

# CANADÉXPORT

Vol.14 N° 4

4 mars 1996

Le Premier ministre à CARICOM

## Mieux renforcer les liens mutuels

*Des Bahamas à Trinité-et-Tobago, en passant par la Jamaïque, 14 îles, comme autant de joyaux dont serait sertie la mer des Caraïbes, voient dans le Canada un membre proche de la famille du Commonwealth.*

Renforcer les liens politiques et économiques qui lient le Canada et les îles, tel est l'objet de la rencontre de deux jours (du 3 au 5 mars 1996) qui aura lieu à la Grenade entre le premier ministre du Canada, M. Jean Chrétien, et ses homologues de la Communauté des Caraïbes (CARICOM).

Pendant que M. Chrétien s'entretiendra avec ses homologues, un certain nombre de gens d'affaires canadiens qui œuvrent dans la région rencontreront des personnes en vue dans les milieux des affaires des Caraïbes. Leur but à tous : que les politiques se concrétisent sous la forme de carnets de commandes bien garnis.

### Objectifs

Les dirigeants cherchent des façons

d'améliorer les rapports entre le Canada et la Communauté des Caraïbes au plan du commerce et des investissements, notamment en ce qui a trait à la question de l'accès aux marchés et aux programmes canadiens d'aide au développement.

Le thème au cœur de ces rencontres : Vers l'an 2000. Il s'agit d'aider les pays membres de la CARICOM à se préparer à assumer les obligations de l'Accord de libre-échange nord-américain. On se penchera également sur les progrès accomplis en vue de la création de la Zone de libre-échange des Amériques d'ici 2005.

Parmi les autres sujets à l'ordre du jour, comment favoriser la démocratie et surmonter les obstacles au développement durable, soit la protection de l'environnement, la lutte contre le

trafic des stupéfiants, le remboursement de la dette et le perfectionnement des ressources humaines.

### Relations Canada-CARICOM

Le Canada et la CARICOM ont tout pour s'entendre : des similarités existent au niveau linguistique, juridique et politique. Les différences entre le Canada et les îles membres de la Communauté font partie du charme de ces dernières : plus de 375 000 Canadiens y ont fui l'hiver en 1994. Pendant des siècles, le commerce des marchandises a été avantageux pour toutes les parties, et aujourd'hui les pays de la Communauté des Caraïbes se tournent de plus en plus vers le Canada pour obtenir des produits et des services dans le domaine des technologies de pointe.

La formation, en 1994, de l'association des États des Caraïbes (Association of Caribbean States, ACS) a créé un marché de 200 millions de personnes pour une région dont le produit national brut est estimé à 500 milliards \$. C'est une région où le Canada, en raison de son histoire et des liens qu'il entretient avec elle, a une longueur d'avance sur ses concurrents américains, européens et asiatiques.

### Les ventes de bâtiments au Japon en pleine expansion

Les chiffres sur les ventes canadiennes de bâtiments préfabriqués au Japon en 1995 sont loin d'être gonflés.

Au cours des onze premiers mois de 1995, le Canada a surpassé les États-Unis pour devenir le plus grand fournisseur de bâtiments préfabriqués au Japon dans le monde.

Durant cette période, les importations japonaises de bâtiments préfabriqués en provenance du Canada se sont accrues de 123 % pour atteindre 7 372 millions Yen (99 millions \$ CAN). Viennent ensuite les États-Unis (7 111 millions Yen), la Finlande (2 741 millions Yen) et la Suède (2 014 millions Yen). L'année a aussi été marquée par l'exportation de produits forestiers canadiens au Japon. Ces exportations se sont accrues de 27 % au cours des dix

premiers mois de 1995 et, selon les prévisions, elles devraient atteindre une somme record de 5 milliards \$ CAN pour toute l'année.

De plus, une évaluation et des discussions prudentes avec les représentants de l'industrie indiquent que les exportations de maisons préfabriquées canadiennes vont facilement doubler à nouveau en 1996. (Plus de vingt sociétés canadiennes de maisons préfabriquées sont présentes au Japon.)

Plusieurs facteurs mènent à cette conclusion : des efforts continus de déréglementation par le gouvernement du Japon, particulièrement par le ministère de la Construction; la croissance constante des mises en chantier de maisons à ossature de bois; et les goûts des consomma-

*Voir page 3 — Les ventes*

### DANS CE NUMÉRO

LES TRUCS DU MÉTIER .....	2
MIEUX EXPORTER AU JAPON .....	3
DÉCOUVREZ LE MAECI .....	4
SUPPLÉMENT SUR LES CARAÏBES .....	I-VIII
GLOBE 96 .....	6
FOIRES COMMERCIALES .....	7
DÉBOUCHÉS / AU CALENDRIER .....	8

## LES TRUCS DU MÉTIER

# Un petit port du Nouveau-Brunswick fait des affaires d'or avec Cuba

Ce qui était, il y a dix ans, une petite affaire d'importation de crevettes et de homard de Cuba, s'est transformé en une entreprise exclusive d'exportation de produits alimentaires canadiens vers ce pays.

Bayside Food Terminal, à Bayside (Nouveau-Brunswick), qui est le seul port doté d'installations frigorifiques au Canada, a pensé que ce serait une bonne idée de remplir les navires avant que ces derniers ne repartent pour Cuba.

C'est au cours de son premier voyage à Cuba, en 1992, que le président de Bayside Food Terminal, M. Peter Frye, a décidé d'essayer de convaincre les Cubains d'étendre leurs activités de transport maritime en remplissant leurs navires de produits canadiens, plutôt que de les laisser repartir vides pour Cuba.

### Premiers navires cubains

M. Frye a été si convaincant que les navires se sont mis à rapporter des marchandises non seulement des installations de Bayside, mais aussi de ports de l'Île-du-Prince-Édouard et de la Nouvelle-Écosse.

M. Frye ne s'en formalise nullement. « Au moins, nos installations portuaires servent-elles à exporter des marchandises vers Cuba », dit-il en souriant.

C'est à cette époque que les Cubains ont commencé à charger

leurs navires d'aliments congelés et d'autres produits à l'intention des touristes séjournant dans l'île.

Grâce à l'expansion de ses installations en 1990, qui lui a permis de porter sa capacité à 3 000 tonnes pour les produits congelés et à 2 000 pour les produits réfrigérés, le terminal Bayside est devenu l'un des principaux expéditeurs à Cuba.

« Nous sommes maintenant l'une des deux entreprises qui expédient des pommes de terre de semence canadiennes à Cuba », souligne M. Frye. « Nos livraisons annuelles, qui se situent entre 10 000 et 12 000 tonnes, sont comparables à celles de McCain. »

Outre les pommes de terre de semence (dont le gros des livraisons se font en octobre et en novembre), Bayside expédie à Cuba entre 10 000 et 20 000 tonnes d'aliments congelés (porc, poulet, bœuf, beurre, saindoux et frites) de même que du lait en poudre.

