, India Railway Finance Corporation, la SEE a déjà accordé une ligne de crédit à IR, afin de l'inciter à acheter des produits et des services canadiens. De plus, la SEE examine actuellement avec diverses directions d'IR la possibilité d'élargir des mécanismes de financement pour les projets ferroviaires de grande envergure.

### GM prend le train en marche

GM Canada est au nombre des entreprises qui ont déjà pu mettre à profit les efforts de la SEE, notamment avec IR.

Outre son secteur traditionnel de l'automobile, GM est également un fabricant et un distributeur mondial de locomotives. À ce jour, grâce à une ligne de crédit de la SEE, IR a pu acheter 21 wagons de marchandises à GM. La vigueur de cette relation est telle qu'IR songe maintenant à acquérir 10 locomotives supplémentaires.

M. Kevin McKittrick, directeur des relations publiques et des RH chez GM Canada, souligne que, grâce aux relations que GM entretient en Inde, le fabricant a eu la possibilité de contribuer à la modernisation de la technologie et du parc ferroviaire de ce pays. »

La SEE s'est engagée à aider les entreprises ferroviaires canadiennes à percer sur le marché indien.

Pour de plus amples renseignements à ce sujet, on peut joindre M. Anis Karim, directeur régional pour l'Asie du Sud, courriel : [akarim@edc-see.ca](mailto:akarim@edc-see.ca)

(Tiré de *Exportateurs Avertis*, la revue de la SEE, automne/octobre 2000)

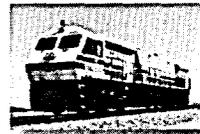
*Les débouchés vont bon train en Inde*

# Voie ferrée ouverte

par Shawn Dalrymple

Des wagons de marchandises et des locomotives aux systèmes de communication par fibre optique, des systèmes anticollision et du matériel de signalisation à la mise à niveau de systèmes, et des simulateurs aux dispositifs permettant une meilleure répartition des charges par essieu, voilà un aperçu de l'ampleur et de la diversité des perspec-

des fournisseurs canadiens dans le cadre d'un transfert de technologies générales ou dans le domaine du matériel de sécurité.



### Les voies s'ouvrent pour les fournisseurs canadiens du rail

Au cours des dernières années, la Société pour l'expansion des exportations (SEE)

## Tuyaux pour l'Inde

Avant de vous envoler pour l'Inde en voyage d'affaires, lisez les conseils suivants.

### POUR LES RÉUNIONS

#### Rapports professionnels

- Il est conseillé de porter une tenue vestimentaire classique.
- Votre hôte s'attendra à ce que vous soyez à l'heure ou en avance à vos rendez-vous. Cependant, il sera courant que l'on vous fasse attendre.
- En général, les hommes n'ont pas de contact physique avec les femmes lorsqu'ils se rencontrent, pas même une poignée de mains. Vous pouvez utiliser la formule de salutation suivante : « namasté ».
- Ne vous froissez pas si votre hôte interrompt votre réunion pour prendre des appels téléphoniques, car cela est courant.
- Des cadeaux simples sont souvent offerts après la première réunion.
- Utilisez les salutations formelles, comme monsieur ou madame, même après plusieurs rencontres.
- Les négociations commerciales demandent de la patience et un suivi continu.

#### Rapports sociaux

- Religion, langue, caste ainsi que la politique créent des obstacles en Inde. Il est sage de les éviter dans la conversation.
- Dans la culture indienne, un salut de la main à l'occidentale peut être interprété comme un non ou comme un signe disant à la personne de s'en aller.
- La main gauche est considérée comme sale. Utilisez donc votre main droite pour tout contact, pour remettre de l'argent ou pour prendre possession d'une marchandise.
- Ne montrez jamais quelqu'un du doigt. Faites plutôt un signe du menton ou de toute la main.
- Emportez beaucoup de cartes d'affaires même pour les réceptions.
- Si vous êtes invité à dîner, rendez la pareille en offrant un repas de valeur comparable. ❄

(Source : *Wall Street Journal*, [www.public.wsj.com](http://www.public.wsj.com))

(Tiré de *Exportateurs Avertis*, la revue de la SEE, automne/octobre 2000)

Contactez-nous à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

# Industries de l'environnement

## Vos contacts en *Asie-pacifique*

 **Australie**

**Robert G. Gow**

*Agent commercial*

Consulat général du Canada  
Sydney, Australie

T: (011-61-2) 9364-3045

F: (011-61-2) 9364-3097

 **Chine**

**Lei Wang**

*Agente commerciale*

Ambassade du Canada  
Beijing, Chine

T: (011-86-10) 6532-3536, poste 3354

F: (011-86-10) 6532-4072

**Gary Fan**

*Agent commercial*

Consulat général du Canada  
Shanghai, Chine

T: (011-86-21) 6279-8400, poste 5561

F: (011-86-21) 6279-8401

**Aice Xiong**

*Agente commerciale*

Consulat du Canada  
Chongqing, Chine

T: (011-86-23) 6373-8007

F: (011-86-23) 6373-8026

**Fenny Sun**

*Agente commerciale*

Consulat général du Canada  
Guangzhou, Chine

T: (011-86-20) 8666-0569, poste 234

F: (011-86-20) 8667-2401

 **Hong Kong, RAS**

**Fatima Lai**

*Agente commerciale*

Consulat général du Canada  
Hong Kong, RAS

T: (011-852) 2847-7414, poste 3494

F: (011-852) 2847-7441

 **Inde**

**Viney Gupta**

*Agent commercial*

Haut-commissariat du Canada  
New Delhi, Inde

T: (011-91-11) 687-6500

F: (011-91-11) 687-5387

**Apurva Mehta**

*Agent commercial*

Consulat du Canada  
Mumbai, Inde

T: (011-91-22) 287-6027-30, poste 3360

F: (011-91-22) 287-5514

 **Indonésie**

**Husni Djaelani**

*Agent commercial*

Ambassade du Canada  
Jakarta, Indonésie

T: (011-62-21) 525-0709, poste 3357

F: (011-62-21) 571-2251

 **Japon**

**Noboru Aoki**

*Agent commercial*

Ambassade du Canada  
Tokyo, Japon

T: (011-81-3) 5412-6200, poste 3258

F: (011-81-3) 5412-6250

**Yoshio Horiuchi**

*Agent commercial*

Consulat général du Canada  
Osaka, Japon

T: (011-81-6) 6212-4910

F: (011-81-6) 6212-4914

 **Malaisie**

**Marie-Louise Hannan**

*Déléguée commerciale*

Haut-commissariat du Canada  
Kuala Lumpur, Malaisie

T: (011-603) 2718-3353

F: (011-603) 2718-3391



Contactez-nous à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

# Industries de l'environnement

## Vos contacts en *Asie-pacifique*

### Nouvelle-Zélande

#### **Brian Emsley**

Agent commercial

Bureau commercial du gouvernement  
du Canada

Auckland, Nouvelle-Zélande

T: (011-64-9) 309-3690, poste 4

F: (011-64-9) 307-3111

### Pakistan

#### **Ali Khan**

Agent commercial

Haut-commissariat du Canada

Islamabad, Pakistan

T: (011-92-51) 279-9100

F: (011-92-51) 279-9111

### Philippines

#### **Ramon Yazon**

Agent commercial

Ambassade du Canada

Manille, Philippines

T: (011-63-2) 867-0001, poste 3359

F: (011-63-2) 810-1699

### République de Corée

#### **Yon-Ho Choi**

Agent commercial

Ambassade du Canada

Séoul, République de Corée

T: (011-82-2) 3455-6000, poste 3380

F: (011-82-2) 755-0686

#### **Bonn K. Lee**

Agent commercial

Consulat du Canada

Pusan, République de Corée

T: (011-82-51) 240-1813

F: (011-82-51) 247-8443

### Singapour

#### **Arun S. Alexander**

Délégué commercial

Haut-commissariat du Canada

Singapour, Singapour

T: (011-65) 325-3200

F: (011-65) 325-3294

### Sri Lanka

#### **Chris Pullenayegem**

Agent commercial

Haut-commissariat du Canada

Colombo, Sri Lanka

T: (011-94-1) 69-58-41

F: (011-94-1) 68-70-49

### Taïwan

#### **Karen Huang**

Agente commerciale

Bureau commercial du Canada

Taipei, Taïwan

T: (011-886-2) 2544-3553

F: (011-886-2) 2544-3595

### Thaïlande

#### **Surin Thanalertkul**

Agent commercial

Ambassade du Canada

Bangkok, Thaïlande

T: (011-66-2) 636-0560, poste 3356

F: (011-66-2) 636-0568

### Viêt-nam

#### **Dang Anh Thu**

Agente commerciale

Ambassade du Canada

Hanoï, Viêt-nam

T: (011-84-4) 823-5500, poste 3452

F: (011-84-4) 823-5351

#### **Huynh Trung Nhan**

Agent commercial

Consulat général du Canada

Ho Chi Minh - ville, Viêt-nam

T: (011-84-8) 824-5025, poste 1052

F: (011-84-8) 829-4528



Le Service des délégués commerciaux aide les sociétés novices ou expérimentées qui ont étudié et choisi leurs marchés-cibles.

## Quoi de neuf dans cette région?

**A**vec une superficie à peu près égale à la moitié du territoire chinois, l'**Asie du Sud** compte un quart de la population mondiale. Elle comprend l'Inde, le Pakistan, le Bangladesh, le Sri Lanka, le Bhoutan, les îles Maldives et le Népal, et constitue un marché d'envergure pour les produits, les services et les technologies canadiennes. Pour plus de détails sur l'Inde, consulter [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

Ces dix dernières années, la région a connu une transformation extraordinaire. Les marchés se sont ouverts au commerce international et les niveaux de vie ont grimpé : une classe moyenne de taille croissante ayant un revenu disponible en a émergé. Ainsi, de nouveaux débouchés existent non seulement pour les marchandises canadiennes, mais aussi pour une gamme de plus en plus grande de services.

Beaucoup d'entreprises prospères de l'**Asie du Sud** se rendent compte qu'elles ont maintenant la capacité d'exporter. Elles sont à la recherche d'expertise et de partenariats étrangers pouvant leur permettre de donner à leurs opérations un calibre international. Cette situation crée d'autres nouveaux débouchés fort intéressants pour les entreprises canadiennes.

## Qui peut m'aider à percer sur ce marché?

**H**eureusement, les entreprises canadiennes qui souhaitent explorer ce vaste marché d'exportation et en tirer parti ne sont pas seules. Le Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), à [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca), compte 11 bureaux commerciaux dans la région. Des délégués commerciaux ou des agents de commerce professionnels y travaillent pour aider aussi bien les exportateurs en herbe que les commerçants chevronnés.

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du MAECI aide les exportateurs canadiens qui ne connaissent pas la région à s'établir sur un marché particulier ou à y exploiter des débouchés connus. Vous trouverez des renseignements précis sur le PDME à [www.infoexport.gc.ca/pemd-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/pemd-f.asp)

D'autres organismes sont également présents dans la région, notamment la Société pour l'expansion des exportations, l'Agence canadienne de développement international, Industrie Canada, Ressources naturelles Canada, la Société canadienne d'hypothèques et de logement et Agriculture et Agroalimentaire Canada.

## La région de l'Asie du Sud

Pays	Inde	Pakistan	Bangladesh	Népal	Sri Lanka	Bhoutan	Maldives
Population	1 milliard	138 millions	127 millions	22 millions	19 millions	2 millions	300 000
PIB	466,1 milliards \$US	64,0 milliards \$US	36,6 milliards \$US	84,7 millions \$US	15,7 milliards \$US	2,1 millions \$US	310 millions \$US
Taux de croissance du PIB	6,0 %	4,5 %	5,2 %	3,3 %	4,3 %	7,0 %	6,3 %
Exportations canadiennes (1999)	414,8 millions \$	81,2 millions \$	121,5 millions \$	3,9 millions \$	51,5 millions \$	-----	12,6 millions \$
Contact	<a href="mailto:delhi@dfait-maeci.gc.ca">delhi@dfait-maeci.gc.ca</a>	<a href="mailto:isbad@dfait-maeci.gc.ca">isbad@dfait-maeci.gc.ca</a>	<a href="mailto:dhaka@dfait-maeci.gc.ca">dhaka@dfait-maeci.gc.ca</a>	<a href="mailto:delhi@dfait-maeci.gc.ca">delhi@dfait-maeci.gc.ca</a>	<a href="mailto:clmbo@dfait-maeci.gc.ca">clmbo@dfait-maeci.gc.ca</a>	<a href="mailto:delhi@dfait-maeci.gc.ca">delhi@dfait-maeci.gc.ca</a>	<a href="mailto:clmbo@dfait-maeci.gc.ca">clmbo@dfait-maeci.gc.ca</a>

Préparé par la Direction de l'Asie du Sud (PSA) et ses bureaux commerciaux en Asie du Sud

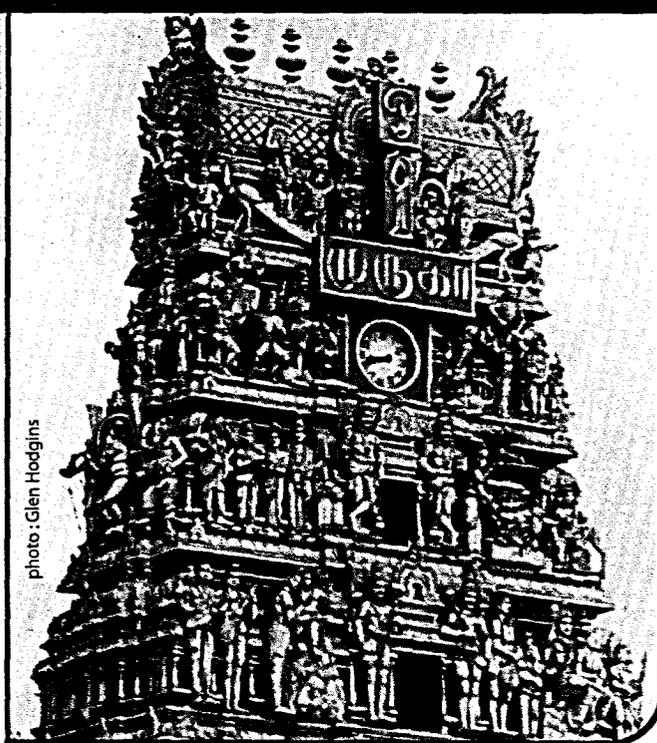


Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada

photo: Glen Hodgins



## Est-il possible d'obtenir de l'aide financière?

La Banque mondiale et la Banque asiatique de développement ont d'importants programmes de prêts pour les pays de l'Asie du Sud, en particulier l'Inde et le Pakistan et, dans une moindre mesure, le Bangladesh et le Sri Lanka. Ces programmes portent sur des secteurs tels que l'énergie, les télécommunications, les transports, l'infrastructure sociale, l'agriculture, l'environnement et les ressources naturelles. On encourage les gens d'affaires canadiens à se renseigner sur les nombreux marchés de services consultatifs et de fourniture de marchandises financés par ces banques. **Pour plus de renseignements, communiquer avec [edward.wang@dfait-maeci.gc.ca](mailto:edward.wang@dfait-maeci.gc.ca) ou avec [pierre.delorme@dfait-maeci.gc.ca](mailto:pierre.delorme@dfait-maeci.gc.ca)**

## Quels sont les débouchés?

### Télécommunications et technologies de l'information

#### Voguer sur les ondes

*Ce secteur est en expansion rapide.*

La région de l'Asie du Sud est en train d'acquérir de nouvelles technologies avancées de télécommunications et d'information, ce qui ouvre de nombreux débouchés pour les fournisseurs canadiens. Par exemple, l'Inde, dont le taux de croissance devrait atteindre 40 % par an dans ce secteur, a ouvert son marché des télécommunications interurbaines, a réduit les droits de douane et d'accise sur toutes les importations de matériel informatique, a permis aux fournisseurs de services Internet de se brancher directement à des satellites étrangers sur les bandes K<sub>u</sub> et C et a mis aux enchères une troisième génération de licences afin d'accroître les investissements directs étrangers. Les débouchés se situent dans les secteurs suivants : applications et services Internet, logiciels de télécommunications, banques et assurances,

multimédias et animation, téléenseignement, services informatisés et technologies de communications sans fil, gestion du spectre radioélectrique, surveillance des ondes radio et télécommunications rurales. Le Pakistan a pour sa part transformé son entreprise publique de téléphone en société à responsabilité limitée, et il mettra fin à son monopole sur les services téléphoniques fixes intérieurs et internationaux en 2002. Cela créera sûrement des occasions d'affaires dans les domaines des télécommunications rurales, des projets de lignes d'abonnés sans fil, des services consultatifs et de la fabrication de matériel de télécommunications.

#### Personnes-ressources :

**Inde** : [madhu.toshniwal@dfait-maeci.gc.ca](mailto:madhu.toshniwal@dfait-maeci.gc.ca)

**Pakistan** : [ali.khan@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ali.khan@dfait-maeci.gc.ca)

**Sri Lanka** : [chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca](mailto:chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca)

**Bangladesh** : [tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca)

#### Les Canadiens réussissent

► **Nortel Networks** dépensera en Inde un montant pouvant atteindre 350 millions de dollars américains au cours des trois prochaines années pour fournir des services Internet de haute performance, en améliorant l'infrastructure, en embauchant plus de gens, en stimulant les exportations de technologies et en réservant une partie du trafic du réseau à des activités éducatives et sociales. **Nortel, Télélobe, Eicon, Entrust, Newbridge et Teklogix** ont activement négocié des ententes

de marketing et de distribution qui devraient engendrer des ventes de 150 millions de dollars, d'après les estimations de l'industrie.

► La société torontoise **WaveRider Communications Inc.**, grand fournisseur mondial de produits fixes sans fil d'accès à Internet, a réussi à obtenir une première commande de Grameen Cybernet, important fournisseur de services Internet au Bangladesh.

► **Nortel Networks**, de Mississauga, a signé un marché clés en main avec l'Administration des téléphones et télégraphes du Bangladesh pour la fourniture, l'installation et la mise en service d'un réseau de transmission téléphonique dans quatre régions du pays.

► **EFA Software Services Ltd.**, de Calgary, a fourni des logiciels de gestion automatique des transactions mobilières aux bourses des valeurs de Karachi et Lahore, ainsi qu'au nouveau Dépôt central des valeurs du Pakistan.

# ASIE DU SUD

## Électricité et énergie

### Alimenter la croissance

*Il existe d'extraordinaires débouchés dans les secteurs suivants : production, transmission et distribution d'électricité, modernisation et rénovation de vieilles centrales, petits et mini projets hydroélectriques, centrales intégrées et énergies de remplacement, appareils de mesure électroniques et services connexes. La région de l'Asie du Sud souffre déjà de pénuries d'électricité, et la demande ne cessera pas d'augmenter.*

**E**n Inde, par exemple, le vaste marché de l'électricité offre de nombreux débouchés aux exploitants privés puisque le gouvernement s'est engagé à réaliser une réforme du secteur de l'énergie en développant l'hydroélectricité, en permettant aux sociétés étrangères d'avoir des centrales électriques en propriété exclusive et en offrant des concessions fiscales et des droits de douane réduits. L'Administration centrale de l'électricité estime la puissance de pointe nécessaire à 207 000 mégawatts (MW) pour les 12 prochaines années, tandis que la puissance installée n'est actuellement que de 93 000 MW. Pour faire face à ses besoins d'électricité, le pays a adopté une combinaison de technologies allant du thermique au nucléaire, en passant par l'hydroélectricité. Ces derniers temps, on attache beaucoup d'importance aux sources d'énergie non conventionnelles. Le **Pakistan**, dont la demande d'électricité augmente de 6 % par an, s'attend à manquer d'énergie dans deux ou trois ans. Le gouvernement met en

œuvre un programme de restructuration destiné à transformer les services publics de production, de transmission et de distribution d'électricité en sociétés, qui seront plus tard privatisées. Les pénuries d'électricité nécessiteront en outre des investissements dans des centrales thermiques et hydroélectriques. Le **Sri Lanka** et le **Bangladesh** devront affronter des pénuries semblables dans un très proche avenir, ce qui offrira d'intéressants débouchés aux exportateurs canadiens spécialisés dans les produits et les services préalablement mentionnés.

#### Personnes-ressources :

**Inde** : ashwani.nanda@dfait-maeci.gc.ca

**Pakistan** : ahsan.ulhaq@dfait-maeci.gc.ca

**Sri Lanka** : chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca

**Bangladesh** : tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca

### Les Canadiens réussissent

- ▶ **SNC-Lavalin**, de Montréal, et la société indienne Jaiprakash Industries Ltd. dirigent un consortium indo-canadien qui vient de décrocher un contrat de la National Hydroelectric Power Corp. pour la réalisation du projet de centrale hydroélectrique clés en main Chamera II à Himachal Pradesh, en **Inde**.
- ▶ **B.C. Hydro**, de Vancouver, vient de former une alliance avec la société DSCL Energy Services Company de l'**Inde** pour réaliser des projets d'économie d'énergie. Les deux entreprises commenceront par des travaux de construction portant notamment sur des hôtels, des hôpitaux et des complexes commerciaux. Ils s'occuperont ensuite de projets des industries papetière et sucrière, qui consomment beaucoup d'énergie.
- ▶ **SNC-Lavalin**, de Montréal, a participé avec succès à une coentreprise privée visant à construire une centrale thermique au mazout de 115 MW près de Lahore, au **Pakistan**.
- ▶ **Hydro-Québec International**, de Montréal, a signé un contrat avec l'Administration de l'électricité du **Bangladesh** pour la modernisation du Centre principal de répartition situé près de Dacca.

## LES ILES MALDIVES

Bien que l'économie des îles Maldives soit l'une des plus petites du monde, il ne faut pas faire abstraction de ce marché. Les exportations canadiennes à destination des Maldives consistent principalement en hélicoptères et en

avions, mais, avec le développement du tourisme, l'industrie s'intéresse de plus en plus à un tourisme durable axé sur les centres de villégiature des îles. Des occasions d'affaires pourraient émerger de ce secteur.

# ASIE DU SUD

## Pétrole et gaz

### Un secteur d'avenir

*L'Inde et le Pakistan ont mis en œuvre des politiques permettant la participation de sociétés étrangères à la prospection et à la mise en valeur de leurs ressources nationales de gaz naturel ainsi qu'à la fourniture de l'infrastructure, du matériel et des technologies connexes.*

**L'**Inde, qui se classe actuellement neuvième parmi les plus grands pays consommateurs de pétrole, devrait arriver bon cinquième au cours des 20 prochaines années. Néanmoins, sa production actuelle ne suffit à répondre qu'à 34 % de sa demande totale. Par conséquent, l'Inde a ouvert son marché de détail au secteur privé en vue d'attirer des investissements dans le cadre de coentreprises et d'alliances stratégiques pour la prospection tant sur terre qu'au large des côtes. De son côté, le **Pakistan** ne peut produire que 20 % de sa demande, tandis que la production

nationale de gaz naturel (2,2 milliards de pieds cubes) répond aux besoins intérieurs. Cela a incité le gouvernement à favoriser la conversion au gaz des centrales thermiques et des véhicules. Le gouvernement s'attend donc à faire passer le nombre de postes de ravitaillement en gaz naturel comprimé de 125 à 300 d'ici la fin de 2002.

#### Personnes-ressources :

**Inde :** amitabh.arora@dfait-maeci.gc.ca

**Pakistan :** ahsan.ulhaq@dfait-maeci.gc.ca

**Bangladesh :** tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca

Les Canadiens réussissent

▶ **Global Thermoelectric**, de Calgary, a obtenu en 1999 un deuxième contrat de l'Administration du gaz de l'**Inde** pour la fourniture de génératrices thermoélectriques devant alimenter des appareils de communications et de mesure placés à proximité des pipelines. Le premier contrat, décroché en 1997, portait sur la fourniture de génératrices alimentées au gaz.

▶ **Presson Manufacturing Ltd.** (équipement d'usine), de Calgary, a signé un contrat avec une entreprise locale d'ingénierie du **Pakistan** pour la production d'une installation de déshydratation et la fourniture d'équipement.

▶ Travaillant de concert avec Environnement Canada, **Yugo-Tech Gas Conversions Inc.**, de Mississauga, a mis au point et perfectionné une nouvelle technologie permettant de faire fonctionner des moteurs à deux temps avec du gaz naturel comprimé.

Des démonstrations sont prévues d'ici la fin de 2000. Elles auront lieu en **Inde**, au **Pakistan** et au **Bangladesh** sur des pousse-pousse motorisés, qui constituent un moyen de transport courant dans ces pays. La nouvelle technologie réduira non seulement les émissions polluantes des véhicules, mais aussi leurs frais d'exploitation. Les économies que la nouvelle technologie pourrait assurer sont considérables, les trois pays dépendant actuellement du pétrole importé tout en disposant d'abondantes réserves de gaz naturel.