M. Frye ajoute : « Les livraisons ne sont plus essentiellement destinées aux touristes. Les autorités cubaines achètent désormais ces produits pour la population. »

### D'autres débouchés potentiels

Selon M. Frye, les livraisons pourraient même doubler cette année car, dit-il, « L'économie cubaine a connu ses pires moments il y a quelques années, mais elle est en train de reprendre le dessus. »

Les échanges avec Cuba représentent 30 % des activités de Bayside Food Terminal. Un ou deux navires cubains sont chargés chaque mois dans le port de Bayside.

« Cuba est un pays merveilleux », affirme M. Frye. « C'est le seul endroit au monde où les entreprises canadiennes sont avantagées, les sociétés américaines n'ayant pas le droit d'y exporter des produits. »

Il pense toutefois que le Canada ne conservera pas cet avantage bien longtemps encore.

M. Frye ne se considère pas vraiment comme un homme d'affaires, mais davantage comme un intermédiaire dont le travail est de faciliter la conclusion d'ententes entre Canadiens et Cubains.

Il n'a que des éloges pour le personnel de l'ambassade du Canada à La Havane. « Nous avons là une équipe formidable qui se voue aux intérêts des entreprises canadiennes. Nous devons savoir en tirer profit. »

Le commerce des produits alimentaires ne cesse de progresser, et M. Frye pense que les échanges entre le Canada et Cuba vont se multiplier. Il a probablement raison : le transport maritime est le mode de transport des marchandises le moins coûteux.

Pour plus de renseignements sur Bayside Food Terminal et sur l'expédition en vrac à Cuba, communiquer avec le président de l'entreprise, M. Peter Frye, tél. : (506) 529-4923, fax : (506) 529-4312.

## JETRO vient promouvoir les exportations de produits alimentaires vers le Japon

Les industries canadiennes des aliments transformés et des produits de la pêche élargiront vraisemblablement leur présence déjà importante sur le marché japonais par suite de l'affectation récente de M. Masakazu Chikuse à titre de conseiller commercial principal au Canada.

### Rôle axé sur l'exportation

M. Chikuse, qui est le deuxième conseiller commercial que le Japon délègue au Canada, connaît très bien les industries japonaises des aliments transformés et des produits de la pêche. Il était auparavant employé par Daiei Inc., le plus important détaillant du Japon. M. Chikuse, qui exerce ses activités au Centre du commerce international à Vancouver, complètera le travail déjà entrepris par son homologue, M. Satoshi Nakayama, en poste à l'Association des exportateurs canadiens, à Ottawa.

Le rôle de M. Chikuse au Canada est de cerner les produits qui pourraient être exportés vers le marché japonais et d'aider les fabricants à trouver sur ce marché un créneau pour leurs produits.

Les consultations personnelles avec des gens d'affaires canadiens sont un volet essentiel du travail de M. Chikuse. Un autre aspect important de son rôle est de mettre des acheteurs et des distributeurs potentiels au Japon en relations avec des exportateurs potentiels au Canada.

Cette affectation relance les activités de promotion des importations de l'Office japonais du commerce extérieur (Japan External Trade Organization, JETRO), qui a créé, en 1990, son programme de conseillers

commerciaux principaux. Cet effort de promotion des importations s'est révélé un des plus efficaces.

Dans le cadre de ce programme, le JETRO recrute ses conseillers — des spécialistes de l'importation qui doivent avoir au moins 20 ans d'expérience — auprès des plus importantes entreprises japonaises de fabrication, de distribution et d'autres secteurs. Le programme, pour lequel on avait recruté, au début, 25 conseillers, en compte désormais 37, qui sont déployés dans le monde entier.

### Accroissement des exportations

Cette affectation cadre parfaitement avec la stratégie de commercialisation plus dynamique dont s'est doté le Canada, *Le plan d'action du Canada pour le Japon*, qui porte déjà ses fruits.

Les exportations canadiennes vers le Japon se sont en effet accrues dans le domaine des produits de construction, des aliments transformés et des télécommunications. Selon les estimations, la valeur des exportations canadiennes à destination du Japon en 1995 totalisait 12 milliards \$, somme qui dépasse la valeur des exportations totales du Canada vers les 15 pays membres de l'Union européenne!

« Le JETRO est heureux d'aider le Canada dans ses efforts de promotion des exportations, et est particulière-

ment ravi de voir nos rapports commerciaux prendre une telle ampleur », de dire M. Yoshio Ishikawa, directeur exécutif, JETRO Toronto. Il ajoute : « Nous sommes impressionnés par l'approche « Équipe Canada », qui réunit les efforts du gouvernement fédéral, des provinces et du secteur privé, et nous avons répondu au *Plan d'action du Canada pour le Japon* dès sa mise en œuvre en offrant des programmes aux petites et aux moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent établir des liens d'affaires entre nos deux pays. »

### Personnes-ressources

Les exportateurs d'aliments transformés et de produits de la pêche qui souhaitent pénétrer le marché japonais peuvent communiquer avec M. Masakazu Matt Chikuse, conseiller commercial principal, Japan External Trade Organization, Vancouver International Trade Centre, 2000-300 West Georgia Street, Vancouver (C.-B.) V6B 6E1, tél. : (604) 666-9952; fax : (604) 666-0954.

On peut se procurer de l'information sur le JETRO et ses programmes, à ses bureaux : à Toronto, tél. : (416) 861-0000, fax : (416) 861-9666; à Vancouver, tél. : (604) 684-4174, fax : (604) 684-6877; à Montréal, tél. : (514) 879-5617, fax : (514) 879-5618.

## Les ventes de bâtiments au Japon (Suite de la page 1)

teurs, les économies au chapitre des coûts, l'efficacité énergétique et d'autres avantages propres à la construction se traduisent par une demande accrue des constructeurs d'habitations pour des maisons importées, de style occidental.

D'autres facteurs importants qui

expliquent ce pronostic favorable sont les activités persistantes de promotion commerciale et de pénétration du marché entreprises par les consulats, les délégations provinciales et l'ambassade; sans oublier les activités d'organismes tels que SG Kai et Canada Comfort Direct.

En 1996, par exemple, les 150 membres de SG Kai prévoient acheter près de 2 000 maisons préfabriquées de plus de dix fabricants canadiens.

Pour renseignements, communiquer avec M. François Rivest, ambassade du Canada, Tokyo; tél. : 81-3-3408-2101; fax : 81-3-3470-7280.



**WIN Exports — A la recherche de débouchés extérieurs?**  
Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

**CANADÉXPORT** ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi  
Rédacteur : Don Wight  
Collaboration spéciale : Louis Kovacs  
Mise en page : Yen Le  
Publication : Boîte Noire

Tél. : (613) 996-2225  
Fax : (613) 992-5791  
Courrier électronique : canad.export@extott07.x400.gc.ca  
Tirage : 40 000 exemplaires.

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 CANADÉXPORT.

CANADÉXPORT 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 communication sur le commerce (BCT).