## LE NÉPAL

Au Népal, les débouchés commerciaux sont principalement reliés à des projets de développement, le plus souvent financés par des donateurs bilatéraux tels que la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement.

À l'heure actuelle, le marché des produits du papier est le secteur le plus intéressant pour les exportateurs canadiens. Toutefois, il existe également des débouchés pour l'expertise canadienne dans la production d'électricité et les services connexes d'ingénierie, les transports, le matériel de communications, l'agriculture, l'adduction d'eau et les installations

de traitement des eaux d'égout. On y trouve aussi des possibilités d'investissements privés dans le secteur de l'électricité, dans la mesure où le Népal pourra se brancher à un réseau électrique d'Asie du Sud. Bien que le marché soit petit, le développement actuel de l'infrastructure peut tirer parti des capacités de nombreuses entreprises canadiennes. Le Canada a depuis longtemps des relations positives avec le Népal, ce qui constitue un avantage considérable pour les entreprises canadiennes sur ce marché.

## LE BHOUTAN

Malgré le fait que le gouvernement du Bhoutan limite le nombre de « visiteurs » sur son territoire afin de minimiser l'influence étrangère, le Canada aide ce pays depuis un certain temps à établir un système moderne d'éducation. Un des pays les plus pauvres de la terre, le Bhoutan présente néanmoins des débouchés pour les entreprises canadiennes qui s'intéressent à l'éducation et à la formation,

à la télémédecine, au téléenseignement, aux télécommunications ainsi qu'au matériel et aux services Internet. Les secteurs prioritaires sur lesquels les sociétés canadiennes devraient concentrer leurs efforts comprennent l'hydro-électricité, les transports (routes), l'aviation, la construction domiciliaire et le tourisme.

# ASIE DU SUD

## Transports

### En route vers la prospérité

*Les besoins de l'Asie du Sud correspondent bien aux capacités canadiennes en ingénierie dans les domaines de la conception des ports et des autoroutes, des systèmes de transport en commun, des systèmes de sécurité ferroviaire, des communications, de l'équipement de signalisation et du matériel roulant.*

**L**es chemins de fer ont besoin de systèmes de sécurité, de matériel roulant, d'équipement de signalisation, de locomotives pour trains de passagers, de systèmes de communications traditionnels et à fibre optique ainsi que de systèmes de gestion de l'information. Consciente de cette situation, la Société pour l'expansion des exportations a réservé 300 millions de dollars pour appuyer les fournisseurs canadiens de matériel ferroviaire dans le cadre de différents projets d'amélioration réalisés en Inde. Des **systèmes de transport en commun** sont nécessaires pour le projet de métro à étapes multiples de Delhi et le système de transport urbain rapide de Karachi. Dans toute la région, la construction d'**autoroutes** nécessitera le recours aux services d'ingénieurs-conseils ainsi que l'achat de matériel de construction lourd, de systèmes de creusement de tunnels, de systèmes de gestion de la circulation et de péage routier ainsi que de technologies de revêtement. Le secteur des **transports** aura besoin d'aéronefs, d'aides à la navigation et à la formation, de services de conception et de gestion d'aéroports, de services d'ingénierie et de conception de ports, de matériel spécialisé de transport et de manutention

des marchandises, d'expertise en réseaux de transport intermodaux, de métros, de tramways et de chemins de fer aériens. La modernisation des grands aéroports, la privatisation des transporteurs nationaux, les grands travaux d'expansion des ports et la planification de projets de revitalisation des voies navigables intérieures dans le cadre de l'aménagement de réseaux intermodaux de transport de marchandises et de passagers comptent parmi les grands projets actuellement en cours ou en préparation dans presque chacun des pays de la région.

#### Personnes-ressources :

**Inde :** linda.brazeau@dfait-maeci.gc.ca

**Pakistan :** ahsan.ulhaq@dfait-maeci.gc.ca

**Sri Lanka :** chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca

**Bangladesh :** tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca

#### Les Canadiens réussissent

- ▶ **Industries Océan**, de l'Île aux Coudres, a obtenu un contrat pour la fourniture de deux bateaux-pilotes au port de Karachi, au **Pakistan**. Cette société québécoise est en bonne position pour décrocher un autre contrat semblable avec Port Qasim, la deuxième installation portuaire de Karachi.
- ▶ **Chalmers Suspension International Inc.**, de Mississauga, a formé un partenariat avec Jaycee Coach Builders, de Chandigrah en **Inde**, pour la fabrication de suspensions en caoutchouc hautement perfectionnées pour les remorques et les autobus.

# ASIE DU SUD

## Exploitation minière

### Un sous-sol riche

*En Asie du Sud, tant l'Inde que le Pakistan offrent des débouchés pour les sociétés minières canadiennes.*

L'Inde a une industrie minière florissante qui produit plus de 84 minéraux et représente environ 11 % de la production industrielle totale du pays; cette proportion pourrait même passer à 20 %. Grâce à la modification des lois régissant la propriété des mines et à l'expansion des possibilités d'investissements directs étrangers, le marché indien des mines, des minéraux et des métaux s'avère maintenant fort attrayant pour les entreprises étrangères. Des mesures fiscales favorables aux sociétés, la participation du secteur privé et de sociétés étrangères à des coentreprises et la suppression des obstacles bureaucratiques s'allient pour faire des mines l'un des secteurs les plus intéressants de l'économie indienne. Les secteurs miniers de l'Inde et du Canada sont complémentaires, compte tenu des capacités technologiques canadiennes dans les domaines des mines, de la production de charbon et d'acier

et de l'usinage des métaux. Au nombre des secteurs de croissance possibles, mentionnons l'exploration et la mise en valeur des mines, la vente de minéraux et de charbon, le traitement des minerais (y compris la fabrication de l'acier) et du charbon, le matériel minier (dont l'équipement lourd et les petits composants tels que les outils de forage), les services techniques (notamment des services d'experts-conseils et d'ingénierie, des services de laboratoire et des levés aériens) et les services de gestion (dont des conseils pour la privatisation, l'utilisation du capital-risque et les placements). Au Pakistan, la production d'acier a engendré une demande de charbon importé, à laquelle peuvent répondre les producteurs canadiens.

#### Personnes-ressources :

**Inde :** ranjan.banerjee@dfait-maeci.gc.ca

**Pakistan :** ali.khan@dfait-maeci.gc.ca

### Les Canadiens réussissent

► **Met-Chem**, de Montréal, a récemment signé une entente avec la Kudremukh Iron Ore Company Limited (KIOCL), la plus grande société de l'Inde dont les activités sont orientées à 100 % sur l'exportation. Cette entente vise la

rédaction d'un rapport détaillé sur la faisabilité et la rentabilité de l'exploitation d'un gisement de minerai primaire. Le contrat permettra à la KIOCL de poursuivre ses opérations minières pendant 17 autres années.

► **Fording Coal**, de Calgary, a renouvelé un contrat pluriannuel de plusieurs millions de dollars pour la fourniture de charbon à l'aciérie Steel Mill Corporation de Karachi, au Pakistan.

## Logement et construction

### Bâtir la confiance

*La région de l'Asie du Sud a besoin non seulement de logements pour ses habitants, mais aussi d'autoroutes, de viaducs, de ports, d'aéroports et de systèmes de transport en commun. Les autres débouchés possibles comprennent les systèmes de sécurité de pointe pour les grands immeubles d'habitation, les technologies permettant de faire des économies d'énergie, les fenêtres et les portes ainsi que les revêtements décoratifs pour les façades d'immeubles.*

En Inde, le gouvernement a accordé ces dernières années d'importantes subventions pour augmenter le nombre de mises en chantier. L'amortissement accéléré et d'autres encouragements fiscaux devraient provoquer une hausse de la demande de logements. On a également annoncé d'ambitieux projets de logement de masse. Au Sri Lanka, le gouvernement demeure très attaché au programme « Logement pour tous en 2000 ». Les projets en cours prévoient la construction de 100 000 habitations à coût modique;

ce chiffre pourrait tripler d'ici un an si les autorités trouvent un ratio technologie-coût approprié. L'Inde et le Sri Lanka ont besoin de logements peu coûteux et recherchent donc des techniques de construction permettant de remplacer les maisons traditionnelles faites de brique et de ciment.

#### Personnes-ressources :

**Inde :** apurva.mehta@dfait-maeci.gc.ca

**Sri Lanka :** chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca

### Les Canadiens réussissent

► La société ontarienne **Mascon Engineering Ltd.** a signé un contrat avec M.S. Khurana Engineering, d'Ahmedabad en Inde, pour la mise en œuvre du système de construction Mascon, qui se base sur des coffrages d'aluminium

réutilisables et un ordonnancement hautement organisé, en vue de la construction de 1 408 logements. Ce système s'avère très économique et particulièrement adapté aux projets de logement de masse.

► **Edwards International**, de Mississauga, a obtenu plusieurs commandes de matériel et de systèmes de détection d'incendie en Inde. De concert avec son distributeur autorisé Radiant, Edwards a décroché le contrat de M/S Indian Oil Petronaz Ltd.

# ASIE DU SUD

## Agriculture et produits alimentaires

### À la recherche d'investissements, d'idées et d'innovations

*L'agriculture est un secteur extrêmement important dans ces pays très peuplés de l'Asie du Sud.*

**E**n Inde, l'agriculture représente un tiers du PIB et emploie un tiers de la population active. Le gouvernement est déterminé à lever toutes les restrictions quantitatives sur les importations de biens de consommation d'ici le 1<sup>er</sup> avril 2001 et à baisser les droits d'importation, ce qui devrait faire de l'Inde un marché fort attrayant pour les fournisseurs canadiens de produits alimentaires transformés et de boissons. La transformation des aliments est l'un des secteurs les moins exploités du pays. L'industrie est petite et le marché indien des aliments à valeur ajoutée a de bonnes chances de tripler pour atteindre 55 milliards de dollars américains d'ici 2005. Au **Pakistan**, le gouvernement encourage l'investissement dans le secteur

agroalimentaire, notamment en ce qui a trait aux fruits exotiques et à l'horticulture. En plus d'être l'un des plus importants fournisseurs de pois, de lentilles et de légumineuses de l'**Inde**, du **Pakistan**, du **Bangladesh** et du **Sri Lanka**, le Canada est souvent considéré comme un fournisseur de choix dans beaucoup de ces pays. On peut facilement envisager de porter à plus de 50 % la part canadienne actuelle du marché, qui se situe actuellement entre 20 et 30 %.

#### Personnes-ressources :

**Inde et Népal** : ram.gupta@dfait-maeci.gc.ca

**Pakistan** : ali.khan@dfait-maeci.gc.ca

**Sri Lanka** : chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca

**Bangladesh** : tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca

#### Les Canadiens réussissent

► **Seagram Ltd.** a conclu un accord avec **KS. Dhillon and Associates** de l'**Inde** pour la formation de **Rocky Distilleries**, une nouvelle entreprise destinée à augmenter sa capacité d'embouteillage et de distillation. L'installation aura une capacité initiale d'embouteillage de 5 000 kilolitres, qui devrait doubler au cours de la deuxième phase de l'initiative.

Le coût total du projet est de 1,3 million de dollars.

► La grande société canadienne de produits alimentaires **McCain Foods** a créé une filiale en propriété exclusive en Inde pour importer du Canada et mettre en marché des frites, des concentrés de jus de fruits congelés ainsi

que des flocons de pomme de terre. **McCain** a déjà exporté pour près d'un million de dollars de ces produits sur le marché indien.

► **Parrish and Heimbecker**, de Vancouver, a obtenu des commandes de blé du **Sri Lanka** et du **Bangladesh** à la suite d'une mission dans ces pays.

## Environnement

### Des changements dans l'air

*Les entreprises canadiennes auraient avantage à découvrir les moyens de répondre aux besoins du marché de l'Asie du Sud.*

**E**n Inde, ce secteur connaît actuellement une croissance de 20 à 25 % par an, les débouchés représentant environ 3,1 milliards de dollars américains, dont 2,1 milliards pour l'adduction d'eau et du matériel de traitement des eaux usées, 75 millions pour du matériel environnemental et 650 millions pour de l'équipement de lutte contre la pollution atmosphérique. De même, le **Pakistan**, le **Sri Lanka** et le **Népal** offrent des débouchés dans les domaines du traitement des eaux usées, de la gestion des déchets solides et des déchets dangereux et des technologies de combustion propre.

#### Personnes-ressources :

**Inde** : viney.gupta@dfait-maeci.gc.ca

**Pakistan** : ali.khan@dfait-maeci.gc.ca

**Sri Lanka** : chris.pullenayegem@dfait-maeci.gc.ca

**Népal** : ranjan.banerjee@dfait-maeci.gc.ca

**Bangladesh** : tanweer.islam@dfait-maeci.gc.ca

#### Les Canadiens réussissent

► **R.V. Anderson**, de Toronto, est présente en **Inde** depuis 1994, année où elle a décroché un marché de la Banque mondiale pour l'étude du réseau d'égout de Mumbai. Cette entreprise ontarienne a récemment obtenu un autre contrat portant sur l'exploitation d'une usine de traitement d'effluents du parc industriel de Vapi, à Gunarat. **R.V. Anderson** s'occupe des besoins en matière d'égouts collecteurs et d'assainissement de l'eau pour le compte de la municipalité du Grand Mumbai.

Nous publierons le **Plan d'action commercial de l'Asie du Sud** sur le site Internet du MAECI au début de 2001. Vous y trouverez des renseignements détaillés sur les secteurs prioritaires du marché et une liste des activités auxquelles participeront les agents du MAECI chargés de l'**Asie du Sud** ainsi que le personnel de nos missions dans la région au cours de l'année qui vient.

 LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

# ASIE DU SUD

## Message de M. Peter Sutherland, haut-commissaire du Canada en Inde

Récemment arrivé en Inde, j'ai été frappé par le dynamisme du marché et par l'énergie des forces qui mènent le processus de réforme économique. Ce n'est pas un travail facile dans une économie qui se classe douzième au monde par la valeur du PIB et cinquième au chapitre du pouvoir d'achat. Nous assistons cependant à une importante évolution des attitudes sous l'influence de facteurs tels que les technologies de l'information et des communications, la privatisation des entreprises du secteur public et un climat d'investissement de plus en plus ouvert et libéral. Compte tenu des excellentes perspectives de croissance dans l'ouest, le nord-ouest et le sud du pays et des réformes qui se poursuivent en ce qui a trait au développement de l'infrastructure ainsi que dans le secteur financier et ailleurs, l'Inde est un marché qu'il importe de ne pas perdre de vue. Si vous n'avez pas envisagé ce marché jusqu'ici, vous pouvez considérer

aujourd'hui qu'il s'agit de la « nouvelle frontière ». Si vous n'avez pas été en Inde depuis trois ans, le moment est parfaitement indiqué pour une visite. L'intérêt mondial pour les marchés émergents est concentré sur l'Inde comme jamais auparavant, et le Fonds monétaire international, la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement et la Banque asiatique de développement peuvent en attester. Je dirais, pour reprendre les paroles des entrepreneurs qui ont réussi : « C'est là que se trouve la croissance! » Nous sommes d'ailleurs témoins d'une présence renouvelée de nos concurrents en Inde et d'une expansion déterminée des efforts qu'ils déploient. Pour profiter des relations aux multiples aspects qui existent entre le Canada et l'Inde, venez prendre part à l'extraordinaire métamorphose d'un pays qui fera un jour partie des chefs de file du commerce international.



## Message de M. Ferry de Kerckhove, haut-commissaire du Canada au Pakistan

Souvent négligé, le Pakistan, ce marché de l'Asie du Sud qui compte 138 millions d'habitants, a connu une croissance économique de 4,8 % cette année. Les impôts sur les sociétés ont été réduits de 35 à 9 %, le régime fiscal a été simplifié et la privatisation, accélérée. De plus, on y encourage l'investissement étranger.

Le secteur financier est à la fois solide et dynamique, et les banques font bien leur travail. On trouve au Pakistan d'excellentes occasions d'investissement dans les technologies de l'information et le secteur des télécommunications.

La Pakistan Telecommunications Company Limited doit être privatisée sous peu. Des parts minoritaires des champs de pétrole et de gaz sont offertes par le gouvernement. Dans le secteur minier, il y a des débouchés dans la mise en valeur du titane, de l'or et d'autres métaux précieux.

En fait, on peut résumer ainsi les perspectives qui s'offrent dans ce pays : « Le Pakistan n'est pas indiqué pour les faibles, mais de grandes récompenses attendent ceux qui sauront persister. »

## Message de M. David Preston, haut-commissaire du Canada au Bangladesh

Je suis très heureux de la publication de ce supplément de *CanadExport* sur l'Asie du Sud, au moment où nous réussissons à étendre nos relations avec le Bangladesh au-delà des aspects traditionnels de la coopération pour le développement. Cette évolution est attribuable aux besoins considérables d'infrastructure qui se font sentir dans le pays.

Le marché du Bangladesh offre des créneaux prometteurs aux sociétés canadiennes des secteurs de haute



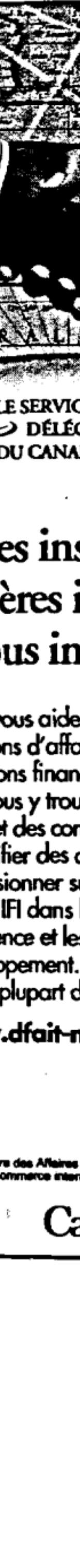
technologie, y compris les télécommunications, les transports, l'électricité, le pétrole et le gaz ainsi que les produits agroalimentaires.

Le secteur privé exerce en outre des pressions croissantes en faveur d'une plus grande coopération régionale, ce qui peut multiplier les débouchés dans le domaine du développement de l'infrastructure.

## Message de M<sup>me</sup> Ruth Archibald, haut-commissaire du Canada au Sri Lanka



Le Sri Lanka offre d'extraordinaires débouchés dans les domaines des télécommunications, des transports, de l'électricité et d'autres secteurs d'infrastructure, surtout pour les entreprises qui sont prêtes à y travailler à moyen et à long terme. Bien que les exportations de produits agroalimentaires se soient considérablement accrues, elles peuvent encore augmenter. L'économie ouverte du Sri Lanka, son engagement envers la privatisation et la promotion du libre-échange régional, y compris l'accord récemment mis en œuvre avec l'Inde, font de ce pays le point d'accès logique à l'ensemble du marché de l'Asie du Sud.



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Les institutions financières internationales vous intéressent ?

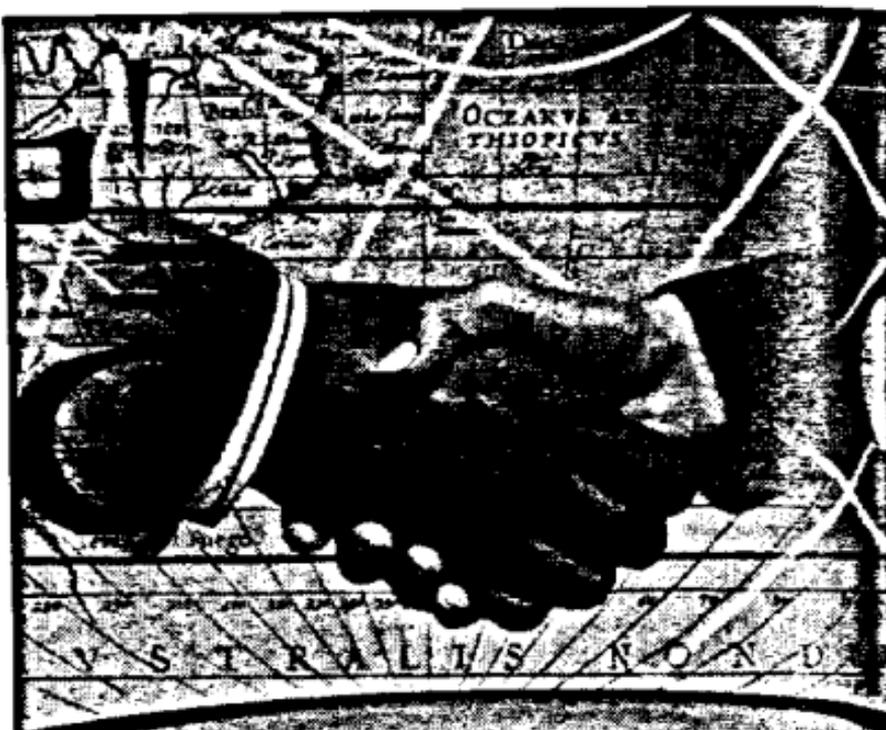
IFINet vous aidera à tirer parti des occasions d'affaires offertes par les institutions financières internationales (IFI). Vous y trouverez des renseignements et des conseils sur la façon d'identifier des débouchés et de soumissionner sur les projets financés par les IFI dans les marchés en émergence et les économies en développement. Et bien sûr, des liens vers la plupart des sites Web des IFI.

[www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet)

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Les institutions financières internationales vous intéressent ?

IFINet vous aidera à tirer parti des occasions d'affaires offertes par les institutions financières internationales (IFI). Vous y trouverez des renseignements et des conseils sur la façon d'identifier des débouchés et de soumissionner sur les projets financés par les IFI dans les marchés en émergence et les économies en développement. Et bien sûr, des liens vers la plupart des sites Web des IFI.

[www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ifinet)



Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada

— Suite de la page 1

le ministère du Commerce extérieur et de la Coopération économique, le ministère des Sciences et de la Technologie, le ministère de l'Industrie de l'information, l'Académie des sciences et le gouvernement municipal populaire de Shenzhen. Plusieurs membres importants de la hiérarchie chinoise y ont participé, notamment M. Chen Siwei, vice-président du Congrès national du peuple et « père du capital de risque » en Chine, et le vice-premier ministre M. Wu Bangguo.

Les principaux thèmes étaient les suivants : le capital de risque dans l'industrie de la haute technologie; la technologie de l'information au XXI<sup>e</sup> siècle; la biotechnologie et la médecine au XXI<sup>e</sup> siècle. Dans le contexte de la technologie de l'information au XXI<sup>e</sup> siècle, M. Wilkin Chan, vice-président de Nortel Networks China Limited, a présenté une communication sur l'établissement d'un réseau internet à haut rendement.

La délégation canadienne reflétait à la fois l'étendue et la portée de l'implication des Canadiens dans le secteur de la haute technologie en Chine. Quelque 18 entreprises étaient représentées, entre autres Nortel Networks, Nordx, Mitel, VIVE Synergies, Eicon Technology Corporation, the Billion Group, Harris Corporation, Zi Corporation, Supermaster, E-Commerce Partner Inc., WISE Info Tech, BioBasic, Convion, Entrust Technologies. Plus de 120 personnes ont fait la promotion des intérêts canadiens, dont 25 étudiants chinois qui poursuivent leurs études de doctorat au Canada. Le stand canadien est devenu un pivot et un point de rencontre privilégié des participants à l'exposition. Pour souligner l'excellente conception du stand et ses efforts de promotion des relations sinocanadiennes dans le domaine de la haute technologie, le président de l'exposition a remis au consulat du Canada à Guangzhou le Prix de l'excellence organisationnelle.

Le réseautage ciblé constitue un élément fondamental des foires commerciales en Chine, et l'exposition de Shenzhen n'a pas fait exception à cette règle. Le consulat du Canada à Guangzhou a organisé cinq forums commerciaux de maillage avec les autorités provinciales chinoises, auxquels ont assisté des gouverneurs, vice-gouverneurs et maires locaux ainsi que des hauts

fonctionnaires et des décideurs. Selon les entrepreneurs canadiens participants (délégués en bonne et due forme ou improvisés), ces séances se sont avérées extrêmement profitables, et certains ont pu conclure des affaires sur place.

La China High-Tech Fair illustre parfaitement l'action des programmes

de négociation de titres en ligne d'une valeur de 3 millions de dollars américains.

Billion Group a signé une lettre d'intention avec Jiangxi Xinhe Technology Limited relativement à des logiciels et à de la technologie de cybercommerce.

Le ministère de l'Industrie de l'information de Hebei a accepté d'aider Big Sky Network Canada Ltd. (China

# High-Tech Fair 2000 en Chine



canadiens de développement du commerce international. Nos missions en Chine collaborent étroitement avec les exportateurs du Canada en vue de faire connaître les technologies canadiennes en matière d'information et de communications dans les marchés dynamiques et florissants de la Chine.



Le stand du Canada à la China High-Tech Fair, à Shenzhen.

## Faits saillants commerciaux

Les entreprises canadiennes ont distribué plus de 50 000 brochures d'information, et le consulat général a remis 60 000 exemplaires de matériel promotionnel. Les sociétés suivantes ont signalé des discussions fructueuses :

**Nortel Networks** et Henan Unicom et Jiangxi Telecom; de plus, Guangdong COFERT doit accélérer l'approbation gouvernementale visant le transfert de technologie GMS (Global Memory System — système de mémoire globale) à Guangdong Nortel.

**Supermaster** a signé une entente avec la Province de Jiangxi concernant la vente de services bancaires en ligne et la possibilité d'établir des logiciels

Broadband Corp.) à pénétrer le marché local.

**Wise Info Tech** a été présentée à plusieurs distributeurs éventuels et prévoit d'autres discussions avec Henan Unicom et Hefeng Industrial Group Ltd.

**VIVE Synergies Inc.** a rencontré trois distributeurs éventuels pour ses solutions d'accès à l'internet.

**Nordx** a déniché plusieurs acheteurs et un collaborateur éventuel pour son système de câblodiffusion.

Le gouvernement de l'Alberta a établi des contacts utiles avec des entreprises de TI (technologie de l'information) de Chine et le gouvernement chinois.

Le consulat général à Guangzhou a profité de ses liens actuels avec des spécialistes des TCI (technologies des communications et de l'information) au sein des gouvernements provinciaux de Chine en les présentant à des experts canadiens du domaine.

**Pour en savoir plus** sur la façon de participer à l'exposition **China High-Tech Fair 2001** ou à tout autre événement en matière de TCI en Chine, communiquer avec M. Marcel Belec, délégué commercial, Direction de la Chine et de la Mongolie, tél. : (613) 995-6962, courriel : [marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M<sup>me</sup> Cathy Yao, agente commerciale, consulat du Canada à Guangzhou, tél. : (011-86-20) 8666-0569, téléc. : (011-86-20) 8667-2401, courriel : [cathy.yao@dfait-maeci.gc.ca](mailto:cathy.yao@dfait-maeci.gc.ca) \*

**L**a région du Kansai correspond à la moitié occidentale de l'île de Honshu, la plus grande île de l'archipel japonais. Le Kansai, où l'on retrouve la conurbation d'Osaka, Kobe, Kyoto et Nara, compte 22 millions d'habitants. Située au centre du Japon, cette région est au cœur même des télécommunications et des transports industriels à l'échelle nationale et internationale. Le produit régional brut du Kansai

surgissent chaque jour, et il y a au Kansai une forte demande de solutions concrètes aux problèmes de protection de l'environnement.

### Recherche et développement : des possibilités illimitées

Le Kansai regroupe environ un millier d'instituts de recherche privés rattachés à des universités ou à des collèges, où les

resque des montagnes de Keihanna, la Cité s'étend sur 15 000 hectares et englobe les préfectures d'Osaka, de Kyoto et de Nara. Quelque 70 instituts culturels, scientifiques et de recherche s'y sont déjà établis. Il s'agit de laboratoires tant privés que publics, tel que le Research Institute of Innovative Technology for the Earth. Parmi les nombreuses entreprises à y avoir aussi installé des centres et des laboratoires de recherche se trouvent Kyocera, Matsushita Electric Industrial, Nippon Telegraph and Telephone, Omron, Canon, Bayer Yakuhin et Sumitomo Metal Industries. Mentionnons en outre que d'autres sociétés se joindront bientôt au groupe. Les instituts de recherche emploient près de 4 000 chercheurs, dont environ 150 résidents étrangers.

*Un vaste marché de l'environnement*

# La région du Kansai au Japon

dépasse les PIB de la Corée du Sud, de Taïwan, de Hong Kong et de la Thaïlande combinés. D'ailleurs, si c'était un pays, le Kansai occuperait le septième rang au monde au chapitre du PIB; il est en outre le deuxième pôle économique du pays, après Tokyo. Plusieurs projets de grande envergure sont en voie de réalisation dans la région, comme la Cité de la science du Kansai et le projet de développement de la baie d'Osaka. De telles initiatives favorisent une croissance équilibrée et contribuent à résoudre des problèmes attribuables à la trop grande concentration d'habitants dans la région de Tokyo.

Le Japon accorde de plus en plus d'importance aux questions environnementales et à la détérioration de l'environnement. Le Canada est reconnu pour la propreté et la qualité de son environnement, et cette bonne réputation lui confère un avantage certain au Kansai. À titre d'exemple, les entreprises japonaises s'intéressent beaucoup aux nouvelles technologies utilisées pour éliminer les BPC et les dioxines. Plusieurs partenariats entre des organisations japonaises et canadiennes ont déjà été établis en vue d'un transfert de technologie canadienne, et la seule entreprise canadienne de génie en environnement ayant un bureau au Japon a choisi de s'établir à Osaka. De nouveaux problèmes concernant l'environnement planétaire

possibilités en R-D sont illimitées. La région peut se targuer d'avoir été à l'origine d'un grand nombre de technologies



de calibre mondial, notamment dans les domaines des photons, de la biochimie et de l'environnement. On y trouve aussi des centres de recherche spécialisés dans les centres et dispositifs électroniques.

Outre les établissements de recherche privés, on compte dans la région du Kansai environ 350 centres d'essais et de recherche nationaux ou établis par les municipalités et les préfectures. Ces établissements réalisent un large éventail d'expériences dans divers domaines. Ils offrent entre autres aux entreprises locales de la formation technique ainsi que des services d'essais et d'expérimentation afin de résoudre les problèmes techniques auxquels ces entreprises se heurtent concernant des produits ou des procédés de fabrication.

### La Cité de la science du Kansai

La Cité de la science du Kansai désigne un groupement d'organismes et d'instituts de recherche axés sur la culture et les sciences. Nichée dans le décor pitto-

### Sites internet

- International Institute for Advanced Studies  
[www.iias.or.jp/top/home\\_e.htm](http://www.iias.or.jp/top/home_e.htm)
- La Cité de la science du Kansai  
[www.keihanna-plaza.co.jp/KRI/gaken/gktobi\\_e.htm](http://www.keihanna-plaza.co.jp/KRI/gaken/gktobi_e.htm)
- Nara Institute of Science and Technology  
[www.aist-nara.ac.jp](http://www.aist-nara.ac.jp)
- « Ni-Ka en direct » (site consacré aux relations entre le Canada et le Japon)  
[www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka)
- Research Institute of Innovative Technology for the Earth  
[www.rite.or.jp](http://www.rite.or.jp)

Pour plus de renseignements, s'adresser à M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2467, téléc. : (613) 944-2397, courriel : [jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca) ou à M. Yoshio Horiuchi, agent de commerce, consulat général du Canada à Osaka, tél. : (011-81-729) 52-4628, téléc. : (011-81-6) 6212-4914, courriel : [yoshio.horiuchi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:yoshio.horiuchi@dfait-maeci.gc.ca) ✪



**L**e Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

**ALGÉRIE — Permis internationaux d'exploration pétrolière et gazière** — (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Alger, Algérie.) Le ministère de l'Énergie et des Mines et Sonatrach (société pétrolière publique) ont annoncé une série d'attributions de permis internationaux relativement à des débouchés en matière d'exploration pétrolière et gazière pouvant être exploités en partenariat avec la société Sonatrach. Les blocs visés par l'appel d'offres sont situés dans différents bassins pétrolifères algériens, à savoir les bassins de Berkine, d'Illizi, de l'Ahnet, de Timimoun et du sud-est constantinois. On s'attend à découvrir d'importantes ressources

# Le Centre des occasions d'affaires

pétrolières en expansion dans ces bassins. Pour plus de détails, consulter le site internet de Sonatrach à : [www.sonatrach-dz.com/fra\\_mem.htm](http://www.sonatrach-dz.com/fra_mem.htm) Les données statistiques sur les blocs désignés pourront être consultées à Alger, jusqu'au 20 décembre 2000. Pour plus d'information sur la première série d'attributions de permis, voir le site internet du ministère de l'Énergie et des Mines à : [www.mem-algeria.org](http://www.mem-algeria.org) Date limite : 14 février 2001. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), numéro de dossier : 001024-04209. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1441fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1441fr)

**CHYPRE — Équipement MPEG2/DVB pour la transmission télé** — (Avis reçu du consulat du Canada à Nicosie, Chypre.) L'équipement MPEG2/DVB à fournir est destiné à quatre systèmes de transmission de télévision point-à-point. Les signaux codés seront transmis au moyen des réseaux PDH, SDH ou ATM de l'organisme responsable. Chaque système MPEG2/DVB devrait comprendre des codeurs et décodeurs, conformes à la norme DVB, deux modulateurs DVB pour la transmission par satellite, une interface PDH G.703 de 8 Mbit/s (E2) et des interfaces E1 et ATM. Une entente d'approvisionnement pour trois ans peut être envisagée par l'organisme responsable quant à l'approvisionnement d'équipement pour 10 liaisons MPEG2/DVB point-à-point supplémentaires. Les soumissions doivent être accompagnées d'une garantie inconditionnelle émise au profit de l'organisme responsable par une des banques présentes à Chypre et autorisées par la Banque centrale de Chypre à émettre de

telles garanties totalisant 10 000 £C et couvrant la période de validité de la soumission. Aucune soumission partielle ne sera prise en considération. Date limite : 12 janvier 2001. Coût des documents de soumission : 20 £C, TVA en sus. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), numéro de dossier : 001027-04268. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1478en](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1478en)

**THAÏLANDE — Construction de la sous-station Klongmai** — (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Bangkok, Thaïlande.) Le Département des achats et des magasins de la Commission métropolitaine de l'électricité a lancé un appel d'offres public pour la construction de la sous-station Klongmai. Le numéro de l'offre est : CF3-9004-WBX. Date limite : 31 janvier 2001. Coût des documents d'appel d'offres : 210 \$US. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), numéro de dossier : 001019-04153. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1398fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1398fr)

**ÉTHIOPIE — Projet d'entretien du pont de la rivière Abay** — (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Addis-Abeba, Éthiopie.) L'Éthiopie a alloué suffisamment de fonds pour le projet d'entretien du pont de la rivière Abay. L'agence éthiopienne responsable du réseau routier lance, au nom du gouvernement éthiopien, une demande de soumissions cachetées. Date limite : 23 janvier 2001. Coût des documents d'appel d'offres : 500 birr éthiopiens (somme non remboursable). Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca), numéro de dossier : 001026-004258. Pour plus de détails : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1473fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp? =1473fr) \*

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



**COAI**  
Centre des occasions  
d'affaires internationales

## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

**L**e secteur environnemental est particulièrement dynamique en Suisse. En raison de son petit territoire et de sa forte densité de population, la Suisse a dû faire face à des problèmes environnementaux bien avant bon nombre d'autres pays. En conséquence, l'industrie environnementale est devenue un facteur influent de l'économie suisse.

## Profil de secteur

# L'industrie environnementale en Suisse

L'industrie environnementale est particulièrement avancée dans les domaines suivants : traitement des eaux usées, assainissement de l'eau, récupération, recyclage et incinération des déchets, lutte contre la pollution atmosphérique, réduction du bruit, processus intégrés de lutte contre la pollution, assainissement des sols et élimination des boues résiduelles, instrumentation et surveillance, de l'évaluation des risques pour l'environnement et de l'analyse des études d'impact. La rigueur des lois et des règlements adoptés par la Suisse en matière d'environnement a conduit à l'élaboration de nombreux concepts nouveaux et de produits technologiques d'avant-garde dans le domaine de l'environnement, qui font maintenant leur marque sur les marchés du monde.

### De grandes réalisations au chapitre de l'environnement

Petit pays d'environ 40 000 km<sup>2</sup>, la Suisse compte quelque 120 entreprises de fabrication et environ 80 cabinets d'ingénieurs-conseils qui œuvrent dans le secteur de l'environnement. En outre, 300 autres entreprises, essentiellement des PME, fournissent des composants à ce secteur industriel relativement nouveau et hautement spécialisé. Le Bureau fédéral de la

politique économique estime que le chiffre d'affaires annuel total du secteur se situe entre 5 et 6 milliards de francs suisses et que son effectif est d'environ 20 000 personnes. À elle seule, la division de la technologie environnementale de la SWISSMEM (Association de l'industrie des machines, des équipements électriques et des métaux) compte 40 entreprises, dont le

ment aux normes environnementales.

La Loi sur la protection de l'environnement et ses mises à jour ultérieures ont renforcé la coopération déjà étroite entre les instituts de recherche environnementale et les entreprises de commercialisation de nouvelles technologies. Les organismes gouvernementaux suisses fournissent une aide aux usines pilotes et aux usines témoins utilisant des technologies vertes et font plus particulièrement la promotion de projets apportant une contribution importante au règlement des problèmes environnementaux.

La recherche en matière de technologies environnementales produit des systèmes de filtration de plus en plus perfectionnés ainsi que du matériel pour le traitement des eaux usées et de l'air vicié visant à réduire les émissions industrielles. Dans les secteurs comme ceux de l'industrie chimique ou de la métallurgie, de nouveaux procédés de production intégrée sont en cours d'élaboration, en collaboration avec les universités. Le Laboratoire fédéral d'essais des matériaux et de recherche (EMPA) étudie les effets sur l'environnement de substances et de procédés, élabore des méthodes pour évaluer les cycles de vie et effectue des analyses environnementales portant sur les activités des entreprises.

### Faits saillants des sous-secteurs Déchets

Chaque année, la Suisse produit 370 kg de résidus urbains mixtes par habitant. En règle générale, les municipalités suisses utilisent divers systèmes d'entreposage en sacs identifiés pour ramasser les ordures ménagères. Bon an mal an, 240 kg de matières usagées par habitant sont ramassés séparément pour être recyclés grâce à un réseau perfectionné de points de ramassage, ce qui porte à 610 kg le total des déchets ramassés. Près de 40 % des résidus urbains solides sont ramassés (p.ex. le verre, les contenants en polyéthylène, le papier, les contenants en fer blanc, etc.).

De plus en plus, les technologies de valorisation des déchets sont utilisées pour incinérer 80 % des résidus urbains mixtes et des boues d'épuration non utilisables, les 20 % restants étant envoyés dans les décharges. Depuis janvier 2000, la législation suisse interdit l'enfouissement des déchets combustibles. La loi distingue 14 catégories de « déchets spéciaux » (déchets toxiques), subdivisées en

172 sous-catégories, devant être brûlés dans des incinérateurs appropriés.

#### Eau

En Suisse, l'eau potable provient essentiellement de sources ou de nappes souterraines. En moyenne, on y consomme quelque 425 litres d'eau par habitant par jour — consommation de l'industrie comprise. La Suisse est très avancée dans l'utilisation de la biotechnologie pour l'épuration des eaux. À l'heure actuelle, 97 % des foyers et des usines sont reliés à des usines d'épuration.

#### Air

En Suisse, 90 % des automobiles sont munies d'un convertisseur catalytique. Pour réduire les émissions de dioxyde de carbone, le gouvernement a lancé en 1990 le programme « Énergie 2000 », qui vise à maintenir au cours des dix prochaines années les émissions et la consommation de combustibles fossiles aux niveaux de 1990. Le programme prévoit également, d'ici la fin de 2000, une augmentation de 3 % de l'utilisation de diverses formes d'énergie renouvelable pour la production de chaleur et une augmentation de 0,5 % pour la production d'électricité. Parmi les autres mesures, l'utilisation de pompes à chaleur est vivement favorisée; 55 000 pompes à chaleur peuvent réduire de 110 millions de litres la consommation annuelle de mazout. (Pour plus de détails, consulter [www.wpz.ch](http://www.wpz.ch))

La biotechnologie est aussi de plus en plus utilisée pour réduire divers types d'émissions gazeuses et d'odeurs.

#### Sol

Un certain nombre d'entreprises suisses se spécialisent dans les méthodes d'assainissement de pointe (in situ et ex situ) des sols et des anciennes décharges, y compris dans le matériel de surveillance et les dispositifs de cueillette de données.

#### Centres pour une production plus propre

La Suisse n'est pas membre de l'Union européenne (UE). Elle a ses propres lois, règlements et normes qui, tout en étant souvent en harmonie avec les prescriptions de l'UE, sont toutefois plus sévères dans bien des cas. En dépit des accords bilatéraux qui lient la Suisse à l'UE, l'isolement de ce pays au sein de l'Europe a parfois pour effet de restreindre les efforts que déploient les entreprises en

vue d'accroître leurs exportations dans divers secteurs, dont celui de l'environnement. Les entreprises suisses doivent souvent avoir recours à la concession de licences pour commercialiser leurs produits et leurs services ou à la création de coentreprises avec des partenaires de l'UE ou d'autres pays étrangers.

Les Centres pour une production plus propre ont été mis sur pied en Suisse pour favoriser la coopération internationale en permettant aux entreprises de partout dans le monde de partager de nouvelles idées et technologies du secteur de l'environnement. En Suisse, ces centres visent à établir des accords de coopération technologique de longue durée, à promouvoir les procédés de production « éco-efficents » et à favoriser l'amélioration des méthodes de recyclage et d'élimination.

#### Possibilités de partenariat

Il existe des possibilités de partenariat avec des entreprises canadiennes dans les domaines suivants :

- gestion des déchets — collecte, tri, recyclage, traitement et incinération
- technologies de récupération des ressources et de recyclage
- traitement des effluents, de l'eau douce et des eaux usées
- compostage, déchets biologiques et boues

- protection des sols, géologie et creusement
- contrôle de la pollution atmosphérique
- réduction du bruit et ventilation
- surveillance des effets environnementaux et introduction de technologies propres, études d'évaluation de l'impact environnemental et analyses des cycles de vie
- systèmes intégrés de gestion de l'environnement
- conservation durable de l'énergie et technologies liées aux nouvelles énergies

Pour plus de détails, communiquer avec M. Werner Naef, agent de commerce, ambassade du Canada, Berne, tél. : (011-41-31) 357-3206, téléc. : (011-41-31) 357-3210, courriel : [werner.naef@dfait-maeci.gc.ca](mailto:werner.naef@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada-ambassade.ch](http://www.canada-ambassade.ch)

#### Autres sites internet utiles

- Ministère suisse de l'Environnement : [www.admin.ch/buwal](http://www.admin.ch/buwal)
- Fonds national suisse de la recherche scientifique — Programme prioritaire de l'environnement : [www.snf.ch/spp\\_umwelt](http://www.snf.ch/spp_umwelt)
- Association suisse pour les technologies de l'environnement : [www.umwelttechnik-verband.ch](http://www.umwelttechnik-verband.ch) ✪

## La CCC, fière commanditaire — Suite de la page 7

à l'accroissement des exportations des PME en Ontario.

- La catégorie Réalisations d'étudiants souligne les réalisations d'étudiants qui ont su appliquer ce qu'ils avaient appris au profit des exportateurs ontariens.

#### Êtes-vous admissible?

Les entreprises ou les particuliers peuvent présenter leur candidature ou être proposés par un groupe, un client ou un particulier qui connaît bien leurs activités commerciales sur les marchés d'exportation. Les guides et les formulaires relatifs aux nominations sont disponibles sur l'internet, à l'adresse [www.ontario-canada.com/export](http://www.ontario-canada.com/export)

La date limite de présentation des candidatures pour les Prix ontariens d'ex-

cellence en commerce international 2000 est le 15 décembre 2000.

#### Sélection des candidats

Des groupes composés de chefs de file du monde des affaires et du secteur de l'éducation ainsi que de représentants de groupes s'occupant de développement économique évaluent les propositions pour les prix régionaux. Un groupe spécial provincial sélectionne les lauréats des Prix ontariens à partir d'une liste restreinte des gagnants des prix régionaux.

Pour plus de détails, tél. : (416) 314-8200, sans frais : 1 877 468-7233, téléc. : (416) 314-0648, courriel : [global.traders@edt.gov.on.ca](mailto:global.traders@edt.gov.on.ca) internet : [www.ontario-canada.com/export](http://www.ontario-canada.com/export) ✪

(Pour la version intégrale de l'article, voir [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## La Banque asiatique de développement affiche les RRP sur l'internet

Pour améliorer encore la transparence de ses opérations et donner accès à sa documentation clé, la Banque asiatique de développement (BASD) a commencé à présenter tous ses *Rapports et Recommandations au Président* (RRP) sur son site internet public ([www.adb.org](http://www.adb.org)) dès qu'ils sont approuvés par le conseil de direction. Feront exception les RRP qui demeurent classés « confidentiels » conformément à la politique de la Banque sur la confidentialité et l'accès à l'information; il s'agit notamment de RRP ayant trait à des prêts accordés à des entités non souveraines dans le cadre des opérations de la Banque avec le secteur privé, et qui contiennent des renseignements commerciaux sensibles. Les RRP actuellement affichés comprennent les documents d'approbation concernant des prêts précis et des projets d'assistance technique.

Outre les nouveaux RRP non confidentiels et les documents de politique générale (qui sont affichés depuis un certain temps), la BASD affichera les RRP non confidentiels approuvés dans le passé, remontant jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 1995 (date d'entrée en vigueur de l'actuelle politique en matière de confidentialité et d'accès à l'information). La Banque espère pouvoir afficher tous les RRP approuvés dans le passé d'ici la fin de l'année.

L'adresse d'accès aux RRP par pays ou par sujet est la suivante : [www.adb.org/Projects/reports.asp?key=reprs&val=RRP](http://www.adb.org/Projects/reports.asp?key=reprs&val=RRP)

Pour plus d'information, communiquer avec M. Edward Wang, chef de l'équipe de l'Asie, MAECI, tél. : (613) 996-6188, courriel : [edward.wang@dfait-maeci.gc.ca](mailto:edward.wang@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Les EMP de la Banque mondiale maintenant disponibles en ligne gratuitement

Les *États mensuels des projets* (EMP) de la Banque mondiale sont désormais disponibles GRATUITEMENT à partir du site internet de la Banque mondiale à l'adresse [www.worldbank.org/html/opr/procure/MOS/contents.html](http://www.worldbank.org/html/opr/procure/MOS/contents.html)

Les EMP fournissent des mises à jour des projets en cours de la Banque mondiale à partir du moment où le projet est déterminé jusqu'à l'approbation du prêt ou du crédit. Cette information est d'une importance capitale pour toutes les entreprises et institutions canadiennes qui exportent ou qui désirent exporter vers les pays en développement puisqu'elle leur permet de suivre ces projets sur une période de deux ans en moyenne.

Pour plus d'information, communiquer avec l'unité IFI de la Direction du financement à l'exportation du MAECI, tél. : (613) 995-7251, courriel : [ifinet@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ifinet@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## HOFEX 2001, le plus grand salon professionnel de l'alimentation en Asie

HONG KONG — 8-11 mai 2001 — Le consulat général du Canada à Hong Kong organisera un pavillon national à HOFEX 2001, le 9<sup>e</sup> salon international de l'hôtellerie, de la restauration, du matériel, des fournitures et des services de traiteur et de vente au détail, des aliments et des boissons. En 1999, HOFEX, qui est le plus

grand salon professionnel de l'alimentation en Asie continentale, a attiré 4 759 exposants internationaux et 16 089 acheteurs asiatiques venant de Chine méridionale, de Taïwan, de Malaisie, de Singapour, des Philippines et d'Australie. Hong Kong demeure le principal centre régional du secteur de l'accueil.

## Nouvelles études de marché

*Faute d'espace dans la version imprimée, on pourra lire les articles sur les marchés sectoriels suivants sur la version internet de CanadExport, à l'adresse [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)*

### Grèce

- Le secteur agricole et agroalimentaire de la Grèce : affamé de changements

### Russie

- Russie : les entreprises canadiennes offrent des produits qui mettent en appétit

### Suisse

- Aperçu de l'industrie suisse de la biotechnologie

### Royaume-Uni

- Le marché de l'environnement au Royaume-Uni
- Le secteur de la biotechnologie au Royaume-Uni
- Le marché des jeux électroniques au Royaume-Uni
- Technologies de l'information et des communications (TIC) au Royaume-U

En collaboration avec ses collègues des bureaux régionaux d'Agriculture et Agroalimentaire Canada ainsi que des ministères provinciaux de l'Agriculture, le consulat organise un pavillon national. Nous espérons avoir 20 exposants canadiens. Pour créer une image authentiquement canadienne nous regrouperons, sur une base de recouvrement des coûts, les travaux de conception et d'aménagement du pavillon, qui comprendra un kiosque d'information interactive et un local de réunion.

Voir page 16 – HOFEX 2001

Shanghai est la porte d'entrée du marché de l'information de la Chine. La plupart des géants du secteur des technologies de l'information et des communications (TIC) ont été attirés par l'infrastructure de la ville et par son environnement propice à l'investissement. Ainsi, au printemps dernier, Alcatel a annoncé qu'elle y transférerait son siège social pour l'Asie et, en octobre, IBM annonçait un nouvel investissement de 300 millions de dollars américains dans la ville pour la construction d'une usine ultra-perfectionnée de puces et de cartes à puce.