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

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

## DÉCOUVREZ LE MAECI

CanadExport présente le premier article d'une série spéciale afin d'informer ses lecteurs sur le rôle des différentes directions du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en particulier celles dont les programmes, les services et les fonctions sont étroitement liés aux activités canadiennes d'exportation. Les commentaires et les suggestions des lecteurs seront les bienvenus. Nous y apporterons le plus grand intérêt.

### Direction des politiques économique et commerciale du Groupe des politiques

Qu'ont en commun les technologies de pointe, la politique de concurrence, les normes techniques et l'analyse des risques? Beaucoup en fait, surtout pour le Groupe des politiques du MAECI.

#### Organisation

Le Groupe des politiques se divise en cinq directions : Affaires politiques et politique de sécurité, Politiques gouvernementales, Coordination du sommet économique, Relations fédérales-provinciales, et Politiques économique et commerciale. Dans l'ensemble, le Groupe a pour tâche de cerner et d'analyser les tendances d'ordre politique et économique ainsi que les tendances relatives à la politique de sécurité, et de publier des documents de politique sur une foule de questions.

#### Questions

La mondialisation croissante de l'économie — poussée par l'investissement, le commerce et la technologie — et l'émergence de problèmes mondiaux comme la dégradation de l'environnement, mettent en évidence l'importance grandissante que revêt l'examen des relations économiques et commerciales internationales.

La transformation rapide de l'économie mondiale, bien qu'elle engendre de l'insécurité, crée néanmoins des débouchés commerciaux. Pour faire équilibre, dans une certaine mesure, aux défis de la nouvelle économie, il faut renforcer les règles du jeu à l'échelle internationale afin d'empêcher les plus grands pays de prendre des mesures unilatérales.

#### Objectifs

L'objectif central du Canada est de poursuivre l'élaboration d'un cadre international de réglementation qui donne au secteur privé un accès à la fois meilleur et plus sûr aux marchés, élément essentiel à la croissance économique et au maintien des

emplois au Canada.

Comprendre les stratégies commerciales et d'investissement de nos principaux partenaires permet aux sociétés canadiennes de prendre conscience des risques et des incertitudes que présente le commerce avec l'étranger et de recevoir le soutien nécessaire dans le cadre de la politique commerciale.

#### Un agent de changement

La Direction des politiques économique et commerciale du Groupe des politiques regroupe des économistes, un statisticien et des spécialistes du commerce possédant une vaste expérience de la négociation, du service extérieur et de la politique commerciale.

Les recherches du Groupe des politiques portent essentiellement sur les nouvelles politiques commerciales et d'autres questions économiques afin de clarifier le rapport entre ces questions et le programme des intervenants étrangers, et de jeter les bases d'une plus grande cohérence des politiques au moment d'évaluer les intérêts nationaux divergents.

Les documents du Groupe des politiques et les commentaires, plus courts, sont des documents de travail qui portent sur un éventail de sujets et qui sont préparés en étroite collaboration avec d'autres spécialistes des différents secteurs d'activité et régions géographiques au sein du MAECI, d'autres ministères et les missions canadiennes à l'étranger.

De plus, la Direction est réputée pour ses fiches d'information contenant un choix d'indicateurs commerciaux et économiques, qui sont diffusées sur une grande échelle.

Chaque document est la responsabilité de ses auteurs, et le point de vue exprimé ne représente pas nécessairement celui du Ministère et du gouvernement. Il vise à encourager les discussions éclairées entre les fonc-

tionnaires et le grand public qui s'intéressent aux tendances et aux enjeux en matière de politique étrangère.

#### Projets à venir

Aussi longtemps que le Canada continuera de relever des défis économiques de taille qui exigent une attention particulière, le Groupe des politiques concentrera ses efforts afin de mieux comprendre l'évolution de l'économie mondiale et du rôle du Canada.

Les plans de travail pour l'année qui vient portent sur divers projets relatifs aux normes des produits et des procédés, à la propriété intellectuelle, à la politique de concurrence et à l'investissement.

#### Publications

Voici quelques-unes des publications préparées par la Direction :

*Les quatre amigos et d'autres encore : Vers une zone de libre-échange des Amériques* — Vue d'ensemble sur les choix possibles pour réaliser le libre-échange dans l'hémisphère occidental. (Octobre 1995)

*Changement de partenaires et partenaires changeants : Tendances des relations économiques régionales du Canada* — Fiche documentaire factuelle sur les discussions en cours relativement aux initiatives commerciales régionales, présentée dans une perspective canadienne. (Mars 1995)

#### Renseignements

Pour tout renseignement sur les publications du Groupe des politiques, communiquer avec l'InfoCentre au MAECI (voir l'encadré au bas de la page) ou voir Groupe des politiques sur l'Internet (<http://www.dfait-maeci.gc.ca>), sous la rubrique Documents du Groupe des politiques/Commentaires). On peut également faire part de ses commentaires et suggestions au Groupe des politiques, tél. : (613) 944-6824; fax : (613) 944-0375.

# CANAD EXPORT



## Le point sur les Caraïbes

### Au-delà du soleil et des plages... des débouchés

Il est vrai que l'apport du tourisme et des exportations d'aliments et de boissons à l'économie des Caraïbes est considérable, mais, au delà du soleil et des plages, il se trouve un contexte qui s'ouvre rapidement au commerce international et aux investissements.

Comme de nombreux pays et régions du monde entier, les Caraïbes font de grands efforts pour entrer dans « l'ère nouvelle » : en libéralisant le commerce et la législation régissant les investissements, en renforçant leur infrastructure et en modernisant leur capacité de production.

Le bassin des Caraïbes, constitué de 23 pays et territoires

et comptant 31,5 millions d'habitants, regroupe un grand nombre de marchés variés et en plein essor. Bien que la plupart soient petits, ces pays présentent des possibilités intéressantes pour les Canadiens, compte tenu particulièrement des rapports commerciaux et culturels positifs qui existent entre eux et le Canada.

### Le BCCCC, porte d'entrée aux Caraïbes

Le Bureau de coopération commerciale caraïbo-canadienne (BCCCC), créé en avril 1990 dans le cadre du programme CARIBCAN, présente aux entreprises canadiennes de nouvelles occasions d'affaires aux Caraïbes.

Administré par l'Association des exportateurs canadiens et avec l'aide de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), le BCCCC rend un service vital à la

promotion des liens commerciaux à long terme dans l'ensemble des Caraïbes pour le bien à la fois des intérêts canadiens et caraïbes.

Le BCCCC travaille en collaboration étroite avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, l'ACDI et les missions canadiennes à l'étranger.

Il existe des possibilités de coentreprises dans le secteur privé de

transferts de technologie, d'investissement, de franchisage, de concession de licences, de formation et d'autres formes de coopération commerciale.

Ces possibilités ne se limitent pas aux entreprises traditionnelles. Presque tous les types de projets d'affaires, surtout ceux qui touchent le secteur manufacturier, sont admissibles.