Shanghai est située dans le delta du Yangtze, région dotée d'une population de 200 millions de personnes ayant le plus fort pouvoir d'achat de la Chine continentale. L'an dernier, le marché des TIC a progressé de 40 %.

Shanghai est la première ville de Chine qui possède :

- un réseau DWDM
- un service interurbain offert par une entreprise étrangère (AT&T)
- un système de vérification des cartes de crédit pour le commerce électronique
- la télévision sur l'internet.

## Le marché des TIC de Shanghai : la tête du dragon chinois

En juin 2001, Shanghai accueillera une série d'activités de premier plan dans le domaine des TIC :

- **ExpoComm 2001** — foire commerciale des télécommunications et des solutions de commerce électronique
- **Golden Card Shanghai 2001** — foire commerciale des technologies des cartes électroniques
- **Compu-Net 2001** — foire commerciale des logiciels, de l'internet et du matériel informatique
- **CIAPR** — colloque de stratégie de haut niveau sur les technologies de l'information présidé par le maire de Shanghai et parrainé par les Nations Unies.

En juin, le consulat général du Canada à Shanghai tiendra une Semaine du Canada pour promouvoir le savoir-faire canadien dans le domaine des TIC. L'an dernier, quelque 25 entreprises canadiennes y ont participé. Voici les activités auxquelles

vous pouvez participer :

- Exposition au pavillon du Canada de la foire ExpoComm. Il ne reste plus d'espace disponible à la foire, mais le consulat a un stand de 135 m<sup>2</sup> dans un endroit bien en vue au premier étage. Les exposants sont notamment : Cisco, Lucent, Alcatel, Nortel, Siemens, Ericsson, Huawei et Nokia. Veuillez



Le pavillon du Canada lors d'ExpoComm 2000 à Shanghai.

communiquer avec nous au plus vite, si vous souhaitez participer à cette foire.

- Exposition à Compu-Net ou à Golden Card Shanghai.
- Promotion dans le catalogue des TIC ou sur le site internet toute l'année (vous pouvez consulter le catalogue de cette année à l'adresse [www.shanghai.gc.ca/it](http://www.shanghai.gc.ca/it)).
- Assistance aux foires, au forum CIAPR et à la réception donnée par le Canada.
- Tenue d'un colloque pour faire valoir vos produits.

Le consulat général du Canada à Shanghai peut aider les exportateurs sérieux à accroître leurs ventes sur cet important marché.

Pour plus de détails, communiquer avec M Jan Sczaghino, délégué commercial et vice-consul, consulat général du Canada à Shanghai, tél. : (011-86-21) 6279-8400, téléc. : (011-86-21) 6279-8401, courriel : [jan.sczaghino@shanghai.gc.ca](mailto:jan.sczaghino@shanghai.gc.ca) internet : [www.shanghai.gc.ca/it](http://www.shanghai.gc.ca/it) ou avec M<sup>me</sup> Laurie Pinard, agent d'information, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 944-3093, téléc. : (613) 943-1068, courriel : [laurie.pinard@dfait-maeci.gc.ca](mailto:laurie.pinard@dfait-maeci.gc.ca)

## Salon de l'industrie minière au Brésil

BELO HORIZONTE, BRÉSIL — 24-27 avril 2001 — L'Association canadienne des exportateurs d'équipements et de services miniers (CAMESE) ([www.camese.org](http://www.camese.org)) et le Bureau commercial du Canada situé à Belo Horizonte préparent la participation canadienne à EXPOSIBRAM 2001 — l'exposition brésilienne de l'industrie minière ([www.ibram.org.br](http://www.ibram.org.br)). Capitale de l'État de Minas Gerais, Belo Horizonte est située au cœur de la région minière du Brésil, reconnue comme l'une des grandes régions minières du monde.

EXPOSIBRAM est la principale foire commerciale et exposition dans le secteur minier au Brésil; on y traite de tous les aspects de l'industrie, de l'exploration jusqu'à la fermeture de mines. Pour les fournisseurs canadiens de matériel et de services miniers, c'est une excellente occasion de rencontrer des utilisateurs, des décideurs, des représentants des ventes et des partenaires pour la formation de coentreprises. Plus de 500 expo-

sants et plus de 13 000 visiteurs de partout dans le monde ont contribué à la réussite d'EXPOSIBRAM 1999.

Au cours des 20 prochaines années, on prévoit qu'environ 35 milliards de dollars américains seront investis dans le secteur minier au Brésil pour la prospection de nouveaux gisements, les opérations d'extraction, le traitement des minerais et pour offrir de meilleures perspectives de croissance au Brésil et à son industrie minière. Il ne reste plus d'espaces disponibles à EXPOSIBRAM 2001, mais la CAMESE a pu réserver à l'avance de l'espace qu'elle retiendra pendant un certain temps pour les entreprises canadiennes.

Pour plus de renseignements et une formule d'inscription pour participer à cette importante manifestation, communiquer avec M Francis Bourqui, CAMESE, Ontario, tél. : (905) 513-0046, téléc. : (905) 513-1834, courriel : [bourqui@camese.org](mailto:bourqui@camese.org)

## Objectif : Inde 2001

La société Industrial Consultants, d'Etobicoke, en collaboration avec la Chambre de commerce indo-canadienne, organise une mission commerciale de 15 jours en Inde, Target India 2001. Consacrée aux PME prêtes pour l'exportation, elle commence le 5 février 2001.

Les participants de plusieurs secteurs, soit la gestion de l'environnement et des déchets, les mines (marbre), la construction, l'agroalimentaire et la transformation des aliments, se rendront dans les États du Gujrat et du Rajasthan. Cette mission, qui accueillera au plus 15 personnes, devrait intéresser les fabricants, les exportateurs et les importateurs.

Au programme : un colloque d'une journée sur la planification fiscale, le financement bancaire, les structures d'entreprise, les lois des États et celles du gou-

vernement central; une rencontre avec le ministre et Secrétaire d'État des États hôtes ainsi qu'avec la chambre de commerce de chaque capitale visitée. Les participants auront la possibilité de visiter des entreprises évoluant dans des industries connexes, et des rencontres seront organisées avec des partenaires locaux présélectionnés. Un itinéraire détaillé sera fourni au moment de l'inscription.

Les membres de la délégation pourront aussi se rendre à l'exposition

BUILD INDIA 2001, à Mumbai, qui se tiendra du 21 au 25 février 2001.

Pour obtenir de l'information sur cet événement, consulter l'internet à l'adresse [www.buildersindia-exhibitions.com](http://www.buildersindia-exhibitions.com)

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Kashyap Bhatt, président, Industrial Consultants, tél. : (416) 679-8333, téléc. : (905) 889-1555, courriel : [k.bhatt@industrial-consultants.net](mailto:k.bhatt@industrial-consultants.net) internet : [www.industrial-consultants.net](http://www.industrial-consultants.net) ou avec M. Alan McBride, délégué commercial, Direction de l'Asie du Sud, MAECI, tél. : (613) 944-1653, téléc. : (613) 996-5897, courriel : [alan.mcbride@dfait-maeci.gc.ca](mailto:alan.mcbride@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Forte progression de l'économie et du PIB

• 1999 — Une année record : 1999 a marqué la huitième année consécutive de croissance pour le Canada, et le produit intérieur brut (PIB) a atteint durant cette période son niveau le plus élevé, soit 4,5 %, depuis 1994.\*

• La forte croissance devrait se maintenir : selon des prévisions de source privée, l'économie devrait demeurer vigoureuse et continuer de progresser au rythme de 3,2 % en 2000-2001. †

L'OCDE prévoit que la croissance du Canada se situera en moyenne à 2,9 % en 2000-2001, ce taux de croissance n'étant devancé que par celui de la France parmi les pays du G-7.\*\*

• Excédent budgétaire et montant sans précédent affecté au remboursement de la dette : en 1999, le gouvernement fédéral a terminé un troisième exercice consécutif depuis l'exercice 1951-1952, avec un excédent budgétaire.

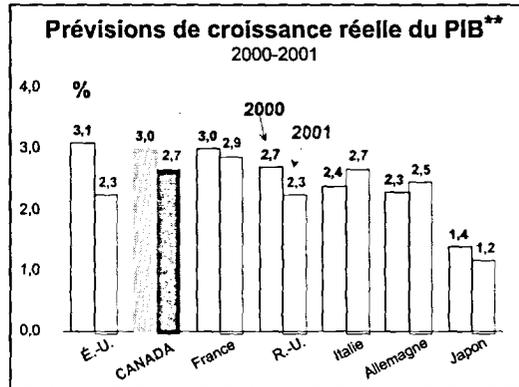
L'excédent de 12,3 milliards de dollars a servi à rembourser une partie de la dette nationale; il s'agissait du montant unique le plus élevé jamais affecté au remboursement de la dette. Δ

Pour plus de renseignements sur la manière d'investir et de faire des affaires au Canada, voir l'internet à l'adresse [www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca) ou téléphonez au (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : [lanoy.louise@ic.gc.ca](mailto:lanoy.louise@ic.gc.ca)

\* Source : *Le point sur le commerce en l'an 2000 : Premier rapport annuel sur le commerce international au Canada*, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 2000 — <http://www.dfait-maeci.gc.ca/eet/state-of-trade-f.asp>

† Source : *Consensus Forecasts*, Consensus Economics Inc. (R.-U.)

Δ Source : ministère des Finances — <http://www.fin.gc.ca/fin-fra.html>



\*\* Source : OCDE Perspectives économiques, décembre 2000

## HOFEX 2001

— Suite de la page 14

Le site internet d'HOFEX à l'adresse <http://ats.agr.ca/hofex2001> renferme une demande d'espace et un contrat de participation. L'attribution de l'espace dans le pavillon national canadien se fera selon l'ordre de réception des demandes.

Pour plus de renseignements sur HOFEX ou pour discuter de vos projets, communiquer avec M<sup>me</sup> Kitty Ko, agent commercial, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7448, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : [kitty.ko@dfait-maeci.gc.ca](mailto:kitty.ko@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au 1 800 267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par télécopieur au (613) 996-9709; en appelant le service FaxLink à partir d'un t du MAECI à [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)

Retourner en cas de non-livraison à  
CanadExport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 1453033

SXCI/B1

1E

1F

Vol. 18, N° 21 —  
15 décembre 2000

DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA  
NOUVELLE AFFECTATIONS — AUTOMNE 2000  
(Voir le supplément.)

Canada

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

DEC - 7 2000



Retourner à la bibliothèque du Ministère



Meilleurs vœux pour les fêtes!

Prochain numéro: LATEST ISSUE 01

DERNIER  
NUMÉRO

Mission commerciale: succès retentissant

# Le Maghreb et la péninsule ibérique

## DANS CE NUMÉRO

- 2 École « canadienne » à Abu Dhabi
- 4 Tirer parti du service des délégués commerciaux
- 6 É.-U.: l'improvisateur Flexible Thinker<sup>MD</sup>
- 7 La CCC ouvre un pont vers les États-Unis
- 9 La Chambre de commerce Thaïlande-Canada
- 10 Produits agroalimentaires en Belgique
- 11 Le secteur agroalimentaire du Danemark
- 12 Salon du véhicule au gaz naturel au Japon
- 13 Tourteau de canola canadien en Chine
- 14 Occasions d'affaires internationales
- 15 Foires et missions commerciales: l'Art de vivre canadien au Japon
- 15 Publications: *Le Québec international* 2001

**D**u 10 au 20 octobre dernier, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a dirigé une mission commerciale au Maghreb et dans la péninsule ibérique qui s'est avérée particulièrement réussie. Plus d'une centaine de représentants d'entreprises et d'organisations canadiennes ont participé à cette mission, qui a englobé plusieurs secteurs et comporté une foule d'activités organisées par les ambassades du Canada dans chacun des pays visités — soit le Maroc, l'Algérie, l'Espagne et le Portugal.

Les membres de la délégation canadienne avaient un horaire fort chargé comportant des activités propices à la création de réseaux, des entretiens individuels, des sessions d'information et des ateliers sectoriels. Toutes ces activités avaient pour objectif de les aider à avoir accès aux débouchés commerciaux intéressants dans chacun de ces pays.

## Maroc

À Casablanca, au Maroc, les représentants de 58 entreprises et organisations canadiennes ont passé trois jours à parler  
Voir page 3 — Mission commerciale



M. Jacques Lamarre, président de SNC-Lavalin (à gauche), serre la main de M. Chekrine Abdalkader, directeur général adjoint de l'Entreprise nationale des Études Hydrauliques, après la signature d'un protocole d'entente de 600 millions de dollars avec le gouvernement algérien, sous les applaudissements du ministre Pettigrew et du regard de M. Salom Saadi, ministre algérien des Ressources en eau.

## UNE SOCIÉTÉ DE NOUVELLE-ÉCOSSE prépare les entreprises à exporter

**L**e moment le plus difficile pour une entreprise est la période du démarrage, pendant laquelle elle doit à la fois concevoir ses produits et explorer les marchés avec des ressources financières limitées. Une société de Nouvelle-Écosse, InNOVAcorp, aide les jeunes entreprises à passer ce cap, à progresser et à devenir

concurrentielles sur la scène internationale. Dans ses « centres d'incubation » de classe mondiale, elle prépare des « entreprises diplômées » à conquérir le monde.

Depuis sa création en 1996, InNOVAcorp stimule et encourage, dans les nouvelles  
Voir page 8 — InNOVAcorp

**P**lus besoin d'attendre le facteur pour être informé des foires commerciales à venir, des marchés à surveiller et des nouvelles occasions d'affaires offertes à Bangkok ou à San Francisco!

Mis à jour régulièrement, le site internet *Canadexport en direct* nous permet d'offrir un plus grand nombre d'articles provenant de notre réseau de collaborateurs qui traitent plus en profondeur de divers sujets d'intérêt pour quiconque exporte ou songe à se lancer sur les marchés étrangers. Depuis le lancement de *Canadexport en direct* en septembre 2000, nous avons déjà publié 15 % de plus d'articles (soumis par nos missions du monde entier) et les textes sont souvent

365 jours par an!

# Canadexport en direct:

« branché » sur les marchés du monde

Canadexport en direct: Commanditaires



EUROPE



plus longs que dans la version imprimée. Rendez-vous à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport): on vous y attend!

La publication de *Canadexport en direct* est possible grâce à l'appui de la Corporation commerciale canadienne, de la Direction générale des États-Unis, de la Section pour l'expansion du commerce en Europe du MAECI, ainsi que de la collaboration du Service des délégués commerciaux du Canada. ✱

## École « canadienne » à Abu Dhabi

Le 9 septembre dernier, à Abu Dhabi, dans les Émirats arabes unis (EAU), l'école privée pour filles Sheikh Zayed ouvrait ses portes. Cette école créée et administrée par des Canadiens, a été conçue sur le modèle de la Bishop Strachan School ([www.bss.inforamp.net](http://www.bss.inforamp.net)) de Toronto, une des plus anciennes écoles privées du Canada.



L'école privée pour filles Sheikh Zayed à Abu Dhabi, dans les Émirats arabes unis.

Cette nouvelle maison d'enseignement accueille 200 jeunes filles de la 1<sup>ère</sup> à la 9<sup>e</sup> année, et on prévoit ajouter, d'ici trois ans, des classes de 10<sup>e</sup>, 11<sup>e</sup> et 12<sup>e</sup> années. Une annexe devrait également y être construite pour loger une école maternelle pouvant accueillir une centaine d'enfants. Située à proximité de l'ambassade du Canada, l'école Sheikh Zayed a une piscine, un auditorium et une bibliothèque; elle est aussi dotée d'un système informatique de pointe.

L'école porte le nom du Sheikh Hamdan bin Zayed, souverain d'Abu Dhabi et président des EAU. Le Sheikh et son épouse, Sheikha Fatima bint Mubarak, qui avaient visité le Canada, souhaitaient offrir à leur pays un établissement semblable à la Bishop Strachan School. La directrice de cette nouvelle institution, M<sup>me</sup> Rosemary Scarlett, est canadienne, tout comme la bibliothécaire et 10 des 13 professeurs embauchés à l'étranger. Cette école renforcera l'influence, déjà considérable, du Canada dans le domaine de l'éducation à Abu Dhabi. Plus de 200 Canadiens enseignent actuellement dans les instituts supérieurs de technologie de diverses villes des EAU.

À l'occasion de l'ouverture officielle de l'école Sheikh Zayed, le ministre de l'Éducation supérieure et de la Recherche scientifique, Sheikh Nahyan bin Mubarak Al Nahyan, a déclaré: « Nous voulons créer une école qui donnera à chaque élève un enseignement qui lui permettra de mener une vie juste, satisfaisante et productive... Nous espérons que cette nouvelle école deviendra un modèle d'établissement d'enseignement axé sur l'excellence ».

Pour plus de détails, communiquer avec M. Maher Abou-Guendia, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Abu Dhabi, tél.: (011-971-2) 445-6969, téléc.: (011-971-2) 445-8787, courriel: [maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca](mailto:maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca) ✱

Rédacteur en chef: Bertrand Desjardins  
Rédacteur délégué: Louis Kovacs  
Rédactrice: Julia Gualtieri  
Mise en page: Yen Le  
Tirage: 70 000  
Tél.: (613) 996-2225  
Téléc.: (613) 992-5791  
Courriel: [canadexport@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canadexport@dfait-maeci.gc.ca)  
Internet: [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

*Canadexport* est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *Canadexport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *Canadexport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à:  
Canadexport (BCS),  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,  
125, promenade Sussex, Ottawa  
(Ontario) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

canadexport

— Suite de la page 1

affaires avec 400 de leurs homologues marocains, ce qui s'est traduit par la signature de 6 accords totalisant quelque 90 millions de dollars. À en juger par ces résultats, le Maroc est en passe de devenir rapidement une destination clé pour les exportations canadiennes. Ces dernières comprennent toute une variété de marchandises, des produits destinés au secteur de l'infrastructure à ceux des domaines les plus avancés de la biotechnologie, mais aussi le savoir-faire canadien en matière de gestion hospitalière et de conception de logiciels destinés à calculer l'impôt sur le revenu au Maroc.

### Algérie

En Algérie, le plus important partenaire commercial du Canada en Afrique et au Moyen-Orient, le nombre des participants canadiens à la mission commerciale est passé à 86. Ces derniers ont rencontré plus de 600 représentants d'entreprises algériennes. Le premier ministre de l'Algérie, M. Ali Benflis, a assisté à la séance inaugurale; il a exhorté les chefs d'entreprises algériens et canadiens à intensifier les liens commerciaux solides qui les unissent et qui génèrent pour plus de 1 milliard de dollars de ventes par an. Réceptifs à cette invitation, les deux pays ont signé 12 contrats, pour une valeur globale de plus de 605 millions de dollars, notamment un protocole d'entente entre SNC-Lavalin International Inc., de Montréal, et le gouvernement de l'Algérie pour fournir de l'eau potable aux municipalités situées dans le corridor Tizi-Ouzou-Alger.

### Espagne

La mission s'est ensuite rendue à Madrid et Barcelone, en Espagne, où 35 gens d'affaires canadiens ont exploré les possibilités qu'offre l'une des économies de l'Union européenne qui connaît la croissance la plus rapide (le taux de croissance annuel de l'Espagne est actuellement de 4,2 %). Les entreprises espagnoles ont déjà réalisé des investissements au Canada et pris des engagements pour un montant totalisant 5,7 milliards de dollars. En outre, 55 entreprises canadiennes ont un bureau ou sont présentes d'une autre façon en Espagne. Les secteurs prioritairement visés par cette mission étaient ceux de la construction, de l'environnement, des technologies de l'information, des communications et des transports. Les discussions

entre gens d'affaires canadiens et espagnols ont débouché sur la signature de trois importants accords commerciaux.

### Portugal

Enfin, au Portugal, les représentants de 14 entreprises canadiennes ont été reçus

à Lisbonne pour discuter des domaines des télécommunications, des technologies de l'information, de la défense, de l'environnement, du transport et de la construction. Les représentants des entreprises canadiennes se sont montrés désireux de conclure des partenariats avec les Portugais, non seulement pour desservir les marchés nationaux, mais également des marchés tiers. La mission a également été l'occasion d'inaugurer le Club d'affaires Canada-Portugal.

### Avenir prometteur

La délégation canadienne est revenue au pays, mais les effets de son passage continuent de se faire sentir. Plusieurs entreprises canadiennes souhaitent retourner dans cette région pour explorer d'autres débouchés possibles, faire de nouveaux contacts et établir une présence dans ces marchés émergents.

Comme l'a souligné le ministre Pettigrew: « Il y avait un réel enthousiasme en faveur du Canada dans cette région. Les résultats ont dépassé nos attentes. »

### Entreprises qui ont signé des accords au Maroc

- **Gestion Médicale Internationale**, de Sillery (Québec), fournira des services d'experts-conseils en matière d'administration des hôpitaux à l'hôpital pour enfants de Casablanca.
- **Le Groupe Sykam**, de Laval (Québec), créera un institut de plasturgie et un institut de biotechnologie au Maroc.
- **Progestic International**, d'Ottawa (Ontario), et le Laboratoire Public d'Essais et d'Études, du Maroc, effectueront une étude portant sur la gestion de l'entretien des immeubles au Maroc.
- **TMR Conseils et Expertises**, de Hull (Québec), en partenariat avec Informatrix Maroc, concevra trois logiciels pour calculer l'impôt sur le revenu des particuliers et des sociétés au Maroc.

- **World Export**, d'Abbotsford (Colombie-Britannique), et Groupe Multimédia 2000, du Maroc, travailleront en partenariat pour concevoir un site internet faisant la promotion des exportateurs marocains.

# Mission commerciale

### Entreprises qui ont signé des accords en Algérie

- Protocole d'entente entre **SNC-Lavalin International Inc.**, de Montréal (Québec), et l'Agence nationale de l'eau potable industrielle et de l'assainissement, d'Algérie.
- Lettre d'intention pour la création d'une coentreprise entre **RSW International Inc.**, de Montréal (Québec), et l'Entreprise nationale des études hydrauliques (ENHYD), d'Algérie.
- Accords de partenariat entre **Neosignal**, de Lasalle (Québec), et **Forem**, d'Algérie, et entre **Neosignal** et **Alpha Design**, d'Algérie.
- Lettre d'entente entre **PanGeo Pharma Inc.**, de Montréal (Québec), et **Digromed**, d'Algérie.
- Accord de partenariat entre **Elix Inc.**, de Montréal (Québec), et **EEPAD**, d'Algérie.
- Protocole d'entente entre **Géomat International Inc.**, de Montréal (Québec), et **Geocomputer**, d'Algérie.
- Protocole d'entente entre **Dessau-Soprin International**, de Montréal (Québec), et **EPA-ANSA Sidi Abdellah**, d'Algérie.
- Accord de partenariat entre **Connexions commerciales internationales**, de Verdun (Québec), et **L'Entreprise de promotion immobilière**, de Bejaia.
- Accord de partenariat entre le **Groupe Canam Manac**, de Saint-Georges (Québec), et le **Groupe ADF**, de Terrebonne (Québec), pour réaliser des projets en Algérie.
- Lettre d'intention en vue de conclure un partenariat entre **l'Atelier d'Usinage Tracy**, de Tracy (Québec), et l'entreprise algérienne **Entreprise nationale de Charpente et de Chaudronnerie (ENCC)**.

Voir page 13 – Mission commerciale



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

# Sachez tirer parti du service

**Des milliers  
d'entreprises  
canadiennes  
le font déjà.**

**Pourquoi pas  
vous ?**

Grâce à son équipe de plus de 500 délégués commerciaux dans quelque 130 villes aux quatre coins du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada peut vous aider à réussir à l'étranger. Quand vous entrez en communication avec nous, vous accédez à un réseau mondial de professionnels. La première demande de service que vous nous adressez est le début d'un partenariat important avec votre délégué commercial.

« Nous considérons les délégués commerciaux à l'étranger comme de vrais partenaires d'affaires. Nous voulons qu'ils soient aussi enthousiastes que nous lorsque vient le temps de parler de notre entreprise aux acheteurs étrangers. C'est pourquoi nous leur fournissons de l'information détaillée sur nos projets chaque fois que nous les contactons. C'est tout à fait crucial. »

Jose Luis Menghini  
Positron Inc., Montréal

## Où commencer?

Nos clients nous disent que pour réussir sur les marchés internationaux, il faut se concentrer sur un seul marché à la fois. Commencez par trouver le marché étranger le plus prometteur pour votre entreprise, en effectuant votre recherche ici au Canada. Pour obtenir de l'aide, appelez Équipe Canada inc au 1 888 811-1119, ou consultez [exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca).

## Qui contacter à l'étranger?

Une fois votre marché ciblé, vous êtes prêt à communiquer avec le Service des délégués commerciaux dans les ambassades, hauts-commissariats et consulats du Canada à l'étranger.

## Ce qu'il nous faut savoir il faut donner pour recevoir

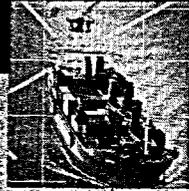
Si vous vous adressez à votre banquier pour obtenir un prêt, vous n'hésitez sans doute pas à lui fournir de l'information détaillée. Votre délégué commercial a aussi besoin d'information sur vous, afin d'intéresser les acheteurs étrangers à faire affaire avec vous.

## COMMENT NOUS POUVONS VOUS AIDER

Nous avons plus de 130 bureaux à l'étranger offrant les 6 services de base suivants, sans frais :

- **Aperçu du potentiel de marché**  
Aide à évaluer votre potentiel sur un marché
- **Recherche de contacts clés**  
Des contacts et des partenaires adaptés à vos besoins
- **Information sur les entreprises locales**  
Information à jour sur les entreprises étrangères
- **Renseignements pour les visites**  
Conseils pratiques pour l'organisation de votre voyage
- **Rencontre personnelle**  
Les plus récents développements sur le marché par nos agents sur le terrain
- **Dépannage**  
Conseils et aide pour résoudre des difficultés de nature commerciale





# es délégués commerciaux

Pour assurer la crédibilité de votre entreprise et pour que votre première demande de service donne les résultats escomptés, fournissez-nous de l'information détaillée en utilisant les questions suivantes :

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

Si vous avez déjà fourni cette information en vous inscrivant à WIN Exports, la base de données sur les clients du Service des délégués commerciaux, dites-le à votre délégué commercial.

**Soyez fier de vos réalisations !**  
Si vous venez de conclure un contrat avec une entreprise canadienne bien connue, faites-le savoir à votre délégué commercial. Cela peut être d'intérêt pour les acheteurs étrangers, qu'ils soient à Atlanta ou à Zagreb.

## Pourquoi il nous faut toute cette information?

### *Mettez-vous à la place de l'acheteur*

« Pourquoi faire venir ma marchandise de si loin ? Pourquoi choisir un fournisseur canadien ? » Les acheteurs sur votre marché-cible se poseront ces questions. Puisque vous êtes nouveau sur ce marché, il vous faudra les convaincre de faire affaire avec vous, plus que ce ne serait le cas auprès d'un acheteur canadien.

### *Mettez-vous à la place du délégué commercial*

Une demande de service peu détaillée et présentée en seulement trois lignes entraîne ses propres conséquences : si nous n'avons pas toute l'information voulue sur votre entreprise, nous ne pouvons pas la faire connaître à vos acheteurs potentiels. Vous devez donc fournir des renseignements détaillés à votre délégué commercial.

Et ne craignez rien : nous respectons la confidentialité de toutes les demandes.

## Qui vous répondra?

Votre délégué commercial communiquera avec vous dans les cinq jours ouvrables. La plupart du temps, ce n'est pas un Canadien qui vous répondra. Plus de la moitié des 500 délégués commerciaux qui travaillent à l'étranger sont des spécialistes sectoriels embauchés pour la connaissance qu'ils ont de leur pays. Vous aussi pouvez bénéficier

**Démarquez-vous !**  
Pour réussir votre entrée sur un nouveau marché étranger, vous devez y assurer la crédibilité de votre entreprise. Faites-le d'abord auprès de votre délégué commercial.

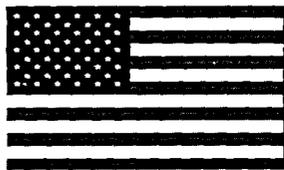
de leur connaissance du marché et de leurs précieuses relations d'affaires.

## Comment nous contacter?

Notre site Web constitue la façon la plus économique et la plus facile de communiquer avec nous. Allez à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

Faites-nous part de vos commentaires et suggestions en composant le **1 888 306-9991**.





# Carrefour États-Unis

**L**a rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, téléc. : (613) 944-9119, courriel : [commerce@dfait-maeci.gc.ca](mailto:commerce@dfait-maeci.gc.ca) Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119.

**P**renez l'un des improvisateurs les plus novateurs de Toronto et laissez-le déployer son imagination dans le milieu des affaires. Vous obtenez un atelier unique en son genre, qui a un effet bénéfique tant sur les activités que sur les résultats financiers d'organisations et d'entreprises d'envergure, et aussi une place spéciale dans

plaisance, la crainte et la fausse fierté, qui empêchent les gens de s'adapter aux situations auxquelles ils doivent faire face.

L'atelier a été mis en pratique par des organisations de tous les secteurs. Après avoir suivi le programme, un groupe d'ingénieurs de Bombardier a pu résoudre, en

for Training and Development (ASTD), à Dallas, en juin dernier.

## L'ambassade ouvre des portes

Durant la conférence, M. Rosenberg a noué des liens étroits avec QEI Design Training, d'Arlington en Virginie, afin de présenter son programme Flexible Thinker<sup>MD</sup>. « L'ambassade nous a aidés à trouver QEI, ce qui nous a ouvert tout grand la porte vers d'autres organisations, dit-il. Si QEI était notre porte d'entrée, c'est l'ambassade qui en détenait la clé. »

Indirectement, l'ambassade a aussi établi le lien avec le FEI, de Charlottesville, qui a entendu parler de Flexible Thinker<sup>MD</sup> après la conférence et a communiqué avec M. Rosenberg pour lui demander de présenter une soumission. « Parmi les nombreux programmes de formation qui leur ont été soumis, les représentants du FEI ont choisi les deux qui leur semblaient d'une telle qualité qu'ils ne pouvaient les écarter, » explique M. Rosenberg avec satisfaction. « Pour eux, Flexible Thinker<sup>MD</sup> comble un besoin sans qu'ils sachent encore de quelle façon. »

L'entrepreneur de Brampton, près de Toronto, nourrit de grandes ambitions pour son atelier et veut devenir une organisation multinationale valant plusieurs millions de dollars d'ici trois à cinq ans. Il ajoute cependant : « Je ne fais pas ça pour l'argent, mais parce que je crois que si les gens sont souples, le monde sera meilleur. Et puis ce travail me plaît. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Michael Rosenberg, tél. : (905) 846-5455 ou 1 888 834-3327 (83-IDEAS), téléc. : (905) 846-6752, courriel : [info@flexiblethinker.ca](mailto:info@flexiblethinker.ca) internet : [www.flexiblethinker.com](http://www.flexiblethinker.com) \*

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## Un improvisateur sur le marché américain

le programme d'un établissement de formation américain. Avec l'aide de l'ambassade du Canada à Washington, M. Michael Rosenberg se prépare à offrir son atelier Flexible Thinker<sup>MD</sup> au Federal Executive Institute (FEI) — l'établissement de formation en administration publique le plus réputé au monde.

Écrivain, réalisateur, humoriste et improvisateur, M. Michael Rosenberg n'a rien d'un entrepreneur typique. Et ses ateliers, tout aussi originaux, combinent humour, improvisation et techniques d'apprentissage accéléré pour donner aux participants les moyens d'acquérir la souplesse nécessaire pour travailler dans un monde des affaires.

### Apprendre en improvisant

« L'atelier met les gens dans des situations où ils doivent créer à partir de rien et sous pression », explique M. Rosenberg, pour qui la clé de la réussite consiste à surmonter les obstacles, comme les sentiments négatifs, les idées préconçues, la com-

une semaine, un problème de conception relatif à un moteur sur lequel d'autres équipes travaillaient depuis plus d'un an.

### Partenariats stratégiques

La réussite de M. Rosenberg prouve l'efficacité d'une démarche qui souligne notamment l'importance des partenariats stratégiques. Le contrat signé avec le FEI et d'autres organismes américains est d'ailleurs le fruit d'un partenariat avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). « J'ai bénéficié des connaissances et de l'expertise des gens du Ministère, qui m'ont aidé à bâtir mon entreprise, » avoue-t-il.

Plus précisément, M. Rosenberg a tiré parti de la Conférence sur les partenaires en formation, parrainée par l'ambassade du Canada à Washington, au début du printemps dernier, ainsi que du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), qui lui a permis d'assister au congrès de l'American Society



M. Michael Rosenberg

**U**n convoi de camions de l'armée américaine arrive au bord d'une rivière. Le pont a été détruit, mais cela n'arrête pas le convoi : des bateaux sont mis à l'eau, suivis de ponts rubans, qui sont

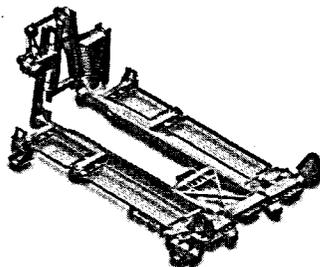
Bombardier avait également conçu un système breveté de chargement et de déchargement d'un pont temporaire dans le cadre d'un marché réalisé en 1987 pour le compte du ministère de la Défense nationale.

# La CCC ouvre un pont vers les États-Unis pour une société de transport en commun

*rapidement fixés les uns aux autres pour former un pont mobile; et le convoi poursuit sa route. Le déploiement rapide de ce pont s'appuie sur une technologie de Bombardier Transport, qui a obtenu le contrat grâce à un « pont » de la Corporation commerciale canadienne (CCC) vers le marché américain.*

Division de Bombardier Inc. créée en 1992, Bombardier Transport, de Kingston, se spécialise dans la construction de matériel de transport en commun pour les grandes villes des États-Unis et du Canada. Avant ce contrat, la société avait obtenu une licence pour fabriquer une palette d'adaptateur de pont (*bridge adapter palet* ou BAP), un organe de préhension (*load-handling system* ou LHS) et un plateau déposable pour une société britannique, Partek Cargotec.

À la fin de 1997, Bombardier Transport a appris que le Commandement des véhicules blindés de l'Armée américaine (TACOM) était à la recherche d'une entreprise nord-



*Avec l'appui de la CCC, Bombardier a obtenu un contrat de trois ans pour fournir des palettes d'adaptateur de pont au TACOM; à ce jour, les commandes s'élèvent à 10 millions de dollars.*

américaine experte dans le domaine des ponts mobiles, et elle s'est retrouvée en lice pour un contrat très lucratif.

Comme pour tous les marchés de plus de 100 000 \$ de l'armée américaine, la CCC est intervenue pour présenter une offre à titre de maître d'œuvre. Selon M. Darrell Carnegie, gestionnaire du projet BAP, Bombardier n'avait aucune expérience des marchés américains de la défense, et les modalités du contrat représentaient un défi de taille. Mais M. James Kelly, gestionnaire principal de projets à la CCC, a su rassurer la société. « M. Kelly a fait un travail inestimable en nous expliquant les règlements du département de la Défense, éliminant ainsi le facteur intimidation, explique M. Carnegie. Sans son aide, nous n'aurions probablement pas eu l'audace de soumissionner, ni achevé à temps l'étude des documents d'appel d'offres. »

## DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, sans frais : 1 800 748-8191, téléc. : (613) 947-3903, courriel : info@ccc.ca internet : www.ccc.ca

Avec l'appui de la CCC, Bombardier a obtenu un accord général de passation de commandes pour la livraison de BAP au Commandement pendant une période de trois ans, à partir de juin 1999. Jusqu'ici, le TACOM a passé trois commandes d'une valeur de 10 millions de dollars. « Le marché est avantageux pour tout le monde, affirme M. Carnegie. Le TACOM a économisé beaucoup d'argent en passant commande au Canada et a trouvé un fournisseur axé sur le service qui apprécie de faire affaire avec lui. »

La satisfaction du client est évidente chez Bombardier, dont le carnet de commandes est rempli jusqu'en mars 2001 et qui est très optimiste quant aux perspectives d'avenir. En définitive, le pont que la CCC a ouvert vers les États-Unis n'est peut-être pas si temporaire que cela!

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Darrell Carnegie, gestionnaire, Projet BAP, tél. : (613) 384-3103, poste 4668, téléc. : (613) 384-4947, courriel : dcarnegi@transport.bombardier.com internet : www.transport.bombardier.com ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

### COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site Internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) ([www.ambasadeducanada.org](http://www.ambasadeducanada.org)) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site Internet de la General Services Administration (GSA) ([www.gsa.gov](http://www.gsa.gov)), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System ([www.eps.gov](http://www.eps.gov)).

Si vous êtes prêt à exploiter ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

— Suite de la page 1

entreprises des secteurs des technologies de l'information (TI) et des sciences de la vie, la conception de nouveaux produits et de services de technologie par le truchement de financement, de conseils et de « services d'incubation ». Son objectif est

nombreuses occasions de réseautage avec des représentants d'ambassades ou de délégations commerciales étrangères en visite.

InNOVAcorp organise aussi des missions commerciales, dont deux en Suède. « L'ambassade du Canada à Stockholm a

55 entreprises, et selon M. McNamara 50 % d'entre elles sont prêtes à exporter.

Deux de ses diplômés les plus prospères sont Survival Systems et le Groupe CORD, qui ont conçu leurs produits dans les installations de R.-D. du centre de Dartmouth et ont profité de ses connaissances en exportation. « Le Centre a contribué directement et indirectement à accroître notre succès sur les marchés d'exportation », affirme M. Albert Bohemier, président-directeur général de Survival Systems. « Il nous a donné la stabilité à nos débuts et nous a enseigné comment exporter. »

Ocean Nutrition Canada, une autre entreprise diplômée, a pu mettre ses produits nutraceutiques plus rapidement sur le marché en menant ses activités de R.-D. au BioScience Enterprise Centre. L'entreprise vend actuellement ses produits partout aux États-Unis.

Pour plus de renseignements sur InNOVAcorp, communiquer avec M. David McNamara, directeur du développement, Technology Innovation Centre, tél. : (902) 421-5606, téléc. : (902) 466-6889, courriel : dmcnamara@innovacorp.ns.ca internet : www.innovacorp.ns.ca

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

# InNOVAcorp

de collaborer avec d'autres organismes provinciaux afin d'accroître de 1,5 milliard de dollars les exportations de l'industrie des TI et de l'industrie des sciences de la vie au cours des cinq prochaines années.

## Trois centres d'incubation

Dans ses trois centres d'incubation d'entreprises — le Technology Innovation Centre à Dartmouth, l'AgriTECH Park à Truro et le BioScience Enterprise Centre à Halifax — InNOVAcorp, qui compte entre 50 et 60 employés, offre à ses clients tout un éventail de services et de compétences : en plus de modalités de location souples, les services vont du soutien administratif aux possibilités de réseautage en passant par des ateliers et des consultations avec des experts sur des sujets très divers, notamment la préparation à l'exportation.

## Des conseils d'expert en exportation

« Quand une nouvelle entreprise démarre avec nous, nous commençons immédiatement à lui parler d'exportation et de potentiel d'exportation », explique M. David McNamara, directeur du développement au Technology Innovation Centre. « Quand nous avons l'expertise nécessaire à l'interne, nous en faisons profiter nos clients. Sinon, nous nous adressons aussi à des organismes comme l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), les centres du commerce international (CCI) et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). Nous avons toujours accès à un expert en donnant un simple coup de fil. »

## Cultiver les partenariats

Les entreprises clientes, qu'elles soient résidentes des centres ou qu'elles aient accès aux services à distance, ont de

contribué à l'organisation de réunions entre nos gens d'affaires de Nouvelle-Écosse et des représentants de sociétés suédoises », de dire M. McNamara.



Le BioScience Enterprise Centre, au centre-ville de Halifax, l'un des centres d'incubation des entreprises de InNOVAcorp.

## Des alliances en Amérique du Nord

Plus près d'ici, InNOVAcorp entretient des liens étroits avec des centres d'incubation de tous les coins des États-Unis, par son adhésion à la U.S. National Business Incubation Association. « Nous entretenons des liens particulièrement étroits avec la NASA, précise M. McNamara. Si une entreprise souhaite vendre à la NASA, je peux appeler mon contact là-bas, qui se renseignera pour voir s'il y a un marché pour le produit ou le service en question. »

InNOVAcorp montre également à ses clients comment se présenter aux foires commerciales internationales et en organise une chaque année — l'Innovation Showcase — qui donne à ses clients ce que M. McNamara décrit comme un « terrain d'essai » pour les contacts et le réseautage avec des clients potentiels.

## Des diplômés prospères

Selon la « Nova Scotia Business and Technology Incubation Strategy » (Gardiner Pinfold, février 1998), 87 % des diplômés des centres d'incubation sont toujours en affaires après cinq ans. Les centres d'InNOVAcorp ont formé plus de

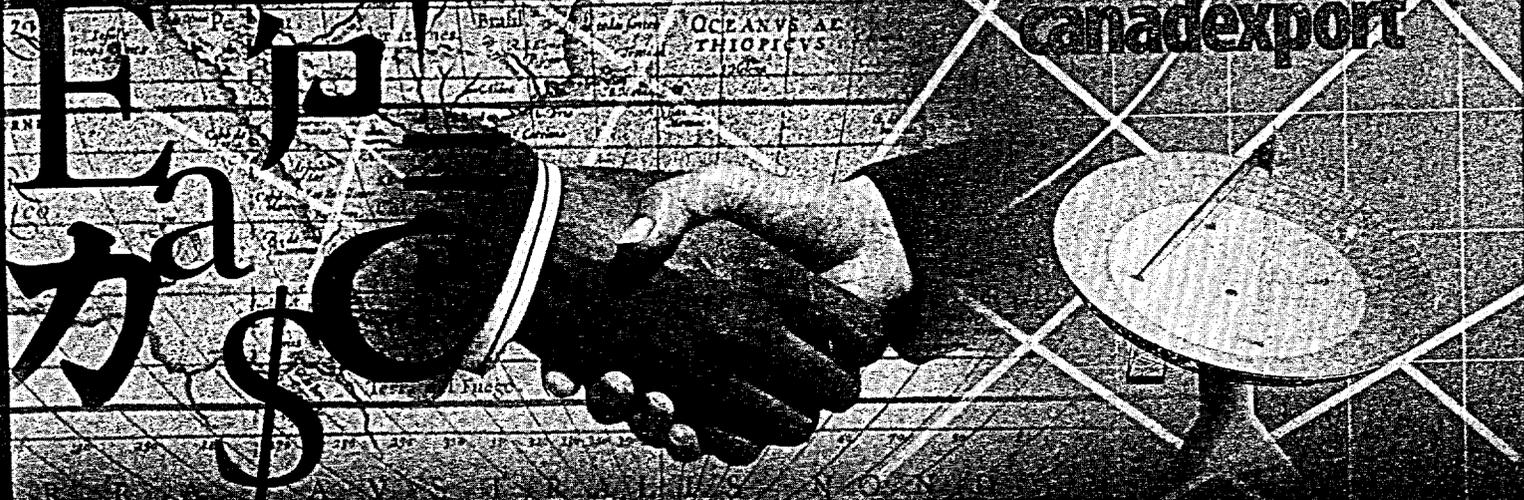


LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.

WIN  
EXPORTS



## Délégués commerciaux du Canada Nouvelles affectations — Automne 2000



À titre de délégué commercial en chef du Canada, il me fait plaisir de vous présenter les membres du Service des délégués commerciaux du Canada qui ont récemment été affectés à l'étranger.

Ces délégués commerciaux et leurs quelque 500 collègues consacrent tous leurs efforts à aider les entreprises déterminées à exporter qui ont étudié et sélectionné leurs marchés. Le rôle du Service des délégués commerciaux est d'aider les entreprises canadiennes à prendre de l'expansion à l'étranger, quelle que soit leur taille ou leur expérience. C'est ce que nous faisons en offrant une combinaison de six services de base personnalisés dans l'ensemble de nos 135 bureaux situés dans les ambassades, les haut-commissariats et les consulats du Canada.

Chaque année, des milliers d'entreprises canadiennes font appel au Service des délégués commerciaux. Chaque année, des milliers de nos clients réussissent sur les marchés du monde. Je vous invite à vous joindre à eux.

John Gero  
Sous-ministre adjoint,  
Affaires internationales et  
Délégué commercial en chef

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



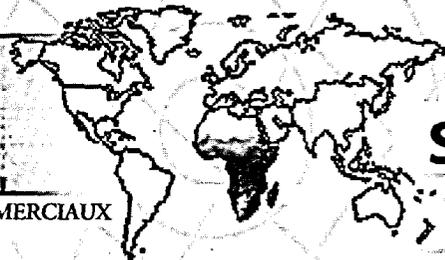
Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Canada



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA



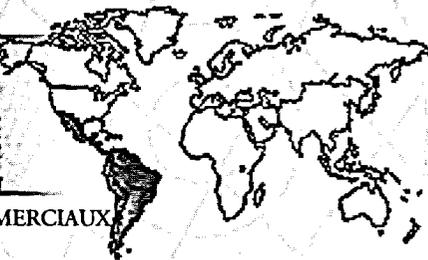
## Afrique sub-saharienne



**Ronald Rose**, qui parle l'italien, l'hindi et le swahili, est délégué commercial principal à **Nairobi** et responsable des pays de l'Afrique orientale et de la Corne de l'Afrique, à l'exception du Soudan. Au cours de sa carrière, il a été en poste à New Delhi (1979-1981), à Dar-es-Salaam (1990-1992) ainsi qu'à Rome (1996-2000), où il a été représentant permanent adjoint auprès de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. À l'Administration centrale, il a travaillé à la Direction de l'agroalimentaire, des pêcheries et des ressources (1992-1993) et à la Direction de la politique commerciale de l'agriculture et des ressources (1994-1996).



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA



## Amérique latine et Caraïbes

**Nathalie Béchamp** est deuxième secrétaire à **Santiago**. Elle parle l'espagnol, le thaïlandais et le turc. Elle a été en poste à Brasilia pendant deux mois (1996), puis à Bangkok (1996-1998). Elle a également été adjointe ministérielle au cabinet du ministre du Commerce international (1999) et a travaillé à la Direction de l'analyse des programmes et à la Direction de la planification ministérielle.



**Geneviève des Rivières**, qui parle couramment l'espagnol, est ministre-conseiller, responsable du Programme commercial à **Mexico**. Elle a été en poste à Santiago (1984-1987) et à Kuala Lumpur (1987-1990), puis a exercé les fonctions d'agente de politique commerciale (1990-1992). Elle a occupé tour à tour

les postes de directrice adjointe des Droits de douane et de l'Accès aux marchés (1992-1993) et du Secrétariat de la planification et de la gestion des ressources (1993-1994), puis de directrice de l'Analyse des programmes - Planification ministérielle (1994-1996). Elle a été par la suite ministre conseiller (Commerce et Investissement) à Londres (1996-2000).



**Steve Côté**, qui parle couramment l'espagnol, est deuxième secrétaire (Affaires commerciales) et délégué commercial à **Mexico**. Il a commencé sa carrière en 1996 à l'Institut canadien du service extérieur et a été deuxième secrétaire et consul à Montevideo (1997-2000).



**Richard Dubuc**, qui est entré au Service extérieur en 1998, est maintenant vice-consul et gestionnaire du Programme commercial à **Quito**, en Équateur. Après avoir siégé à la Commission canadienne des droits de la personne (1997-1998), il a travaillé à la Direction du Maghreb et de la péninsule arabe et à la Direction des services environnementaux.



**Carlos Miranda** est deuxième secrétaire à **Buenos Aires**, chargé de l'industrie automobile, des industries de la santé, du secteur de l'éducation, des industries de services, des projets d'investissement et de l'investissement canadien en Argentine. Il a déjà été en poste à Beijing en qualité de deuxième secrétaire (Affaires commerciales) (1996-1998). À Ottawa, il a travaillé à la Direction de l'Europe du Sud (1996) et à la Direction de l'Amérique du Sud (1998-2000).



**Jason Tolland**, qui parle l'allemand, est actuellement en poste à **Buenos Aires**. Avant de se joindre au Service extérieur, il a travaillé comme spécialiste de la qualité ISO 9000 en Angleterre et a été associé du cabinet d'avocats Alexander, Holburn, Beaudin and Lang de Vancouver. Il a été admis au barreau de la Colombie-Britannique en 1995.



**Tom Oommen** est premier secrétaire (Politique commerciale) à **Mexico**. Il travaillait auparavant à l'Administration centrale (1997-2000) comme chargé du dossier de la politique commerciale en matière de commerce électronique et de services de télécommunications. Il a aussi été délégué commercial à Paris (1994-1997), chargé de la promotion de l'industrie des télécommunications et des industries culturelles canadiennes.