Voir page III — BCCGC

### La Communauté des Caraïbes, ou CARICOM

La CARICOM, ou Communauté des Caraïbes, est formée des pays suivants : Antigua-et-Barbuda, la Barbade, le Belize, la Dominique, la Grenade, le Guyana, la Jamaïque, Montserrat, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-et-Grenadines, Trinité-et-Tobago. Les Bahamas font partie de la CARICOM, mais pas du marché commun, tandis que les îles Vierges britanniques et les îles Turks et Caïques sont membres associés.

Les rapports entre le Canada et la CARICOM, pour ce qui est du commerce et des investissements, sont bien établis; au départ, le Canada y exportait du bois d'œuvre et du poisson salé et importait en échange du sucre, de la mélasse et du rhum. Le commerce bilatéral des marchandises s'est étendu et diversifié au point où sa valeur a dépassé 800 millions \$ en 1994. À la fin du premier semestre de 1995, les exportations et les importations canadiennes affichaient respectivement des hausses de 23 et 16 % par rapport à

la même période l'année précédente. Ces données ne tiennent pas compte du commerce des services, secteur qui constitue une partie importante et en pleine expansion des relations commerciales du Canada avec cette région. Les investissements canadiens directs dans la CARICOM, à l'exclusion du secteur bancaire, sont estimés à 600 millions \$, dont une grande part va dans les assurances, l'industrie légère, la mise en valeur des ressources, le transport et le tourisme.

Le commerce du Canada avec la région repose sur le programme CARIBCAN, lancé en 1986 par le gouvernement du Canada dans le but de faciliter le commerce, les investissements et la coopération industrielle avec la CARICOM. La principale caractéristique de ce programme, pour le Canada, est d'accorder unilatéralement un accès préférentiel et en franchise de droit à ses marchés pour presque toutes les impor-

tations venant des pays de la CARICOM. Plus de 95 % des importations canadiennes en provenance de ces pays ne sont actuellement frappées d'aucun droit de douane à leur arrivée.

Un examen triennal du régime tarifaire canadien est en cours au ministère des Finances; il s'agit de simplifier ce régime et d'étudier des façons d'améliorer le programme CARIBCAN.

SÉRIE SUR L'AMÉRIQUE LATINE	
19 FÉVRIER	BRESIL, ARGENTINE, COLOMBIE, PÉROU
4 MARS	CARAÏBES
18 MARS	CHILI
1 <sup>ER</sup> AVRIL	MEXIQUE



## Miami

### Miami - La porte d'accès aux Caraïbes

En raison des liens géographiques et culturels étroits qui la lient aux Caraïbes et à l'Amérique latine, Miami est souvent appelée « la capitale des Amériques ». La majeure partie du fret aérien à destination de cette région passe par l'aéroport international de Miami, et les ports de Miami, de Fort Lauderdale, de Palm Beach et de Tampa desservent chacun des marchés caraïbes distincts.

C'est à juste titre à Miami que le Sommet des Amériques a eu lieu en décembre 1994, au cours duquel les chefs de gouvernement ont convenu de conclure l'accord de libre-échange de l'hémisphère occidental d'ici l'an 2005. Le second sommet aura lieu ce mois-ci à Cartagena, en Colombie.

L'État de la Floride est une destination très prisée des touristes canadiens, qui sont plus de 2 millions à s'y rendre chaque année. On y trouve également d'excellents débouchés pour les produits et les services canadiens, particulièrement dans les secteurs de l'alimentation et des boissons, de l'informatique, des télécommunications, des soins médicaux et des soins de santé, de la construction et des services.

Le consulat du Canada à Miami recherche activement des occasions d'affaires pour les entreprises canadiennes, autant en Floride que dans les Caraïbes. Les exportateurs canadiens devraient s'y adresser pour obtenir des renseignements sur les marchés.

## Cuba

La dissolution de l'Union soviétique a eu des répercussions économiques considérables sur Cuba. La valeur des importations cubaines, qui avait atteint un sommet de 8,1 milliards \$ US en 1989, est tombée à environ 2 milliards en 1993. Cuba est néanmoins le second partenaire commercial du Canada dans les Caraïbes (le commerce bilatéral entre les deux pays s'est chiffré à 309 millions \$ en 1994) et pourrait très bien devenir le premier.

### Relations Canada-Cuba

Malgré l'affaiblissement de son économie, Cuba représente un marché intéressant pour les gens d'affaires canadiens. Le Canada et Cuba ont d'excellents rapports commerciaux, et le Canada a très bonne réputation à Cuba, où il est perçu comme un partenaire fiable pour le commerce et les investissements. En 1994, Cuba a importé du Canada pour 114,6 millions \$ de marchandises, dont près de la moitié étaient des produits agro-alimentaires. À la fin du premier semestre de 1995, les échanges commerciaux entre les deux pays avaient presque doublé par rapport à la même période l'année précédente, étant passés de 136 à 250 millions \$.

Après la chute des économies planifiées de l'Europe de l'Est et de l'URSS, Cuba a accéléré la mise en œuvre de ses réformes économiques. Le Décret-loi 50, adopté en 1982, avait préparé le terrain pour les associations économiques et les coentreprises avec des entreprises étrangères. Dix ans plus tard, la Constitution était modifiée et des lois étaient adoptées afin de donner des garanties aux investisseurs étrangers, notamment en permettant le rapatriement des profits, en éliminant le monopole d'État sur le commerce extérieur et en changeant la législation du travail, surtout en ce qui a trait à l'industrie touristique.

### Nouvelles mesures

En 1993-1994, un certain nombre d'autres réformes importantes ont été adoptées, visant à :

- ouvrir tous les secteurs productifs de l'économie à l'investissement étranger et permettre aux partenaires étrangers d'avoir une participation majoritaire dans les coentreprises;
- permettre aux Cubains de posséder des devises étrangères;
- autoriser le travail autonome dans plus de 100 professions;
- transformer en coopératives la majorité des exploitations agricoles appartenant à l'État;
- créer des marchés libres, où les prix sont déterminés par l'offre et la demande, pour les produits agricoles et les marchandises fabriquées;
- permettre l'investissement en participation dans le secteur de l'immobilier commercial.

### L'investissement étranger

Le 6 octobre 1995, Cuba a remplacé le Décret-loi 50 par une nouvelle loi régissant l'investissement étranger, confirmant la ferme intention du gouvernement de faciliter et d'encourager ce type d'investissement. Pour la première fois, des entreprises peuvent appartenir entièrement à des étrangers dans tous les secteurs sauf l'éducation,

la santé et le militaire. En outre, l'investissement dans l'immobilier pourra prendre beaucoup d'envergure. En codifiant les règlements concernant la coentreprise et en rationalisant la procédure d'approbation des investissements étrangers, cette loi vise à donner plus de sécurité aux investisseurs tout en favorisant le développement économique de Cuba.