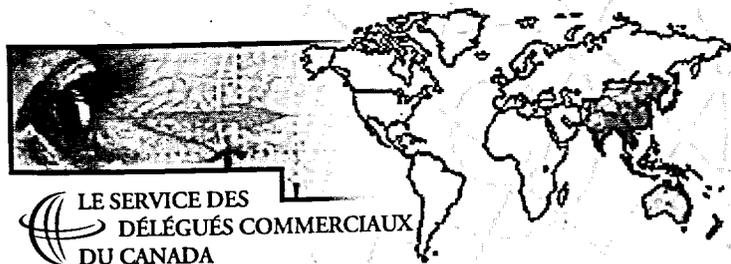


**Brigette Walenius**, qui était auparavant agente de politique commerciale à la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés, a été affectée à **La Havane**, où elle est troisième secrétaire (Affaires commerciales) et déléguée commerciale. Elle a fait des études de droit et a également travaillé à la Direction du droit commercial (1998-1999). C'est d'ailleurs avec ses collègues de cette direction qu'elle a reçu un Prix de la fonction publique.

**John Ormond**, qui parle couramment le portugais et l'espagnol, est vice-consul et délégué commercial adjoint à **São Paulo**. Il est entré au MAECI en 1999 et a travaillé au Bureau du Sommet hémisphérique, au Forum des gens d'affaires des Amériques et à l'Assemblée générale de l'OEA. Il était auparavant analyste financier chez Goldman Sachs Canada (1996-1999) et à la Banque de Montréal (1996).



**Christine Wong** est en poste à l'ambassade du Canada à **Caracas**. Depuis 1991, elle a travaillé à la Direction de l'Environnement, à la Direction des relations avec l'Afrique orientale et australe et à la Direction des visites et conférences. Elle a également été en poste à Nairobi (1994-1996) et a travaillé à la Direction du Mexique et des Relations interaméricaines (1996-1999) ainsi qu'à la Direction de l'Amérique du Sud (1999-2000).



## Asie-Pacifique



**Richard Bale** est en poste à **Manille** où il occupe les fonctions de conseiller et de délégué commercial principal. Au cours de sa carrière, il a été affecté à Stockholm (1988-1990), à Moscou (1991-1995) et à Islamabad (1998-2000). À Ottawa (1995-1998), il s'est occupé des questions relatives aux politiques et au financement des exportations.



**John Burbridge** est conseiller (Affaires commerciales) à **Islamabad**. Avant d'être affecté au Pakistan, il a été chargé du dossier de l'Inde à la Direction de l'Asie du Sud (1998-2000). Il a aussi dirigé l'Unité Asie-Pacifique au Centre de commerce international de Vancouver (1994-1998), après avoir été en poste au Koweït (1991-1994) et à Los Angeles (1987-1991).

**Michael Clark** est maintenant conseiller (Industries primaires) à l'ambassade du Canada à **Jakarta**; il s'agit de sa deuxième affectation en



Indonésie. Au cours de sa carrière, il a été délégué commercial principal à Winnipeg (1990-1992) et premier secrétaire (Affaires commerciales) à Londres (1992-1996). À Ottawa (1996-2000),

il a travaillé à la Direction du Japon, où il a récemment complété une affectation interposte à titre de directeur adjoint des Affaires politiques.

**Neil Clegg** met maintenant en pratique ses leçons de mandarin puisqu'il

occupe le poste de consul général adjoint et délégué commercial principal à **Shanghai**.

Il a déjà été en poste à Dhaka (1984-1985), à New Delhi (1985-1987), à Hong Kong (1989-1990) (1977-2000) et à Beijing (1990-1993). Au cours de ses affectations à Ottawa (1982-1984, 1987-1989 et 1993), il a travaillé au Secrétariat des cadres supérieurs, à la Direction du renseignement politique et à la Direction de la Chine.



**Pierre-André Cusson** est consul et délégué commercial à **Auckland**.

Il a déjà été en poste à Seattle (1969-1971), à Paris (1971-1974), à New York (1974-1977 et 1984-1988), à Cleveland (1980-1984), à Londres (1988-1992) et à Bruxelles (1994-1996). Avant d'être affecté à Auckland, il a occupé les fonctions de délégué commercial principal au Centre de commerce international de Winnipeg (1996-2000).



**Jim Feir** est consul et délégué commercial principal à **Hong Kong**, où il est chargé de la politique commerciale, de l'orientation stratégique et de la mise en oeuvre des programmes relatifs au commerce, à l'investissement et aux alliances. Il est entré au service du MAECI en 1975 et a depuis été en poste à Séoul (1976-1978 et 1998-2000), à La Havane (1978-1980), à Melbourne (1980-1983), à Lisbonne (1983-1986), à Singapour (1991) et à Sydney (1994-1998). À Ottawa (1986-1991), il a été directeur adjoint du Personnel au Service des délégués commerciaux et de l'Expansion du commerce au Japon.

**Monica Heron** est déléguée commerciale à **Hong Kong**. A titre

de conseillère (Affaires commerciales), elle a notamment été en poste à Berne (1988-1990), à Harare (1990-1991), à Abidjan (1991-1994) et à Dublin (1996-2000). À Ottawa, elle a travaillé à la Direction de l'expansion du commerce et de l'investissement en Europe de l'Ouest (1987-1988), à la Direction de la planification stratégique du Service des délégués commerciaux (1994) ainsi qu'à la Direction de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est (1994-1996) en tant que directrice adjointe.



**Eelco (Ed) Jager** est un

nouveau venu au Service extérieur. Maintenant à **Jakarta** à titre de troisième secrétaire (Affaires commerciales et économiques), il est responsable des secteurs des finances, des télécommunications et de l'environnement, ainsi que de la production de rapports sur l'investissement et l'économie. Il a travaillé à Ottawa l'an dernier à la Direction de la politique commerciale sur l'investissement.



**Marcus Johns** est

troisième secrétaire (Affaires commerciales) à **Séoul**, où il est chargé des technologies de l'information et des communications, de la science et des industries culturelles. Son équipe se concentre sur les débouchés qu'offre le marché coréen du sans fil. De 1999 à 2000, il a contribué aux missions d'Équipe Canada effectuées en Australie et au Japon et a été chargé du dossier de l'Australie, en plus d'être affecté à Sydney pour un court séjour.



**Carolyn Knobel** est une nouvelle agente du Service extérieur. Elle est maintenant troisième secrétaire (Affaires commerciales) à **Bangkok**. Elle était auparavant déléguée commerciale à la Direction de l'Asie du Sud (1999-2000).

## Robert Mackenzie

est ministre (Affaires commerciales) à **Beijing**. Depuis 1973, il a été en poste à San Juan (1974-1977), à Chicago (1977-1981), à Londres (1988-1992), ainsi qu'à Buffalo (1992-1996) à titre de consul général. À Ottawa, il a été directeur adjoint de l'Europe de l'Est et de l'Expansion du commerce au Japon et adjoint exécutif du sous-ministre du Commerce international. Il a également occupé les fonctions de directeur de l'Expansion des affaires aux États-Unis (1996-1999).



## Amarjeet Rattan

met à profit son expérience de producteur et de réalisateur pour des médias canadiens (1981-1993) à l'occasion de son détachement au MAECI à titre de consul et de délégué commercial à **Mumbai**. Il a été directeur des Communications et des Affaires publiques auprès du ministre de la Colombie-Britannique chargé du Multiculturalisme, de l'Immigration et des Droits de la personne (1994-1996) ainsi que directeur du Commerce avec l'Asie du Sud au Bureau de commerce et d'investissement de la Colombie-Britannique (1997-2000).



## David Steuerman

a été affecté à l'étranger pour la première fois cette année. En sa qualité de troisième secrétaire et de délégué commercial (Affaires commerciales) à **Tokyo**, il est chargé des secteurs de l'automobile, de l'aérospatiale et de la défense, ainsi que du transport ferroviaire et urbain. Il est entré au service du MAECI en 1997 et a travaillé à la Direction du Japon.



**Duane McMullen**, qui parle un peu coréen, est retourné à **Séoul** à titre de délégué commercial principal. Il avait été délégué commercial là-bas de 1990 à 1994. Au cours de sa carrière, il a également été agent des affectations à la Direction du personnel (1994-1996) et délégué commercial principal à Shanghai (1996-2000).

## Etienne Sum Wah

qui occupe le poste de vice-consul et de délégué commercial à **Shanghai**, est entré au Service extérieur en 1997. Il a reçu une formation de l'Institut canadien du Service extérieur (1997-1998) et a ensuite travaillé à la Direction de l'Europe de l'Ouest (1998-1999).



## Marc Parisien

, qui occupe le poste de deuxième secrétaire à **Beijing** depuis 1998, est maintenant chargé de l'exploitation minière, des métaux, des minéraux et du matériel connexe, du tourisme, des services professionnels et de la Mongolie. En 1997, il a travaillé à la Direction de la coordination nationale.



**Kevin Thompson** est troisième secrétaire (Affaires commerciales) à **Beijing**. Membre du Barreau du Haut-Canada, il a été associé du cabinet d'avocats Harvey, Thompson avant d'entrer au Service extérieur en 1998. Il possède une vaste expérience du travail à l'étranger, ayant occupé des postes en Amérique latine et en Asie du Sud-Est.



**Douglas Paterson** est consul et délégué commercial principal à **Mumbai**. Avant d'occuper ce poste, il était directeur adjoint de l'Asie du Sud-Est (Commerce)

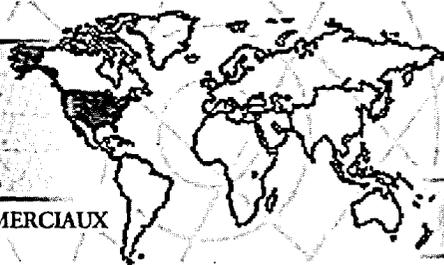
(1997-2000). Au cours de sa carrière, il a été affecté au Caire en tant que conseiller (Affaires économiques et commerciales) puis consul (1994-1997), ainsi qu'à Los Angeles à titre de délégué commercial et gestionnaire de programme. Depuis qu'il est entré au service du MAECI en 1976, il a également été en poste à Dallas, à Mexico et à Djedda.



**Francis Uy** est délégué commercial principal à **Ho Chi Minh-ville**. Entré au MAECI en 1989, il a été affecté au Bureau des négociations commerciales multilatérales, à la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles et à la Direction des technologies de pointe. Il a aussi été en poste à Sydney (1992-1994), à Minneapolis (1994-1997), puis est revenu à Ottawa pour travailler à la Direction de la Chine (1997-1998) et à la Direction du développement des exportations en tant que directeur adjoint de la Gestion des renseignements (1998-2000).



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA



## États-Unis

**Douglas Bieber** est consul et délégué commercial principal à **Buffalo**. Entré au Service extérieur après avoir travaillé pour le ministère de l'Industrie et du Commerce, il a d'abord été affecté à Dallas (1985-1989), puis à Londres comme conseiller économique (1989-1993). À Ottawa (1993-1996), il a participé à la planification des opérations à l'étranger du Service des délégués commerciaux, puis au développement de l'investissement. De 1996 à 1999, il a occupé le poste de conseiller financier à Chicago, où il a été nommé, en 1999, consul général adjoint et délégué commercial principal.



**Richard Crouch** est maintenant consul et délégué commercial à **Dallas**. Il s'agit de sa deuxième affectation aux États-Unis; il avait d'abord été en poste à Chicago (1987-1990). Avant de quitter Ottawa pour Dallas, il occupait le poste de délégué commercial à la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (1999-2000). Au cours de sa carrière, il a aussi été affecté à Tokyo (1991-1995). À Ottawa, il a travaillé à la Direction de l'expansion du commerce au Japon et a été directeur adjoint des Opérations d'expansion des affaires (1995-1998) et du Service à la clientèle de l'Institut canadien du service extérieur (1998-1999).



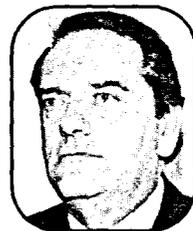
**Allan Edwards**, qui est au service du MAECI depuis 1994, est maintenant vice-consul et délégué commercial à **Seattle**. Il était auparavant à l'Administration centrale, où il occupait le poste de directeur adjoint de l'Europe centrale. Il a aussi été affecté à Tokyo à titre de deuxième secrétaire (Affaires commerciales) (1996-1999).



**Stéphane Charbonneau** est maintenant conseiller (Affaires commerciales) et directeur du Bureau de liaison avec les institutions financières internationales à **Washington (D.C.)**. Avant d'occuper ce poste, il a été en poste à Caracas (1988-1991), à Bogota (1991-1993) et à São Paulo (1996-2000). À Ottawa, il a été chargé de dossier à la Direction des Antilles et de l'Amérique latine (1993-1994) et agent d'affectations à la Direction du personnel du Service des délégués commerciaux.



**Murray Hardie**, détaché d'Industrie Canada, est maintenant consul et délégué commercial (Investissement) à **Chicago**. Il était auparavant agent commercial principal à la Direction générale des industries de la fabrication d'Industrie Canada, à Ottawa. À ce titre, il était chargé des produits forestiers et de construction.



**William Crosbie** est ministre conseiller (Affaires commerciales et économiques) à **Washington (D.C.)**. Auparavant, il assumait des fonctions au MAECI, d'abord à titre de directeur adjoint du Commerce et de la Politique commerciale avec les États-Unis (1993-1995), puis en tant que directeur des Institutions commerciales multilatérales (1995-1997) et directeur de la Politique commerciale sur l'information et la technologie (1997-2000).



**Joanne Legault** est de retour à **Dallas** à titre de consul et de déléguée commerciale chargée du portefeuille de l'investissement. À l'occasion de sa première affectation à Dallas (1989-1993), elle occupait le poste de vice-consul et de déléguée commerciale adjointe. Entrée au MAECI en 1981, elle parle couramment l'espagnol et l'allemand et peut également communiquer en italien, en portugais et en arabe. À Ottawa (1993-2000), elle a été affectée à la Direction des Antilles et de l'Amérique latine (Mexique) et à la Direction du Maghreb et de la péninsule arabique.

**Thomas Marr** est consul général adjoint et délégué commercial principal à **Chicago**, où il est chargé du Programme d'expansion des affaires (promotion des exportations, expansion de l'investissement, transfert technologique, coopération industrielle et politique commerciale). Au cours de sa carrière, il a été affecté à Bucarest (1983-1986), à Dusseldorf (1986-1990), à Vienne (1993-1997) et à Moscou (1997-2000), où il a occupé le poste de ministre conseiller (Affaires commerciales). À Ottawa, il a été directeur adjoint de l'Expansion du commerce en Europe centrale et en Europe de l'Ouest (1990-1993).



**John Roxburgh** est vice-consul et délégué commercial adjoint à **San Francisco**. À son arrivée au MAECI en 1997, il a été affecté à la Direction de la coordination régionale Asie-Pacifique (1997). Il a ensuite reçu une formation à l'Institut canadien du Service extérieur (1998), puis a travaillé à la Direction de l'Asie du Sud-Est (1999) et à la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (1999-2000).

**George Shannon** est maintenant en poste à **Dallas** à titre de consul et de délégué commercial principal. Entré au MAECI en 1974, il a été affecté à Bagdad (1975-1977), au Guatemala (1977-1980), à Riyadh (1982-1986), à Abou Dhabi (1986-1987), au Caire (1987-1991) et à la Banque inter-américaine de développement, à Washington (D.C.) (1996-2000). À Ottawa, il a travaillé à la Direction commerciale du Moyen-Orient (1980-1982), puis a été nommé directeur de la Science et de la Technologie. Il a par la suite été directeur des Débouchés commerciaux (1991-1996).



**Alan Minz**, qui parle l'espagnol, l'allemand, le russe, le polonais et le portugais, est maintenant en poste à l'ambassade du Canada à **Washington (D.C.)** à titre de chef adjoint de la Section de la politique commerciale et économique. Depuis 1978, il a occupé divers postes au Canada ainsi qu'à La Havane, à São Paulo et à Londres, où il a été conseiller commercial (1996-2000). À l'Administration centrale, il a travaillé à la Direction de la politique commerciale (Agriculture et Pêches) (1993-1996) et à la Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie pour l'Europe de l'Ouest (1990-1992).

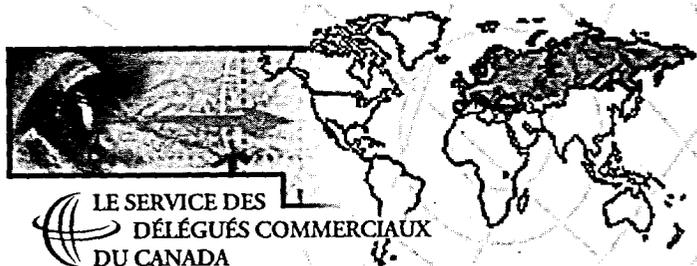
**Valerie Smith** occupe maintenant le poste de consul et de déléguée commerciale principale à **Minneapolis**. Au cours de sa carrière, elle a été en poste à Buffalo (1980-1983), à Atlanta (1983-1986), à La Haye (1989-1992), à Moscou (1992-1994) et à Prague (1997-2000). À Ottawa, elle a été affectée à la Direction de l'expansion en Asie-Pacifique Sud, à la Direction de l'expansion du commerce et de l'investissement en Europe de l'Ouest (1986-1989) et à la Direction du personnel du Service des délégués commerciaux (1994). Elle a également été directrice adjointe du Personnel de la filière commerciale (1995-1997).



**Robert Noble** est consul général adjoint et délégué commercial principal à **Boston**. Au cours de sa carrière, il a été en poste à Mexico (1975-1978 et 1993-1995), à Dakar (1978-1981) et à Madrid (1989-1993), puis à Libreville à titre d'ambassadeur (1997). À Ottawa, il a travaillé à la Direction des affaires africaines, puis a été nommé tour à tour directeur de la Liaison gouvernementale auprès de l'Association des exportateurs canadiens, directeur adjoint de la Politique commerciale industrielle, premier conseiller et coordonnateur du Secrétariat des communications consultatives sur le commerce (1981-1989) et directeur de l'Europe centrale (1995-1997).

**Lynda Watson** est déléguée commerciale principale à **Washington (D.C.)**. Entrée au MAECI en 1984, elle a été en poste à Hong Kong (1985-1988) et à Varsovie (1991-1994). À Ottawa, elle a été affectée à la Direction de la science et de la technologie (1988-1991), puis a été nommée directrice des Contrôles à l'exportation (1994-1998), directrice intérimaire de la Corée et de l'Océanie (1999-2000) et conseillère principale en politiques (2000).





LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Europe



**Sophie Bibeau** est une nouvelle venue aux Affaires étrangères. Elle est actuellement déléguée commerciale à **Almaty**, au Kazakhstan. À Ottawa, elle a travaillé à la Direction de l'Union européenne (1998-1999).

**Patrick Boulanger** est troisième secrétaire (Affaires commerciales) à **Moscou**. Il s'occupe de politique commerciale, et ses responsabilités sectorielles incluent le secteur de la santé, la commercialisation de l'enseignement, les industries culturelles, les produits de la pêche et de la mer, la fourrure et le tourisme. Il travaillait auparavant à la Direction de la Chine et de la Mongolie (1998-1999), puis est allé à Riyad à titre temporaire.



**Roberta O. Cross** ouvrira le nouveau Bureau commercial du Canada à Barcelone en mars 2001. Elle travaille actuellement à **Madrid** et a appris l'espagnol alors qu'elle était en poste à La Havane (1995-1998). Elle a également travaillé au Bureau du Sommet hémisphérique en communications et relations avec les médias (1999-2000) et a assuré des services d'aide à l'exportation auprès des PME (1998-1999). Sa toute première affectation a été au cabinet du ministre du Commerce international (1994-1995).



**Daniel de Bellefeuille** est conseiller commercial à **Londres**, responsable de la promotion des ressources forestières et minières et de questions connexes. Il était auparavant

au Foreign and Commonwealth Office du Royaume-Uni (1999-2000), à la Direction des opérations et de la politique des ressources humaines (1997-1999), à la Direction des transports et des industries de services (1996-1997) ainsi qu'à la Direction de la Chine, où il s'est occupé des relations aériennes (1995-1996). Il a déjà été en poste à Beijing et à Belgrade.



**Paul Delaney** est conseiller (Secteur agroalimentaire) à **Rome**. Il était auparavant directeur des opérations du Centre de commerce international à Montréal et responsable de l'Accord de développement industriel Canada-Québec. Il a aussi été délégué commercial pour les Amériques (1992-1995).



**Larry Duffield** est conseiller (Affaires commerciales) et consul à **Budapest**, couvrant la Hongrie, la Slovaquie, la Croatie et la Bosnie Herzégovine. Au cours de sa carrière, il a été en poste à Dayton (1969-1972), à Bonn (1972-1976), à Islamabad (1976-1978), à Tokyo (1981-1987), à Détroit (1987-1990) et à Kyiv (1996-2000). À

Ottawa, il a travaillé à l'ancien ministère de l'Industrie (1967-1969), au Bureau des projets outre-mer et à la Direction générale des programmes de défense (1978-1981). De 1990 à 1996, il a été détaché à Industrie Canada et à l'Association des exportateurs canadiens. Il a aussi été affecté à la Direction générale du personnel, à la Direction de la politique et de la planification stratégique et à la Direction de l'Europe de l'Est.



**Douglas Forsythe** a quitté la Direction des opérations juridiques à Ottawa, où il travaillait depuis 1998, pour se joindre à la mission permanente auprès de l'Union européenne à **Bruxelles**. Il était auparavant directeur adjoint de la Section du droit économique à la Direction du droit économique, des océans et de l'environnement (1993-1998).



**Peter Furesz** est conseiller (Affaires commerciales) à **Madrid**,

où il est responsable du Programme de promotion du commerce et des investissements, de la politique commerciale, des alliances stratégiques et de la coopération scientifique et technologique.

Au cours de sa carrière, il a été en poste à Djakarta (1983-1985), à Munich (1985-1986), à Tunis à titre de chargé de programmes (1987-1989) et à Santiago (1993-1996). Il a aussi été directeur adjoint de l'Expansion du commerce au Japon (1991-1993) et directeur adjoint du Mexique et des Relations interaméricaines (1998-2000).



**David McGregor** travaille

à la Section commerciale de l'ambassade du Canada à **Kyiv** depuis août 2000. Il était auparavant à Ottawa, où il a passé les trois dernières années à titre de chargé du dossier de l'Ukraine et de dix autres pays de la Communauté des États indépendants. Il a aussi été en poste à Riyad, en Arabie Saoudite (1994-1997), où il s'occupait des relations commerciales entre le Canada et l'Arabie Saoudite, le Bahreïn, Oman et le Yémen.



**Yves Geoffrion** est conseiller (Sciences et technologie) à **Paris**, détaché du Conseil national de recherches du Canada (CNRC) où il est entré

en 1982 à l'Institut des sciences biologiques (ISB). En 1990, au Bureau des relations avec le monde des affaires de l'ISB, il a défendu le rôle du milieu des affaires dans les réseaux nationaux de recherche. Il a ensuite été affecté au Centre d'innovation du CNRC (1998-1999) pour faire la promotion des activités et capacités du Programme de biotechnologie du CNRC en Colombie-Britannique. Il est également professeur adjoint de pathologie à l'Université d'Ottawa.



**Catherine Patton** est conseillère (Affaires commerciales) et consul à **Helsinki**. Elle était auparavant

directrice adjointe des Relations générales avec les États-Unis (1999-2000), directrice adjointe de la Promotion des arts et des industries culturelles (1996-1999) et consul et déléguée commerciale à Chicago (1992-1996).



**Jean Prévost** est conseiller (Affaires économiques) à **Paris**. Depuis son entrée au

MAECI en 1977, il a été en poste à Abidjan (1978-1980), à Lima (1980-1982), à Mexico (1985-1989 et 1994-1996) et en Tunisie (1989-1991). Il a travaillé 11 ans à Ottawa aux Directions de l'Amérique du Sud, de l'Europe de l'Ouest, de l'agriculture et des pêches, de l'analyse économique et commerciale, de la planification stratégique et de l'Europe centrale. Il a aussi été directeur adjoint (IFI) du Financement à l'exportation (1999-2000).



**Douglas George** est conseiller (Politique commerciale et chef de section) à la mission permanente

auprès de l'Union européenne à **Bruxelles**. Il a été directeur du Bois d'oeuvre (1997-2000), adjoint ministériel principal (1996-1997) et a travaillé à la Direction de la politique commerciale et économique — États-Unis (1994-1996). Il a également été en poste au GATT à Genève à titre de premier secrétaire (1990-1994).



**Georges Lemieux**, qui parle

couramment l'espagnol et l'allemand, est conseiller (Affaires commerciales) à **Prague**. Au cours de sa carrière, il a été affecté à Ottawa (1983-1984 et 1990-1992), à Winnipeg (1984-1985), à Dusseldorf (1985-1988), à New Delhi (1988-1990), à Philadelphie (1992-1995) et à Caracas (1995-1998). Il a également été directeur adjoint du Moyen-Orient (1998-2000).