Parmi les nombreuses caractéristiques de la nouvelle loi sur l'investissement étranger, mentionnons l'importance particulière accordée aux éléments suivants : donner des garanties aux investisseurs étrangers contre l'expropriation et les demandes de tiers; permettre l'établissement de filiales d'entreprises étrangères appartenant entièrement à des intérêts cubains; codifier le régime fiscal s'appliquant à l'investissement étranger; créer des zones de libre-échange et des zones industrielles pour stimuler la fabrication de produits destinés à l'exportation. Les investisseurs potentiels devraient surveiller de près dans les mois à venir l'application de ces nouvelles dispositions et leur effet sur les différentes formes de partenariat avec les entreprises canadiennes.

En 1982, Cuba comptait à peine un peu plus d'une vingtaine de coentre-

Voir page III - Cuba

## Cuba

(Suite de la page II)

prises avec des étrangers. Depuis, de plus en plus de gens veulent y investir. Aujourd'hui, on dénombre plus de 200 activités mettant en jeu des investissements étrangers à Cuba, dont la valeur est de 2,1 milliards \$ US. Plus d'une trentaine de coentreprises canadiennes sont déjà en place, et plusieurs autres sont en voie de négociation. Cuba espère attirer des investissements étrangers pour compenser les effets de l'effondrement de l'URSS a eus sur son économie. Son infrastructure, en particulier, nécessite des investissements énormes. Cuba a tout ce qu'il faut en matière de ports, de chemins de fer, de routes revêtues, d'aéroports et d'entrepôts. Mais, si l'infrastructure est bien développée, elle a été peu entretenue et n'a pas fait l'objet de beaucoup d'investissements depuis 1989. Les pays disposant de beaucoup de capitaux, qui peuvent se permettre de poursuivre des négociations relativement longues et complexes, devraient examiner les possibilités d'investissement à Cuba, particulièrement dans le secteur primaire.

Depuis le mois de juin 1994, Cuba est admissible au programme de coopération industrielle ACDI-INC., de l'ACDI. Dans le cadre de ce programme, les entreprises canadiennes peuvent présenter des demandes de cofinancement pour la réalisation d'études de faisabilité concernant des coentreprises ou partenariats éventuels.

### Débouchés sectoriels

Les exportations canadiennes à destination de Cuba se composent principalement de produits et de services dans le secteur agro-alimentaire et des ressources naturelles. Il existe de bonnes possibilités dans l'industrie touristique ainsi que dans les branches d'activité et services connexes.

Dans son programme de développement économique, le gouvernement cubain a classé le tourisme parmi les secteurs prioritaires. Le 1<sup>er</sup> avril 1994, il a annoncé la réorganisation longtemps attendue de l'industrie touristique. Le volet principal en est la création d'un ministère du tourisme qui aura pour rôle de s'occuper des questions de politique et de créer d'autres organismes de tourisme autonomes.

Au milieu des années 80, Cuba a lancé un programme visant la construction d'un grand nombre de nouvelles chambres d'hôtel et la modernisation de son infrastructure hôtelière. Cuba compte actuellement 25 000 chambres d'hôtel respectant les normes internationales en la matière, auxquelles s'ajoutent 3 000 chambres par an, ce qui signifie

### BCCCC - Suite de la page I

Le BCCCC peut aider les gens d'affaires à trouver des partenaires commerciaux au Canada et dans les Caraïbes, et les épauler pendant tout le processus (choix du partenaire, démarrage de l'entreprise, négociations).

Pour tout renseignement au sujet du BCCCC, communiquer avec le Bureau de coopération commerciale caraïbo-canadienne, tél. : (613) 238-8888; fax : (613) 563-9218.

qu'il y a de nombreux débouchés dans les domaines de l'investissement, de la gestion, de l'équipement hôtelier et des produits alimentaires.

Quelque 620 000 touristes sont allés à Cuba en 1994, dont le tiers venaient du Canada.

Un grand nombre d'entreprises souhaiteraient acheter des propriétés à Cuba pour y construire des hôtels ou des centres de villégiature, ou encore des installations de loisir privées. Les lois régissant la propriété et le droit de propriété à Cuba ont été profondément transformées ces dernières années. La propriété privée de biens-fonds est permise seulement dans des circonstances précises. Grâce à une nouvelle loi adoptée en 1994, Cuba accueille désormais favorablement les propositions émanant d'entreprises étrangères qui visent à rénover et à moderniser des immeubles de bureaux ou des immeubles résidentiels existants, ou à en construire des neufs; à condition que ces propositions soient faites conjointement avec un organisme d'État cubain.

Cuba est dans une situation unique dans les Amériques en ce sens que c'est le seul pays faisant l'objet d'un embargo commercial et d'autres mesures restrictives de la part des États-Unis. Les sociétés qui envisagent d'y exporter des produits d'origine américaine, ou ayant un contenu américain, devraient s'adresser à la Direction du contrôle des exportations, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, (613-996-2387), pour savoir si une licence d'exportation est requise.

### Le Canada rejette l'embargo américain sur Cuba

Le Canada ne tolère pas l'application extraterritoriale de lois adoptées par d'autres pays. Il incite donc les entreprises canadiennes à exercer leurs activités commerciales selon les lois et les règlements du Canada, et non d'un pays étranger. Dans ce contexte, en octobre 1992, le gouvernement du Canada a pris un arrêté en vertu de la Loi sur les mesures extraterritoriales étrangères. Il s'agissait de bloquer les efforts que faisait le gouvernement américain pour appliquer au-delà de son territoire son embargo sur le commerce des marchandises avec Cuba. Selon cet arrêté, les entreprises canadiennes qui reçoivent des instructions leur disant de ne pas faire de commerce avec Cuba doivent, d'une part, ignorer ces instructions et, d'autre part, rapporter au procureur général du Canada qu'elles ont reçu de telles instructions. Le 15 janvier 1996, l'arrêté a été modifié. Son champ d'application a été étendu pour comprendre, outre le commerce de marchandises, le commerce de services, et pour bloquer toute mesure extraterritoriale américaine actuelle ou future qui pourrait avoir une incidence sur le commerce entre le Canada et Cuba. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Douglas Forsythe, ministre des Affaires étrangères et du Commerce international, Direction du droit économique, tél. : (613) 992-9553; fax : (613) 992-2467.

## République dominicaine

La République dominicaine est le deuxième pays en importance dans les Caraïbes, après Cuba, par sa superficie, qui est de presque 50 000 kilomètres carrés. Sa population est de 7 millions d'habitants.

Avec un commerce extérieur estimé à 100 millions \$ en 1995, la République dominicaine présente un potentiel considérable pour les exportateurs canadiens. Elle est dotée d'un marché évolué et d'une économie vigoureuse — le PIB a connu une croissance de 4,8 % en 1995 et l'inflation est relativement faible —, et offre de bons débouchés pour les produits agro-alimentaires et forestiers ainsi que les marchandises fabriquées, des pièces d'automobile aux biens de consommation, en passant par le matériel de télécommunication.

L'économie est fondée à quelque 60 % sur les services dans les secteurs du tourisme et des télécommunications, où la République dominicaine excelle. Les ressources minérales sont en grande partie inexploitées, à l'exception des gisements de nickel, (Falconbridge) dont l'extraction a prospéré grâce aux prix soutenus pratiqués sur les marchés

internationaux. Il se fait toutefois beaucoup d'exploration dans les domaines du gaz naturel (investisseurs locaux), du pétrole brut (Mobil) et de l'or (société canadienne Eldorado/Energold), ce qui pourrait aboutir à la découverte de quantités marchandes appréciables. L'activité est également intense à Rosario, où se trouve un gisement d'or important. La société québécoise SM Groupe International y a récemment conclu un marché de plusieurs millions \$ avec la société d'État qui s'occupe de l'exploitation du gisement (Gold Mining Company).

Le gouvernement actuel a déjà commencé à jeter les bases du développement durable et de la modernisation de l'économie. L'adoption, récemment, d'une nouvelle loi sur l'investissement étranger devrait susciter de l'intérêt dans la communauté internationale des investisseurs. Le Canada est un des pays qui investissent le plus à la République dominicaine : au-delà de 1,5 milliard \$ dans l'exploitation minière, le secteur bancaire, le tourisme, la fabrication et les télécommunications, auxquels devraient s'ajouter des projets d'une valeur de 300 millions \$ US.

## Trinité-et-Tobago

Les rapports entre le Canada et Trinité-et-Tobago remontent loin et reposent sur une base solide d'amitié et d'échanges économiques. Grâce à l'amélioration des réserves de devises étrangères, à la baisse des taux d'intérêt et à l'accumulation d'un surplus budgétaire par le gouvernement, l'économie de Trinité-et-Tobago a enregistré une croissance de 2,3 % pendant le premier semestre de 1995.

Pendant plusieurs années, les exportations du Canada à destination de Trinité-et-Tobago avaient légèrement diminué, tandis que les importations baissaient, elles, de façon appréciable, principalement en raison de la chute des prix du pétrole sur les marchés internationaux. Le commerce entre ces deux pays a toutefois repris en 1994, les exportations canadiennes se chiffrant à 63,5 millions \$, comparativement à 52,5 millions en 1993. Les statistiques pour les quatre premiers mois de l'année 1995 indiquent que les exportations canadiennes y ont continué d'augmenter, à un rythme deux fois plus élevé que celui enregistré pendant la même

période en 1994. Les investissements canadiens à Trinité-et-Tobago sont actuellement estimés à 43 millions \$.

Les principales exportations canadiennes à destination de Trinité-et-Tobago en 1994 étaient le papier, les produits alimentaires, les produits pharmaceutiques, le matériel électrique et téléphonique et les résines plastiques. Les principales importations étaient l'acier en bobines et en tiges, le pétrole, le poisson et le rhum.

Les perspectives de croissance sont prometteuses dans de nombreux secteurs, dont les télécommunications, l'agro-alimentaire, l'industrie pharmaceutique, l'équipement utilisé dans l'industrie pétrolière et gazière, et le matériel de transformation des matières plastiques. La construction d'une usine de gaz naturel liquéfié, d'une capacité de 3 millions de tonnes par année, par un consortium de sociétés pétrolières, est un fait particulièrement important à signaler.

En outre, on a recommandé la réalisation d'un important projet d'aménagement touristique, selon lequel plus de 7 000 chambres d'hôtel et chambres d'hôte seraient ajoutées

au parc actuel au cours des 10 prochaines années.

En 1994, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a parrainé deux manifestations commerciales à la Trinité-et-Tobago qui ont remporté beaucoup de succès. En avril, 31 entreprises canadiennes ont présenté leurs produits et leurs services au pavillon canadien d'Expo 94, à Port of Spain, tandis que 7 maisons de commerce participaient à une mission à la République dominicaine, au Guyana et à Trinité-et-Tobago. Quelque 500 exposants de la région devaient participer à Expo 96, qui durera neuf jours (du 19 au 28 avril) et devrait attirer 500 000 visiteurs.

En septembre 1995, un groupe de huit dirigeants d'entreprise de Trinité ont rencontré des homologues canadiens à Toronto, à Montréal et à Halifax pour discuter des possibilités de coentreprise dans des domaines comme la pétrochimie, le conditionnement et l'emballage, l'aquaculture, les viandes traitées, les piles industrielles, le gaz naturel et les encres d'imprimerie.

## Jamaïque

Au fil des ans, le Canada et la Jamaïque ont tissé des liens économiques forts et complémentaires dans plusieurs secteurs. Le commerce bilatéral entre le Canada et la Jamaïque est passé de 275,6 millions \$ en 1993 à 302 millions en 1994. Cette année-là, comme par le passé, les exportations jamaïquaines vers le Canada étaient environ deux fois supérieures aux importations en provenance de ce pays (211,5 contre 91,1 millions \$). Les exportations de bauxite et d'alumine à destination des alumineries canadiennes, qui se chiffrèrent à 174,6 millions \$ en 1994, expliquent en grande partie ce déséquilibre. En dehors de ses importations importantes d'alumine, le Canada jouit d'une balance commerciale positive dans tous ses autres domaines d'échanges avec la Jamaïque. Le rhum et divers fruits et légumes tropicaux figurent aussi parmi les principales exportations jamaïquaines, de même que les vêtements, dont la quantité importée au Canada est montée en flèche ces dernières années.

Les exportations canadiennes vers la Jamaïque sont

dominées par le matériel de télécommunication, le papier journal, le poisson et les aliments transformés. Les sociétés canadiennes de services, notamment les sociétés d'experts-conseil en architecture, en génie et dans d'autres domaines, ont remporté des succès considérables ces derniers temps et devraient obtenir d'autres contrats prochainement.

L'investissement canadien à la Jamaïque, qui dépasse les 300 millions \$, est concentré dans les secteurs minier (Alcan) et financier (CIBC, Banque Scotia). La Scotiabank Jamaica, qui compte 45 succursales, est la deuxième banque en importance du pays et celle qui réalise le plus de profits.

Une mission canadienne de services d'experts-conseils s'est rendue à Kingston en février, donnant lieu à plusieurs rencontres importantes avec des gens d'affaires jamaïquains.

Les Bahamas et le Belize font partie du territoire qui relève de l'ambassade du Canada en Jamaïque. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à ces pays devraient donc communiquer avec cette ambassade-là.

## Bahamas

Les Bahamas offrent un autre marché, certes petit mais important dans la région, pour les produits et les services canadiens, un marché qui est fondé sur des liens commerciaux solides entre les deux pays. Près du 70 % du PIB des Bahamas sont fondés sur le tourisme, 11 % sur les services financiers, et 10 % sur l'agriculture et la pêche. En 1994, la valeur des échanges bilatéraux de produits a atteint 62 millions \$, à l'avantage des Bahamas. On compte, parmi les principales exportations canadiennes, le matériel téléphonique, la farine, les médicaments, la réparation et la révision de moteurs, et le sucre raffiné. On estimait la valeur des investissements directs canadiens en 1993 à 270 millions \$ US, alors que les Bahamas demeurent un lieu d'investissement attrayant, surtout dans les secteurs financiers.