**Graham Rush** est chargé du Programme

de promotion du commerce extérieur à **Moscou**, où il avait déjà été affecté entre 1977 et 1979. Au cours de sa carrière, il a été en poste à Dallas (1979-1982 et 1996-2000), à Budapest (1982-1985) et à Melbourne (1988-1992). À Ottawa (1985-1988 et 1992-1996), il a travaillé à l'expansion du commerce, couvrant les politiques et la planification, le commerce international, l'URSS et l'Europe de l'Est, l'expansion du commerce et des investissements aux États-Unis ainsi que le secteur tertiaire et les transports. Il a également été coordonnateur du Groupe de travail sur l'Europe centrale et l'Europe de l'Est.



# Service des délégués commerciaux du Canada

**Gary Scott** est ministre conseiller (Affaires commerciales et économiques) à **Rome**. Sa première affectation a été à Nairobi, à titre de troisième secrétaire (Affaires commerciales) (1972-1974). À Ottawa, il a été chargé du dossier de l'Afrique au Sud du Sahara (1974-1977), puis a été en poste au Caire comme



premier secrétaire (Affaires commerciales) (1977-1981) et à Helsinki comme conseiller (Affaires commerciales). Il est revenu à Ottawa comme directeur adjoint de l'Expansion du commerce avec le Moyen-Orient puis directeur adjoint du Commerce, de l'Investissement et de la Technologie en

Europe de l'Ouest. Il a ensuite été affecté au cabinet du ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce international (1991-1993). Après avoir été consul général adjoint et délégué commercial principal à Chicago (1993-1997), il est revenu à Ottawa comme directeur de l'Europe du Nord et de l'Expansion des affaires européennes (1997-2000).

**Marie Stamp** assume de nouvelles responsabilités comme déléguée commerciale principale à **Dublin**. Avant d'être nommée directrice du Bureau de liaison avec les institutions financières internationales à Washington (D.C.) (1997-2000), elle a été analyste principale des politiques à la Direction de la politique commerciale sur l'information et la technologie, adjointe ministérielle au cabinet du ministre du Commerce international et déléguée commerciale pour la France. Elle est arrivée au MAECI en 1993 après avoir passé neuf ans au Secrétariat d'État.



**Michel Têtu** est conseiller (Commerce, Investissement et Technologie) au Haut-Commissariat du Canada à **Londres**. Il a, au cours de sa carrière, été en poste à Hambourg (1985-1987), à Munich (1987-1989), au Koweït (1989-1990) et à Berlin (1991-1994). À Ottawa, il a été directeur adjoint pour les pays de langue allemande à la Direction de l'Europe centrale (1994-1998). Il a également été chef du cabinet du sous-ministre du Commerce international et contrôleur de l'Administration du pipeline du Nord (1998-2000).



## LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Tous nos bureaux à l'étranger offrent les services suivants aux entreprises – quelle que soit leur expérience – ayant effectué une recherche et ciblé des marchés.

**Aperçu du potentiel de marché** – Aide à évaluer votre potentiel sur un marché

**Recherche de contacts clés** – Des contacts et des partenaires adaptés à vos besoins

**Information sur les entreprises locales** – Information à jour sur les entreprises étrangères

**Renseignements pour les visites** – Conseils pratiques pour l'organisation de votre voyage

**Rencontre personnelle** – Plus récents développements sur le marché par nos agents sur le terrain

**Dépannage** – Conseils et aide pour résoudre des difficultés de nature commerciale

Faites-nous part de vos commentaires et suggestions par courrier électronique à partir de notre site Web.

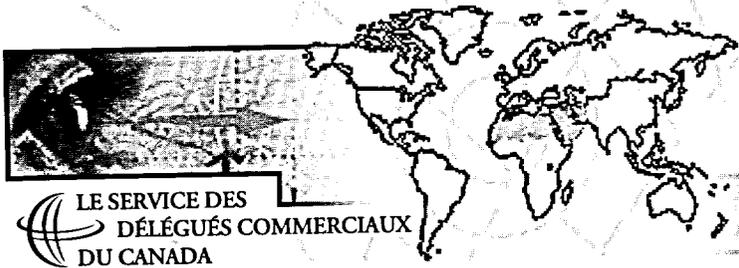
LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA – Au service des entreprises canadiennes à l'étranger

À votre service  
24 heures par jour

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

Accédez à 600 études de marchés gratuites  
et à notre réseau de 500 professionnels  
dans 135 villes à l'étranger





## Moyen-Orient et Afrique du Nord

LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA



**Paul Brettle** est consul et délégué commercial à **Dubaï**. Il était auparavant chargé du dossier de l'Inde à la Direction de l'Asie du Sud (1999-2000). Il a aussi été affecté au Centre de commerce international de Winnipeg (1995-1999), aux Pays-Bas à titre de directeur de programme adjoint (1992-1995), à Hong Kong en tant que délégué commercial (1991-1992) et au Centre de commerce international de Toronto (1989-1991).



**Sophie Legendre** est conseillère (Affaires commerciales) à **Beyrouth**. Sa première affectation a été le Mexique (1994-1997). Depuis 1992, elle a reçu une formation de l'Institut canadien du service extérieur et a travaillé à la Direction du financement international, au Service des relations avec les médias, à la Direction du Moyen-Orient ainsi qu'à la Direction du Maghreb et de la péninsule arabe.



**Jean-François Desgroseilliers** est maintenant délégué commercial adjoint à **Abidjan**, où il agit principalement à titre d'agent de liaison commerciale auprès de la Banque africaine de développement. Titulaire d'un diplôme en génie civil et d'une maîtrise en sciences politiques, il a terminé ses stages en génie en Amérique latine et en Chine avant d'entrer au MAECI en septembre 1999. Pendant sa première année au MAECI, il a été porte-parole chargé des questions commerciales.

**Carl Pilon**, qui a reçu une formation d'architecte et de planificateur régional, est maintenant troisième secrétaire (Affaires commerciales) à **Riyad**. Cette nouvelle affectation lui permet de mettre à profit sa maîtrise de l'arabe et l'expérience qu'il a acquise à la Direction de la politique et de la planification stratégique (1998-1999) pour aider les entreprises canadiennes à s'implanter en Arabie saoudite. Outre la planification stratégique et des politiques, ses domaines d'expertise comprennent l'éducation et la formation, l'agriculture et l'agroalimentaire, la géomatique ainsi que les produits et services dans les domaines des soins de santé et de la biomédecine.



**Catherine Gosselin**, qui parle couramment l'espagnol et connaît bien l'hébreu et le bahasa, est troisième secrétaire (Affaires commerciales) à **Tel Aviv**. Elle travaillait auparavant à la Direction de l'Amérique du Sud, qui couvre l'Argentine, l'Uruguay et le Paraguay (1999-2000). Elle a également été affectée à la Direction de la planification de la politique commerciale, qui s'occupait des négociations sur la ZLEA (1998-1999).



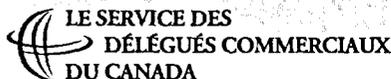
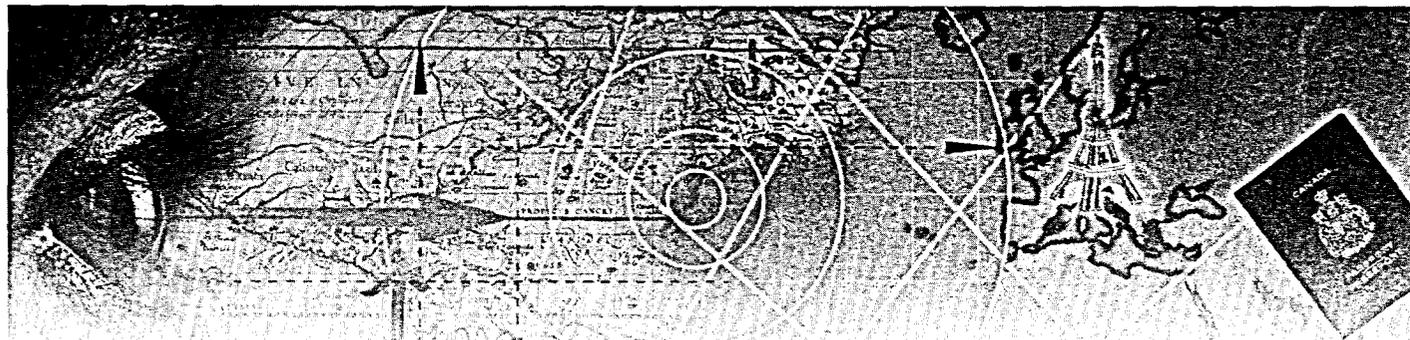
**George Sanderson**, qui parle couramment l'arabe, travaille à la Section commerciale de l'ambassade du Canada à **Riyad**, qui couvre aussi Bahreïn, le Yémen et Oman. Il était auparavant conseiller commercial à Damas (1996-2000). Entré au MAECI en 1991, il a d'abord été affecté à la Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie pour l'Europe de l'Ouest (1991-1995), puis à la Direction du Pacifique Sud (1995-1996). Avant de se joindre au Ministère, il a travaillé pour les Nations Unies en Afrique.



**Derek Zeisman** vient d'être affecté pour la première fois à **Alger**, à titre de premier secrétaire (Affaires commerciale et développement). Il s'est joint au MAECI en 1998 et a travaillé à la Section des communications et des affaires publiques pour l'Europe ainsi qu'à la Direction générale des États-Unis à titre d'analyste des politiques de transport. Il a aussi participé à l'organisation du VIII<sup>e</sup> Sommet de la Francophonie, qui a eu lieu à Moncton en 1999.



**Jean-Dominique Ieraci** est maintenant en poste à **Damas** à titre de conseiller commercial pour la Syrie, la Jordanie et Chypre. À Ottawa (1993-1995), il a d'abord travaillé au Service des relations avec les médias. Parlant couramment l'italien et le coréen, il a ensuite été affecté à Séoul (1995-1998), où il a été deuxième secrétaire et vice-consul. De retour à Ottawa (1998-2000), il a occupé un poste au sein de la Direction du personnel.



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Un réseau mondial de professionnels

Plus de 300 délégués commerciaux travaillent pour les gens d'affaires canadiens dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde. Ces délégués commerciaux canadiens font partie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et travaillent avec des agents commerciaux recrutés sur place qui connaissent les coutumes et les pratiques commerciales locales. Leur travail est de promouvoir les intérêts économiques du Canada sur les marchés internationaux (plus de détails sont disponibles au [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)).

### Services de base

**Aperçu du potentiel du marché** — Nous vous aiderons à évaluer votre potentiel sur votre marché-cible. Des études de marché sont disponibles pour certains secteurs. *Si vous désirez obtenir des renseignements supplémentaires sur le marché, nous pouvons vous diriger vers des consultants locaux.*

**Recherche de contacts clés** — Vous avez besoin d'une liste de personnes-ressources clés pour votre marché-cible? Nous pouvons vous l'obtenir. Ces personnes ont les connaissances pertinentes dont vous avez besoin pour raffiner et mettre en oeuvre votre stratégie d'entrée sur le marché. *Nous vous informerons des frais qui s'appliquent, s'il y a lieu, pour l'accès à des bases de données spécialisées.*

**Information sur les entreprises locales** — Nous vous fournirons de l'information sur les organisations ou entreprises étrangères que vous aurez identifiées. *Nous vous informerons des frais qui s'appliquent, s'il y a lieu, pour l'accès à des bases de données spécialisées. Pour les rapports de crédit, vous serez habituellement dirigés vers des agences spécialisées.*

**Renseignements pour les visites** — Lorsque vous déciderez de visiter votre marché-cible, nous pourrons vous conseiller pour déterminer le moment approprié de vous y rendre. Nous vous fournirons également des conseils pratiques sur l'organisation de votre voyage et sur les pratiques d'affaires. *Veillez consulter votre agent de voyage pour toute réservation ayant trait à l'hébergement et au transport.*

**Rencontre personnelle** — Un de nos agents vous rencontrera pour discuter des plus récents développements sur votre marché-cible et de vos besoins futurs. *Prévenez-nous simplement de votre visite au moins deux semaines avant votre départ.*

**Dépannage** — Nous pouvons vous conseiller ou vous aider à régler certaines questions urgentes de nature commerciale ou ayant trait à l'accès au marché. *Nos agents ne peuvent prendre part aux différends commerciaux ou agir à titre de courtiers en douane, d'agents de vente, d'agents de recouvrement ou d'avocats.*

### Services additionnels

Pour l'établissement d'un calendrier élaboré de rendez-vous, le soutien logistique, les services d'affaires, la participation à des événements, ainsi que l'accès à des bureaux ou des salles d'exposition temporaires, nous vous dirigerons vers des fournisseurs compétents dont les services comportent généralement des frais. *Sur les marchés où cela ne serait pas possible, nos bureaux prendront les dispositions nécessaires pour offrir ces services moyennant des frais.*

**P**our les exportateurs canadiens désireux de profiter de la reprise de l'économie thaïlandaise, la Chambre de commerce Thaïlande-Canada (CCTC) est une ressource inestimable. Établie à Bangkok, la CCTC offre des possibilités de réseautage uniques et collabore étroitement avec l'ambassade du Canada à Bangkok et avec le gouvernement de la Thaïlande afin d'améliorer l'environnement commercial dans ce pays.

Organisme sans but lucratif, la CCTC a été créée en 1991 pour favoriser les relations commerciales entre les deux pays. Les résultats sont éloquentes : les exportations canadiennes enregistrées entre janvier et août 2000 affichent une hausse de 21 % par rapport à la même période de l'année précédente. S'ils sont modestes (563 millions de dollars en 1999), les investissements canadiens en Thaïlande sont en pleine croissance.

#### Des partenaires éventuels

La CCTC regroupe principalement des entreprises, provenant de la plupart des secteurs clés. Les deux pays y sont à peu près également représentés. Cette situation favorise les partenariats, vivement recommandés par le président de la Chambre, M. Peter van Haren : « L'un des points sur lequel nous insistons auprès des gens qui veulent faire des affaires en Thaïlande, c'est de trouver un partenaire local — un représentant établi sur place. Des entreprises se chargeront volontiers d'établir une présence locale pour votre société et de vous représenter. » En fait, il est possible de trouver ces partenaires parmi les membres de la Chambre.

Selon M. van Haren, la plupart des membres thaïlandais sont là pour faire des affaires avec des Canadiens : « En tant que chambre de commerce, nous ne pouvons pas faire de jumelages directs, mais nous pouvons contribuer à établir des réseaux grâce à nos nombreuses activités commerciales et sociales. » Ainsi, la CCTC organise un tournoi de golf annuel, des sorties dans des pubs, un bal de l'Action de grâce et une fête de Noël. En outre, les membres peuvent participer à des missions commerciales dans la région organisées de concert avec l'ambassade du Canada. Ces missions sont ouvertes aux entreprises déjà représentées en Thaïlande et à celles qui souhaitent pénétrer le marché. La Chambre donne

également aux membres accès aux services du Board of Trade of Thailand, du Board of Investment et de plusieurs organisations commerciales canadiennes établies en Thaïlande et au Canada.

#### Collaboration étroite avec l'ambassade

La CCTC et l'ambassade du Canada travaillent ensemble pour stimuler les échanges entre le Canada et la Thaïlande. Elles ont récemment organisé le premier Forum des affaires Canada-Thaïlande à

chances pour les entreprises étrangères. » L'Association a d'ailleurs obtenu que le ministère du Revenu rembourse aux entreprises étrangères la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), dont le remboursement avait été reporté, et a contribué à accélérer l'adoption de la nouvelle Loi sur les entreprises étrangères.

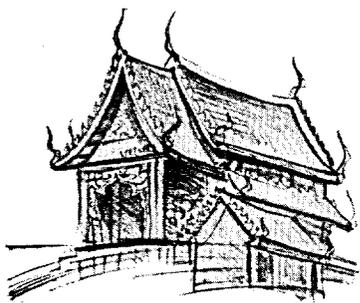
#### Promotion des liens commerciaux bilatéraux

En septembre dernier, des représentants de la CCTC sont venus à Ottawa pour

*Favoriser les relations commerciales*

# La Chambre de commerce Thaïlande-Canada

Bangkok et collaboré à la réalisation d'études de marché. Des rapports à jour sur divers secteurs sont publiés sur l'internet à [www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok](http://www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok).



#### Un groupe de pression unique

La CCTC est également en étroite relation avec le gouvernement de la Thaïlande, notamment par l'entremise de son adhésion à l'Association des Chambres de commerce étrangères de Thaïlande (JFCCT), organisation qui regroupe les 10 000 membres des 22 chambres de commerce étrangères du pays. « La JFCCT est un groupe de pression puissant en Thaïlande », de dire M. van Haren, qui en est le président. « Nous avons de bonnes relations avec les différents ministères et collaborons étroitement avec eux afin d'assurer l'équité et l'égalité des

aider aux travaux de la sixième Commission économique bilatérale Canada-Thaïlande, au cours de laquelle de hauts responsables canadiens et thaïlandais se rencontrent pour discuter de questions qui intéressent les deux pays. Cette année, le consulat général de Thaïlande à Toronto a mesuré l'intérêt qui existe au Canada pour la formation d'une Alliance commerciale Canada-Thaïlande.

#### Les Canadiens bien accueillis

M. van Haren encourage les Canadiens à prospecter le marché thaïlandais : « La Thaïlande est ouverte aux différences culturelles et religieuses. C'est un pays très libéral; les Canadiens ont leur place ici et sont appréciés. Et s'ils font preuve de patience, ils devraient pouvoir très bien réussir sur ce marché. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Megan Foster, directrice générale, CCTC, tél. : (011-662) 266-6085/6, téléc. : (011-662) 266-6087, courriel : [tccc@loxinfo.co.th](mailto:tccc@loxinfo.co.th) internet : [www.thai-canadian-chamber.org](http://www.thai-canadian-chamber.org) ✱

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

**C**onnue pour sa cuisine recherchée et pour sa diversité culturelle, la Belgique est un marché-test idéal, quoique difficile. Comptant 10 millions d'habitants, le pays est d'une bonne taille pour les exportateurs canadiens de produits alimentaires désireux de s'implanter sur le vaste marché européen. Blottie entre la France, l'Allemagne, les Pays-Bas et la mer du Nord, la Belgique est un excellent centre pour le

### Capitale culinaire de l'Europe

En plus de disposer du revenu disponible le plus élevé de l'UE, les Belges sont exigeants pour ce qui est des produits alimentaires et veulent une grande variété de produits de haute qualité. Par souci de commodité et en raison des prix compétitifs, les consommateurs font leurs achats dans les supermarchés et les hypermarchés locaux qui offrent à la fois des produits ali-

est à prédominance francophone, les habitudes de consommation sont semblables à celles des Français, alors qu'en Flandre, elles ressemblent davantage à celles des Pays-Bas.

### Densité des circuits de distribution

En raison de la situation géographique de la Belgique, située au cœur de l'Europe, et de la vitalité de son secteur de la transformation des aliments, les importations de produits alimentaires sont souvent destinées non seulement au marché de détail de la Belgique, mais aussi à d'autres marchés européens.

Les exportateurs canadiens de produits alimentaires peuvent tirer parti de l'abondance de circuits de distribution de la Belgique, qui comportent notamment des chaînes de magasins de vente au détail, des magasins de vente en gros sans livraison, des groupes d'achat en gros, des magasins franchisés et des associations sectorielles. La meilleure façon de s'implanter sur le marché belge des produits alimentaires est sans doute d'avoir recours simultanément à ces divers circuits. Les grandes chaînes de détail de Belgique sont en majorité intégrées verticalement, et elles sont présentes dans chacune des étapes du processus de distribution.

Les importations représentent environ 30 % du marché belge des produits alimentaires, ce qui en fait une destination intéressante pour les produits alimentaires du Canada. Les produits qui correspondent aux tendances actuelles du secteur alimentaire (p. ex. les produits de marque maison, les produits santé et les produits biologiques) et les produits spéciaux canadiens (p. ex. le riz sauvage, les viandes spéciales, les produits de confiserie) pourront sûrement profiter des débouchés les plus prometteurs. Au nombre des principaux produits agroalimentaires importés du Canada se trouvent les oléagineux, les céréales, les légumes, les boissons, les aliments cuisinés, ainsi que les produits spéciaux, de plus en plus en demande.

Pour plus de détails concernant le marché agroalimentaire de la Belgique, consulter le site [www.infoexport.gc.ca/be](http://www.infoexport.gc.ca/be) ou communiquer avec M. Francis Keymolen, ambassade du Canada à Bruxelles, téléc. : (011-322) 741-0616, courriel : [francis.keymolen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:francis.keymolen@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Profil du marché

# Produits agroalimentaires en Belgique

commerce et aussi une porte d'entrée sur l'Europe du Nord-Ouest. Ce pays dispose d'une des meilleures infrastructures de transport d'Europe, permettant d'acheminer de façon rentable, en moins de 48 heures, des marchandises destinées à 300 millions de consommateurs.

Bien que la Belgique soit reconnue comme l'un des marchés-tests les plus intéressants d'Europe, sa diversité culturelle lui vaut d'avoir aussi l'un des environnements les plus complexes. Comme les pratiques commerciales germaniques sont courantes dans tout le pays au même titre que les pratiques commerciales latines, il est fortement recommandé aux partenaires d'entreprises belges de posséder les connaissances culturelles et linguistiques nécessaires pour pouvoir desservir efficacement les différentes régions du pays. Le fait de posséder de l'expérience en vente et en commercialisation sur le marché de la Belgique s'avérera un atout précieux pour de futures exportations à destination des autres pays de l'Union européenne (UE). Il est communément admis que, si un produit est introduit avec succès en Belgique, il a de bonnes chances de bien se vendre dans le reste de l'UE.

mentaires et d'autres biens de consommation durables et non durables. La Belgique compte par ailleurs nombre de boutiques et de magasins spécialisés. La plupart des agglomérations ont au moins une boulangerie, une charcuterie, une boucherie et une foule d'autres magasins spécialisés dans les fruits et légumes, les produits de la mer, le vin, les fromages et les chocolats.

Les Belges aiment sortir et profiter de quelque 35 000 restaurants et cafés de diverses cultures que compte le pays. En outre, la cuisine belge figure parmi les meilleures d'Europe. Les restaurants offrent à leur clientèle la possibilité de goûter des produits exclusifs qui ne se trouvent pas dans les magasins de détail. Les Belges ont la réputation d'être plus facilement prêts à essayer et à accepter de nouveaux produits alimentaires que la majorité des Européens. Les exportateurs canadiens, par exemple, ont réussi à introduire sur le marché belge des viandes spéciales comme le bison.

Les habitudes de consommation varient selon les régions du pays et les caractéristiques culturelles de chacune d'elles. Par exemple, dans le sud, où la population

**L**e Danemark est le principal importateur européen de produits alimentaires biologiques certifiés. En 1999, le secteur danois des aliments biologiques a progressé d'environ 25 % et représentait quelque 400 millions de dollars de ventes au détail.

### Possibilités de transfert de technologies

Les secteurs agricoles canadien et danois ont beaucoup en commun. Le Canada compte, et devrait continuer de le faire, sur la technologie d'avant-garde du Danemark pour améliorer ses capacités de transformation de matières premières. Les possibilités de coopération scientifique et d'échanges de technologies et de savoir-faire sont considérables, particulièrement dans le domaine du développement des plants et des semences, du matériel génétique porcine et bovine, des méthodes environnementales et de la technologie alimentaire.

Les nombreuses missions canadiennes d'études du marché menées au Danemark ont été des plus fructueuses, et le bureau commercial de l'ambassade du Canada est souvent sollicité pour mettre au point des programmes d'études agricoles à l'intention de Canadiens, en particulier en ce qui concerne l'élevage porcine et la production, la transformation et la commercialisation de produits agroalimentaires.

### Tremplin vers d'autres marchés

Transformateur, conditionneur et exportateur de produits alimentaires averti, le Danemark importe des produits agricoles à l'état brut pour une valeur de plus de 3 milliards de dollars américains afin de maintenir son industrie alimentaire. Son réseau efficace de distribution des exportations et son grand savoir-faire en commercialisation font du Danemark un partenaire potentiel intéressant pour les entreprises canadiennes désireuses d'exporter en Europe et dans les pays de l'ancienne Europe de l'Est, dans les États baltes, en Chine et en Russie.

Bon nombre de produits canadiens sont expédiés au Danemark pour y être conditionnés ou réexportés vers le reste de l'Europe, dont le riz sauvage, les produits de l'érable, le vin, le blé dur, le miel, les semences, les haricots et les pois

spéciaux, les champignons sauvages, les fruits et légumes surgelés, les durcisseurs et les additifs utilisés par l'industrie danoise de la transformation alimentaire, les produits laitiers, les produits de boulangerie et les confiseries, le matériel génétique animal, les visons d'élevage et les fourrures.