## Belize

En tant que membres du Commonwealth, le Canada et le Belize ont des liens historiques qui leur ont permis de jouir d'excellents rapports commerciaux au fil des ans.

L'économie du Belize est petite; elle est principalement fondée sur les exportations agricoles, et le secteur privé y joue un rôle prédominant. Entre 1992 et 1994, le commerce entre le Canada et le Belize a affiché une croissance supérieure à 100 %, surtout en raison de l'augmentation des importations canadiennes, ce qui a fait du Canada le quatrième partenaire commercial du Belize, après le Mexique, les États-Unis et le CARICOM (Communauté des Caraïbes). En 1994, le Canada a exporté au Belize pour 4,8 millions \$ de produits et de services, essentiellement dans les secteurs des télécommunications, du

pétrole, des matières plastiques, du papier et des produits pharmaceutiques. La plus grande part des importations en provenance du Belize, évaluée à 17,7 millions \$ en 1994, est allée aux produits comme le sucre de canne brut, le jus d'orange, la viande, les fruits de mer et les vêtements.

Les nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes sont surtout nombreux dans les télécommunications, l'énergie, le tourisme, les infrastructures et les services, secteurs qui n'ont pas encore atteint leur maturité. Des entreprises canadiennes ont réussi à obtenir des contrats de services de conseil et des contrats d'approvisionnement, essentiellement dans les domaines de l'adduction de l'eau et des égouts, de l'énergie et des télécommunications.

## Barbade

Le Canada et la Barbade ont toujours eu d'excellentes relations fondées sur les échanges commerciaux, l'investissement, le tourisme et d'autres liens de nature commerciale.

La balance du commerce bilatéral est nettement à l'avantage du Canada depuis le milieu des années 80. Le commerce bilatéral se chiffrait à près de 50 millions \$ au début des années 90, les exportations canadiennes se situant aux alentours des 30-35 millions \$. Après un léger recul en 1992 et en 1993, les choses se sont améliorées en 1994, où le commerce bilatéral a de

Voir page VI — Barbade



## Guyana

Le commerce bilatéral entre le Canada et le Guyana a atteint un niveau relativement élevé : on l'évalue à plus de 200 millions \$ pour 1994, et les échanges commerciaux pourraient fort bien augmenter dans un certain nombre de secteurs. Les exportations canadiennes de marchandises vers le Guyana se composent principalement de matériel téléphonique, de produits métalliques ouvrés, de produits alimentaires et d'engrais, tandis que les importations sont constituées de grandes quantités d'or, de minerais d'aluminium et de produits du rhum.

Un certain nombre d'entreprises canadiennes ont joué un rôle important dans le développement économique du Guyana. Les sociétés Cambior Inc., de Montréal, et Golden Star Resources, d'Edmonton, œuvrent fort dans le secteur guyanais de l'or; ensemble, elles exploitent la plus grande mine d'or de l'Amérique du Sud. Plusieurs autres entreprises canadiennes font également des affaires dans ce pays, particulièrement dans les domaines tels que la cartographie aérienne, la mise en valeur des ressources forestières, les services publics, le génie de l'environnement ainsi que le secteur bancaire et financier. La base de ressources minières, forestières et halieutiques dont dispose le Guyana s'apparente assez à celle du Canada, ce qui peut servir de bon point de départ à des coentreprises et à des

transferts de technologie entre les deux pays.

Il y a d'excellentes possibilités pour les sociétés canadiennes de génie-conseil dans les projets financés par les institutions financières internationales. Plusieurs travaux d'infrastructure importants sont prévus pour ce qui est des routes, du réseau d'adduction d'eau et d'égouts, de la gestion des côtes et de la production d'électricité.

De bonnes possibilités d'investissement se présenteront au fur et à mesure de la mise en œuvre du programme de privatisation adopté par le gouvernement du Guyana, programme qui touchera un certain nombre de sociétés d'État, dont la Guyana Sugar Corporation, la Guyana Electric Corporation, Guyana Airways, Linden Mining, la Guyana Pharmaceutical Corporation et plusieurs banques nationales. Pour réaliser ce programme, le gouvernement du Guyana est très favorable aux coentreprises et aux autres formes de partenariat avec des entreprises étrangères.

Au Guyana, on est très bien disposé à l'égard du Canada et des produits et des services canadiens. À la fin des années 80, alors que le Guyana était aux prises avec une forte récession, l'aide au développement fournie par le Canada l'a mis sur la voie de la reprise. Ce facteur devrait avantager les entreprises canadiennes désireuses d'y exploiter les possibilités de commerce et d'investissement

## Organisation des États des Caraïbes orientales

Sept pays membres composent l'Organisation des États des Caraïbes orientales (OECO) : Antigua-et-Barbuda, la Dominique, la Grenade, Montserrat, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie et Saint-Vincent-et-Grenadines. Les îles Vierges britanniques sont membre associé.

Le commerce bilatéral avec les pays de l'OECO se chiffrait à 34,9 millions \$ en 1994, les exportations canadiennes s'élevant à 30,9 millions

Les principales exportations du Canada vers la région sont les appareils et pièces de téléphone, les tuyaux en acier, les pièces d'aéronef, les produits pharmaceutiques, le matériel de construction, la quincaillerie et les produits du papier. Le Canada importe principalement de ces pays des fruits et légumes frais, des pierres précieuses, des épices et des sauces.

Le programme d'échanges com-

merciaux du Canada avec l'OECO est administré par la section commerciale du haut-commissariat du Canada à Bridgetown, à la Barbade. Celle-ci a organisé récemment une mission de maisons de commerce canadiennes aux États des Caraïbes orientales. Comme les marchés des Caraïbes sont petits et très dispersés, les maisons de commerce s'y sont avérées un canal de distribution particulièrement bien adapté pour les produits canadiens.

## Barbade - Suite de la page V

nouveau atteint les 50 millions \$, tandis que les exportations canadiennes totalisaient 35 millions.

Les principales exportations canadiennes vers la Barbade sont le matériel téléphonique, les pommes de terre, le papier journal, les produits de la viande ainsi que les livres et autres imprimés. Les sociétés canadiennes de génie-conseil et de construction remportent actuellement des marchés de service

dans toute une variété de secteurs, notamment la conservation des zones côtières et l'épuration des eaux potables et des eaux usées.

Les principales importations canadiennes en provenance de la Barbade comprennent les composants électriques, la mélasse et le rhum. Le tourisme contribue également beaucoup à l'économie de ce pays, où plus de 65 000 Canadiens se rendent chaque année.