Centre d'approvisionnement des coopératives agroalimentaires scandinaves, le Danemark achète aussi des oignons, des pommes de terre et d'autres

### Accès au marché

Le Canada et le Danemark ont la même culture d'entreprise, ce qui facilite les opérations commerciales. La complémentarité de leurs industries agroalimentaires, conjuguée à l'excellence des réseaux danois de distribution — notamment en Europe du Nord — permet l'établissement d'alliances et de partenariats stratégiques particulièrement intéressants pour les sociétés canadiennes. Situé entre la Scandinavie et l'Europe centrale,

# Le secteur agricole et agroalimentaire du Danemark

produits courants destinés aux pays de la région. Grâce à une collaboration étroite avec les éleveurs canadiens de bovins, le Danemark a accru la production laitière de ses Holstein Friesian et a changé les lignées de ses troupeaux Angus et Hereford, se substituant ainsi à la Grande-Bretagne comme premier exportateur de bovins de race de l'Europe.

### Demande de nouveaux produits

On observe une demande croissante au Danemark pour des produits de qualité supérieure et nutritifs pouvant se substituer aux produits traditionnels du régime alimentaire danois. Préoccupés par la qualité des aliments, les Danois recherchent maintenant une plus grande variété et sont attirés par les produits alimentaires exotiques, les aliments cuisinés, les produits de la mer spéciaux, les aliments surgelés et ceux pour micro-ondes. La diversité des goûts des Danois offre aux exportateurs canadiens la possibilité de commercialiser des produits-crêpeaux et des aliments aux caractéristiques uniques, tels les repas-minceur et les repas prêts à manger, ainsi que des produits haut de gamme comme les aliments de la marque « Le Choix du Président »

le Danemark est l'un des pays d'Europe qui se prête le mieux à la distribution des produits grâce à son grand aéroport international, son accès au sud de la Suède et ses systèmes évolués de transport et de télécommunications. À noter que dans le secteur agroalimentaire, il est essentiel de faire appel à un importateur, un courtier ou un distributeur.

Pour plus de renseignements sur le secteur agricole et agroalimentaire du Danemark, voir le site internet de l'ambassade du Canada à [www.canada.dk](http://www.canada.dk) ou communiquer avec M<sup>me</sup> Bernadette Luscombe-Thomsen, agente commerciale, ambassade du Canada à Copenhague, tél. : (011-45) 33 48 32 56, téléc. : (011-45) 33 48 32 21, courriel : [bernadette.luscombe-thomsen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:bernadette.luscombe-thomsen@dfait-maeci.gc.ca) ✪



**D**ix entreprises canadiennes de pointe dans le domaine de la technologie des carburants de remplacement ont présenté leurs produits à l'occasion du Salon du véhicule au gaz naturel qui a eu lieu du 17 au 19 octobre dernier à Yokohama, au Japon.

« Le véhicule au gaz naturel de l'an 2000 : le moyen de transport du prochain siècle »



*Virage canadien au Japon*

# Salon du véhicule au gaz naturel

était le thème de cette manifestation de renommée internationale, qui a attiré 2 000 visiteurs et participants du Japon, de la Corée, d'Europe et des États-Unis venus voir les 86 produits et les 49 véhicules au gaz naturel qui y étaient présentés. La tenue de nombreux ateliers et présentations a aussi permis de tracer les voies d'avenir d'une industrie automobile confrontée à la perspective d'une crise énergétique.

Les carburants de remplacement, par exemple le gaz naturel ou l'hydrogène, sont généralement perçus comme étant les solutions d'avenir du transport automobile. Ils sont beaucoup plus propres et, de façon générale, moins chers que l'essence. Malheureusement, ces technologies nécessitent une nouvelle infrastructure pour l'acheminement du carburant et, dans le cas de l'hydrogène, une nouvelle conception technique de l'automobile.

Les véhicules au gaz naturel sont considérés dans l'industrie automobile comme une technologie de transition entre les automobiles actuelles, avec leurs moteurs à combustion interne qui consomment de l'essence, et l'automobile propre à « hydrogène », pour laquelle la source d'énergie sera une

pile à combustible comme celles que fabrique la société canadienne Ballard Power Systems Inc.

Du point de vue chimique, le gaz naturel est assez semblable à l'essence traditionnelle, de sorte qu'il peut être utilisé dans un moteur à combustion interne modifié. Ainsi, les fabricants de voitures peuvent construire des moteurs dont la conception technique ne sera pas radicalement modifiée, c'est-à-dire à un coût qui ne sera pas trop élevé ni pour eux ni pour le con-

naturel, tandis que la société PowerTech, de la Colombie-Britannique, fait l'essai et assure l'homologation des systèmes pour véhicules au gaz naturel partout dans le monde.

Neuf des entreprises canadiennes qui étaient présentes au Salon du véhicule au gaz naturel, dont celles mentionnées ci-dessus, ont participé au pavillon canadien, coparrainé par l'ambassade du Canada au Japon, Ressources naturelles Canada (Centre canadien de la technologie des minéraux et de l'énergie) et la Canadian NGV Alliance. Une grande aire commune était disponible pour des réunions organisées par les divers stands où étaient installées les entreprises. Cette approche particulière a permis aux participants de maximiser la superficie et l'efficacité de l'espace qui leur était attribué tout en réduisant leurs coûts. En outre, les entreprises avaient la possibilité de se représenter l'une l'autre et ainsi de mieux utiliser les ressources offertes.

Arborant les couleurs du Canada, le pavillon a été très remarqué. On lui a d'ailleurs attribué le deuxième prix pour sa conception générale. De plus, l'approche coopérative caractéristique des Canadiens a bien fonctionné et a été particulièrement appréciée par les visiteurs japonais.

sommateur. On devra néanmoins remplacer certaines parties du moteur, à savoir le système de stockage du carburant dans le véhicule et la structure d'alimentation en carburant.



Nick White de Charonic Canada

Le pavillon du Canada au Salon du véhicule au gaz naturel à Yokohama, Japon.

C'est ici qu'entrent en scène les entreprises canadiennes. La société albertaine Dynetek, par exemple, fabrique la DyneCell, un produit phare de l'industrie automobile pour les systèmes de stockage du gaz naturel, très largement utilisé au Japon et partout dans le monde. L'entreprise ontarienne Fuelmaker produit des appareils de ravitaillement en carburant pour les véhicules au gaz

Le marché japonais de ces nouvelles technologies est solide, et l'initiative canadienne sera reprise l'an prochain.

Pour plus d'information ou pour participer au Salon du véhicule au gaz naturel de l'an prochain, communiquer avec M. Éric Laverdure, tél. : (613) 995-1678, téléc. : (613) 944-2397, courriel : [eric.laverdure@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eric.laverdure@dfait-maeci.gc.ca) ✪

**A**u cours d'une visite récente à Wenzhou (province de Zhejiang), des agents du secteur agricole rattachés au consulat général du Canada à Shanghai ont repéré un débouché concernant la vente de tourteau de canola canadien à un fabricant chinois d'aliments pour bétail. D'après les dirigeants de l'entreprise chinoise, la région de Wenzhou ne produit pas assez de fourrage pour combler la demande; ils doivent donc acheter chaque année entre 10 000 et 20 000 tonnes d'aliments dans le nord-est du pays.

Les agents du consulat ont profité de l'occasion pour faire valoir le tourteau de canola canadien comme supplément dans la production d'aliments pour bétail, expliquant les différences entre le tourteau de canola et le tourteau de colza. Par la suite, le fabricant chinois s'est dit intéressé par le tourteau de canola canadien.

Le débouché a été exploité par des fournisseurs canadiens qui ont vendu, pour un premier essai, 300 tonnes de tourteau de canola canadien au fabricant chinois. Celui-ci a alors fabriqué un nouvel aliment pour bétail qu'il a mis à l'essai; il envisage dorénavant d'utiliser le produit canadien et d'en promouvoir l'utilisation auprès de l'Association des fabricants d'aliments pour animaux de Wenzhou (Wenzhou Feed Association), qui compte près de 30 membres.

En Chine, le canola est broyé et vendu pour la production d'huile de cuisson, mais le tourteau (résidu de la production d'huile) n'est pas utilisé. La plupart des fabricants chinois d'aliments pour bétail ignorent la valeur alimentaire du tourteau de canola qu'ils croient équivalente à celle du tourteau de colza. Du fait que sa valeur nutritive est mal connue, le tourteau est souvent exporté en Corée, en Asie du Sud-Est et même en Amérique du Nord d'où il provient. La croissance démographique de la Chine et l'augmentation du revenu disponible se traduiront par une plus forte consommation de viande et, par conséquent, par une augmentation de la demande de produits animaux et d'aliments pour animaux.

#### Entrée sur le marché chinois

Il existe une importante demande de produits et de suppléments protéiques destinés à l'alimentation animale. Toutefois, pour pénétrer le marché chinois, les

exportateurs canadiens doivent être bien préparés et avoir un bon plan d'entreprise. Ils doivent obtenir tous les renseignements possibles sur le marché. Ils doivent aussi être patients et prendre soin de trouver le bon partenaire et de fournir les ressources nécessaires pour s'implanter sur le marché

l'alimentation animale. Les mises à l'essai, les colloques et les séances d'information sont des moyens efficaces de promouvoir en Chine les aliments pour animaux d'origine canadienne.

Pour plus de renseignements, s'adresser à M. Henry Deng, agent commercial

# Ventes de tourteau de canola canadien en Chine



et y prendre de l'expansion. Comme les fabricants chinois d'aliments pour bétail connaissant mal les pois fourragers et qu'ils sont très peu renseignés sur la différence entre le tourteau de canola et le tourteau de colza, les exportateurs canadiens devront montrer la valeur et l'efficacité des ingrédients canadiens de

principal, consulat général du Canada à Shanghai, tél.: (011-86-21) 6279-8400, téléc.: (011-86-21) 6279-8401, courriel : [henrydeng@shanghai.gc.ca](mailto:henrydeng@shanghai.gc.ca) ou à M. Gregory Chin, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél.: (613) 996-7256, téléc.: (613) 943-1068, courriel : [gregory.chin@dfait-maeci.gc.ca](mailto:gregory.chin@dfait-maeci.gc.ca) ✪

## Mission commerciale — Suite de la page 3

- Accords sanitaires conclus par l'Agence canadienne d'inspection des aliments et le ministère de l'Agriculture et des Pêches de l'Algérie.
- Accord de partenariat entre ATCO Structures Inc. d'Alberta et Entreprise nationale de travail des puits (ENTP).

### Entreprises qui ont signé des accords en Espagne

- SNEMO, concepteur et fabricant québécois de matériel de transport de l'énergie, a signé un accord de distribution avec Electromediciones Kainos, qui se spécialise dans la distribution d'instruments de mesure pour le secteur de l'électronique.
- CP Ships, d'Alberta, propriété du Canadien Pacifique Limitée, a signé un accord de coopération avec ASECO pour améliorer le système de transport de marchandises entre les ports d'Espagne et les ports d'Amérique, d'Asie, du Moyen-Orient et d'Océanie.

- Filmbanc, de Toronto, producteur de films publicitaires, a conclu un partenariat avec Lee Films, de Madrid, lauréat en 1999 du prix de la meilleure publicité télévisée en Espagne.

Pour plus de détails concernant la mission, consulter le site internet [www.tcm-mec.gc.ca/Maghreb-IberianPeninsula/menu-f.asp](http://www.tcm-mec.gc.ca/Maghreb-IberianPeninsula/menu-f.asp)

Pour plus d'information sur le Maroc et l'Algérie, communiquer avec M<sup>me</sup> Lucie Tremblay, Direction du Maghreb et de la péninsule arabe, MAECI, tél.: (613) 944-6590, téléc.: (613) 944-7431, courriel : [lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca)

Pour plus d'information sur l'Espagne et le Portugal, communiquer avec M<sup>me</sup> Andrée Bazinet, Direction de l'Europe de l'Ouest, MAECI, tél.: (613) 996-4427, téléc.: (613) 995-5772, courriel : [andree.bazinet@dfait-maeci.gc.ca](mailto:andree.bazinet@dfait-maeci.gc.ca) ✪

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet [www.iboc.gc.ca/eleads](http://www.iboc.gc.ca/eleads)

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa ON K1A 0S6, tél.: (613) 996-0034, téléc.: (613) 995-2121.

**ALGÉRIE — Réhabilitation et modernisation des machines de coulée continue radiales (MCCR-AC01) EPE ALFASID SPA/filiale du Groupe SIDER** — (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Alger, Algérie). Un avis d'appel d'offres international restreint (n° RD/4001/AO) a été lancé en vue de la réhabilitation et de la modernisation des machines de coulée continue radiales M7 et M8 de l'acier à oxygène d'ALFASID (Complexe sidérurgique d'El-Hadjar). Cet appel d'offres

# Le Centre des occasions d'affaires

comprend : 1) l'acquisition d'équipement et 2) la prestation de services de montage. Les soumissionnaires intéressés par le présent avis doivent retirer le cahier des charges contre paiement de la somme de 5 000 dinars algériens (DA). Date de clôture : 14 février 2001. Communiquer avec le COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le dossier n° 001114-04489, internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1222fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1222fr)

**JORDANIE — Centrale de 100-300 MW alimentée au schiste bitumineux** — (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Amman, Jordanie). Le ministère de l'Énergie et des Ressources minérales (MERM) de Jordanie lance un appel d'offres aux promoteurs qualifiés en vue de l'aménagement d'une centrale de 100-300 MW alimentée au schiste bitumineux, mettant en application la technologie de combustion directe (dont la combustion en lit fluidisé). La centrale sera située dans la région de Sultani, dans le sud du pays, selon les modalités d'un contrat de construction, exploitation et gestion. Les promoteurs doivent avoir démontré leur expertise dans le passé pour la réalisation de projets semblables. Les promoteurs choisis devront obtenir le financement nécessaire et conclure diverses ententes portant notamment sur la mise en œuvre, l'achat d'énergie et l'utilisation du schiste bitumineux, dont ils auront besoin pour financer, construire, exploiter et gérer la centrale. De plus, ils doivent établir l'entreprise responsable du projet et, dès l'entrée en activité de la centrale, s'occuper de l'exploitation pendant une

période spécifique (qui sera fixée par le promoteur) afin de vendre l'électricité à la Société nationale d'électricité à un tarif prédéterminé. Date de clôture : 31 mai 2001. Communiquer avec le COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le dossier n° 001114-04485, internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1219fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1219fr)

**ALGÉRIE — Mise en valeur et exploitation de gisements aurifères** — (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Alger, Algérie). L'Entreprise d'exploitation des mines d'or (ENOR) a lancé une ronde de soumissions internationales pour la création d'un partenariat en vue de mettre en valeur et d'exploiter les gisements aurifères de Tirek et Amesmessa, situés dans le sud du pays. Le projet comprend l'exploration de nouveaux gisements conformément à une licence, qui couvre une zone de plus de 1 200 km<sup>2</sup>. Les documents de soumission, qui coûtent 100 \$US, seront disponibles jusqu'au 4 janvier 2001. L'ENOR tiendra une séance d'information technique entre le 5 janvier et le 4 février 2001. Date de clôture : 28 mai 2001. Communiquer avec le COAI, téléc.: (613) 996-2635, courriel : [eleads@dfait-maeci.gc.ca](mailto:eleads@dfait-maeci.gc.ca) en mentionnant le dossier n° 001109-04438, internet : [www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1221fr](http://www.iboc.gc.ca/webleads.asp?1221fr) \*

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://www.iboc.gc.ca)



## Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à [www.coai.gc.ca](http://www.coai.gc.ca)

## Le «Salon de l'hôtellerie» à Dubaï

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS (É.A.U.) — 1<sup>er</sup>-3 avril 2001 — Organisé sous les auspices du Général Sheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum, prince héritier de l'émirat de Dubaï, le deuxième Salon annuel de l'hôtellerie attirera de nombreux fournisseurs canadiens du secteur de l'hôtellerie.

La région du Golfe, et les É.A.U. en particulier, est la destination touristique qui connaît la plus forte croissance au monde : des milliards de dollars y sont investis dans la construction et l'agrandissement d'hôtels et de centres de villégiature. La région a accueilli, depuis quelques années, un très grand nombre de congrès et d'expositions qui ont attiré des millions de visiteurs, gens d'affaires ou touristes de partout dans le monde, en particulier d'Amérique du Nord et d'Europe.

Pour répondre à cette demande croissante, on prévoit construire plus de 140 hôtels et centres de villégiature de luxe au cours des trois à cinq prochaines

années; ces travaux feront augmenter de 34 000 le nombre de chambres d'hôtel disponibles. On s'attend à ce que le groupe Bass, la plus grande société au monde du domaine de l'hôtellerie, construise 9 Holiday Inn et 8 hôtels Inter-Continental d'ici la fin de 2002. Les travaux de développement dans le domaine des chaînes hôtelières seront les suivants au cours des deux prochaines années : Bass – 17 hôtels; Rotana – 7 hôtels; Starwood – 5 hôtels; Hilton International – 4 hôtels; Safir Group – 4 hôtels; Marriott – 3 hôtels; Le Meridien – 3 hôtels; et Hyatt – 2 hôtels.

Pour plus de renseignements ou pour recevoir un compte rendu du Salon de l'hôtellerie de 2000, communiquer avec le directeur de projet, « The Hotel Show », Cosmos Pacific Investment & Consulting Inc., Vancouver (C.-B.), tél. : (604) 731-9663, téléc. : (604) 263-1652, courriel : cpic@direct.ca internet : www.direct.ca/cosmos/hotelshow.htm ✪

## L'Art de vivre canadien en vedette au Japon

HIROSHIMA, JAPON — 20-22 mars 2001 — Organisée par le Canada, l'exposition l'Art de vivre à la canadienne portera sur les matériaux de construction, les produits de consommation et les aliments et boissons. Cette foire solo constitue une excellente occasion de présenter les produits canadiens sur un vaste marché régional du Japon, l'un des pays consommateurs les plus riches au monde.

### Pensez Canada!

L'exposition l'Art de vivre à la canadienne coïncidera avec la tenue du festival Pensez Canada 2001 et bénéficiera ainsi des

retombées des nombreuses activités de promotion du Canada qui auront lieu au Japon durant cette période. L'exposition sera présentée dans la foulée de la foire Foodex, à Tokyo, et du West Japan Living Show, à Kitakyushu.

### Un important marché

Le Japon constitue un marché énorme pour les matériaux de construction, les produits alimentaires et les produits de consommation canadiens. En tout, il représente 5,5 milliards de dollars, ce qui correspond aux deux tiers des exportations canadiennes vers le Japon.

## LE QUÉBEC INTERNATIONAL 2001

Ce répertoire, qui en est à sa 5<sup>e</sup> édition, fournit les coordonnées postales et téléphoniques, pays d'intervention, secteurs d'activité et divers renseignements sur les firmes, les organismes privés ou publics, les établissements et les consultants du Québec engagés dans des activités internationales.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour s'inscrire, s'adresser à QUÉBEC DANS LE MONDE, tél. : (418) 659-5540, téléc. : (418) 659-4143, courriel : info@quebecmonde.com internet : www.quebecmonde.com ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## Americana 2001



**LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA**

**MONTRÉAL — 28-30 mars 2001 —**  
Une trentaine d'agents du Service des délégués commerciaux en poste à l'étranger participeront à Americana 2001 — le Salon des technologies environnementales des Amériques.

Durant l'événement Export Café, qui se tiendra le 30 mars, les agents parleront des débouchés qui existent sur divers marchés du monde.

Pour réserver une place au Café, communiquez avec nous, par courriel, à l'adresse : [americana@dfait-maeci.gc.ca](mailto:americana@dfait-maeci.gc.ca)

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

### Appui au Japon

Le Canada a été l'un des premiers pays à ouvrir, récemment, un bureau commercial à Hiroshima, au centre de la région de Chugoku qui compte quelque 8 millions d'habitants. L'exposition l'Art de vivre à la canadienne est attendue avec beaucoup d'impatience à Hiroshima, et elle y fera l'objet d'une campagne publicitaire dans la presse écrite et électronique. Des représentants commerciaux assisteront à cette foire et les exposants pourront y vendre leurs produits.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Matt Fraser, délégué commercial, MAECI, tél. : (613) 996-2974, téléc. : (613) 944-2397, courriel : [matt.fraser@dfait-maeci.gc.ca](mailto:matt.fraser@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Brian Parrott, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81) 3-5412-6223, téléc. : (011-81) 3-5412-6247, courriel : [brian.parrott@dfait-maeci.gc.ca](mailto:brian.parrott@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/menu-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/menu-f.asp) ✪

## À venir : mission pétrole et gaz au Maghreb

TUNIS, ALGER, HASSI MESSAOUD, TRIPOLI — 5-15 février 2001 — Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) vous invitent à participer à la Mission Pétrole et Gaz au Maghreb, qui inclura une visite au Oil and Gas North Africa Show ([www.oilgasnafrica.co.uk](http://www.oilgasnafrica.co.uk)) à Tunis,

Tunisie. Durant ce salon, une présentation sur le secteur canadien de l'équipement et des services sur terre de même qu'une réception de réseautage seront organisées pour vous faciliter l'accès à des partenaires étrangers. Un kiosque canadien d'information sera disponible pour permettre aux compagnies d'y promouvoir leur expertise.

Après ce salon, les participants se déplaceront vers Alger et Hassi Messaoud

où la visite d'installations pétrolières et des rencontres avec des représentants locaux seront organisées, avec l'aide des autorités algériennes. L'arrêt final prévu est Tripoli, en Libye.

Pour tout renseignement, communiquer avec M. Sameer Ahmed, MAECI, tél. : (613) 944-1558, courriel: [sameer.ahmed@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sameer.ahmed@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M<sup>me</sup> Lucie Tremblay, MAECI, tél. : (613) 944-6590, téléc. : (613) 944-7431, courriel: [lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca](mailto:lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca) ✱

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport))

## FOIRE INTERNATIONALE DES INGRÉDIENTS ET ADDITIFS ALIMENTAIRES

TOKYO, JAPON — 16-18 mai 2001 — Agriculture et Agroalimentaire Canada et l'Institut canadien de science et technologie alimentaire organisent actuellement un pavillon du Canada à la Foire internationale des ingrédients et des additifs alimentaires. Cet événement est l'une des plus grandes foires d'Asie pour les ingrédients et additifs alimentaires. En 1999, 192 entreprises y ont présenté leurs produits à plus de 19 000 visiteurs. Le Japon est le troisième marché en importance dans le monde pour les ingrédients alimentaires et l'un des marchés les plus développés pour les aliments santé et les nutraceutiques.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Mike Price, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7509, téléc. : (613) 759-7480, courriel : [pricewm@em.agr.ca](mailto:pricewm@em.agr.ca) ✱

## Forte progression de l'économie et du PIB

- Une économie dynamique et compétitive : Les facteurs économiques fondamentaux du Canada et ses avantages relatifs au chapitre des coûts créent un climat commercial incomparable.
- Des coûts salariaux moins élevés : Parmi les pays du G-7, le Canada est celui où les charges sociales sont les moins élevées et où les salaires au titre de la fabrication sont les plus bas \*.
- Une bonne gestion des finances publiques : Parmi les pays du G-7, le Canada est celui où les finances publiques sont le mieux gérées †.
- Une situation financière ayant changé du tout au tout : En 1997, le Canada dégagait un excédent budgétaire. Il devenait ainsi le premier pays du G-7 à enregistrer un excédent budgétaire au cours des années 1990 \*\*.

Pour plus de renseignements sur la manière d'investir et de faire des affaires au Canada, voir l'internet à l'adresse [www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca) ou téléphoner au (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : [lanoy.louise@ic.gc.ca](mailto:lanoy.louise@ic.gc.ca)

\* Source : The Competitive Alternatives Report: A Comparison of Business Costs in North America, Europe and Japan, KPMG Groupe-conseil, 1999. <http://www.kpmg.ca/francais/services/consulting/publications/competitivealternatives/>

† Source : Institute for Management Development, 2000

\*\* Source : Finances Canada

### LES ATOUTS DU CANADA

- ✓ Le gouvernement fédéral affiche un excédent budgétaire.
- ✓ Les taux d'inflation et d'intérêt sont bas.
- ✓ Par sa situation géographique, mais aussi grâce à l'ALENA, le Canada donne accès au marché le plus prospère au monde.
- ✓ Le Canada possède un important bassin de travailleurs qualifiés, des frais de démarrage peu élevés, un régime fiscal compétitif (en particulier dans le domaine de la R.-D.), un secteur de la haute technologie dynamique, un climat favorable aux affaires.
- ✓ Une excellente qualité de vie.

## Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateursadiens des conseils, des publications, y compris des études de structure commerciale peuvent être obtenus par téléphone au (613) 996-9709; en appelant le service FaxLink à partir d'un et du MAECI à [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)

SXCI/B1

1E 1F

Retourner en cas de non-livraison à  
Canadexport  
2750, chemin Sheffield,  
porte 1  
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada  
Numéro de convention 1453033