Les investissements canadiens à la Barbade dépassent les 100 millions \$ et sont concentrés dans les services financiers, la fabrication de composants électriques, le transport, la minoterie et la transformation des autres produits agro-alimentaires. Les exportateurs et investisseurs canadiens bénéficient d'une aide appréciable de la Société pour l'expansion des exportations, qui demeure très active dans cette région.

## LES TRUCS DU MÉTIER

### Succès monstre du yogourt congelé en République dominicaine

La société Yogen-Fruz Worldwide Inc., qui a son siège à Markham (Ontario), fait un malheur en République dominicaine depuis qu'elle a ouvert sa première franchise à Sosua, dans la partie nord du pays près de Puerto Plata, il y a trois ans seulement.

Cette entreprise canadienne (qui a neuf ans maintenant) compte désormais deux autres franchises dans le nord du pays et trois dans le sud, et elle prévoit en ouvrir quatre autres d'ici la fin de l'année à Santiago, dans le centre-ouest du pays.

Comme l'explique le président directeur-général, M. Aaron Serruya : « Le succès de Yogen-Fruz en République dominicaine a été fulgurant, à tel point, que la plus importante chaîne de bars laitiers dans ce pays, Helados Bon, qui a son siège à Saint-Domingue et compte 150 bars laitiers d'un bout à l'autre de l'île, a voulu acheter à Yogen-Fruz les droits de franchiseur principal pour l'ensemble du territoire de l'île. Mais

comme les droits avaient déjà été cédés pour la partie nord du pays, Helados Bon a obtenu les droits pour la partie sud seulement, où elle a ouvert quatre mini-bars dans ses propres boutiques, et trois bars Yogen-Fruz dans des installations indépendantes.

M. Serruya attribue une bonne part du succès de son entreprise à l'aide du personnel de l'ambassade du Canada. « Lorsque nous cherchons à nous lancer sur un nouveau marché, nous faisons toujours appel à l'ambassade du Canada. Elle nous aide à organiser des rencontres avec des fabricants et des distributeurs de glaces locaux et à trouver des installations convenables, » dit-il.

D'ajouter M. Serruya : « Pour une

entreprise qui veut s'implanter dans un nouveau territoire, une lettre de l'ambassade donne toujours un bon coup de pouce. Cela étaye la crédibilité de l'entreprise. C'est la seule façon d'y arriver. »

M. Serruya sait de quoi il parle : son entreprise, qui vaut quelque 100 millions de dollars, compte 1 000 franchises partout dans le monde, et les droits de 1 300 autres sont en train d'être négociés.

Pour plus de renseignements sur la société Yogen-Fruz Worldwide Inc., communiquer avec M. Aaron Serruya, président directeur-général, tél. : (905) 479-8762, fax : (905) 479-5235 ou, à la Barbade, avec M. Stephen Bogyay, tél. (809) 437-6710, fax : (809) 437-6521.

### UNE APPROCHE GLOBALE AVANTAGE UNE SOCIÉTÉ D'OTTAWA À LA BARBADE

Une étude de faisabilité réalisée en 1993 pour 450 000 \$ vient de permettre à la société Sypher Mueller International Inc. de décrocher un contrat de 4,1 millions \$ à la Barbade.

Déjà, le contrat pour l'étude de faisabilité, financée par la Banque de développement des Caraïbes, n'avait pas été facile à obtenir, car la petite entreprise d'Ottawa était en concurrence avec des sociétés du monde entier, y compris des géants comme British Airports ainsi que des firmes hollandaises et même d'autres firmes canadiennes.

Alors, qu'est-ce qui a joué en faveur de cette société d'experts-conseils dont l'effectif est d'à peine 16 personnes?

« Nous nous sommes engagés à faire une étude complète de tous les aspects de l'aéroport — pas seulement du bâtiment », explique M. Gordon Hamilton, président de Sypher Mueller.

Le gouvernement de la Barbade a été tellement impressionné par

l'étude de faisabilité — terminée l'an dernier — qu'il a accordé à Sypher Mueller le contrat pour la conception de la nouvelle aérogare et d'un nouveau terrain d'aviation pour l'aéroport Grantley Adams.

Comment la société s'est-elle retrouvée dans les Caraïbes, et a-t-elle entendu parler de ce contrat en particulier?

« Nous avons participé au projet d'aéroport dans les Caraïbes de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) à la fin des années 80, raconte M. Hamilton, ainsi qu'à la formation du personnel de l'aéroport de la Barbade à l'Institut international de formation en gestion aéronautique civile, à Montréal.

Voir page VIII — La Barbade

### La Grenade attire une firme québécoise

Ayant déjà participé à des projets de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) à la Dominique et en Jamaïque, la société, Dessau International Ltée de Laval, vient de décrocher son premier contrat sans l'aide de l'ACDI dans la région.

Dans le cadre de ce contrat de 1,8 million \$, signé il y a quelques semaines et financé par la Banque de développement des Caraïbes (BDC), la société se chargera de la conception technique pour le projet d'amélioration et d'entretien des routes de la Grenade, projet dont elle supervisera par ailleurs la réalisation.

« Il est évident que le fait de bien connaître la région est un atout », reconnaît le chargé de projet principal pour les Caraïbes de chez Dessau International, M. Joseph Redhead.

Mais, même si elles ne jouissent pas de cet avantage, les petites entreprises

Voir page VIII — La proximité

# Personnes-ressources



## Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT)  
Tom Bearss — Tél. : (613) 943-8807  
Céline Boies — Tél. : (613) 996-6129;  
Fax : (613) 943-8806

## Barbade

Haut-commissariat du Canada  
Tél. : (809) 429-3550;  
Fax : (809) 437-8474

## Cuba

Ambassade du Canada  
Tél. : (011-53-7) 33-2516;  
Fax : (011-53-7) 33-2044/33-1069

## République dominicaine

Ambassade du Canada  
Tél. : (809) 685-1136; Fax : (809) 682-2691

## Guyana

Haut-commissariat du Canada  
Tél. : (011-592-2) 72081-5; Fax : (011-592-2) 58380

## Jamaïque

Haut-commissariat du Canada  
Tél. : (809) 926-1500; Fax : (809) 960-3861

## Trinité-et-Tobago

Haut-commissariat du Canada  
Tél. : (809) 623-7254; Fax : (809) 624-6440/4016

## Miami

Consulat du Canada  
Tél. : (305) 579-1600; Fax : (305) 374-6774

## La proximité des Caraïbes un atout — Suite de la page VII

canadiennes qui sont nouvelles dans la région peuvent, selon M. Redhead, obtenir toute l'aide dont elles ont besoin en s'adressant au haut-commissariat du Canada le plus proche, en l'occurrence celui de Bridgetown, à la Barbade.

« Non seulement le haut-commissariat nous a-t-il fait part de ce projet qui s'annonçait, dit M. Redhead, mais il nous a aussi donné des conseils sur la façon de nous y prendre pour essayer de décrocher le contrat. »

Pour obtenir de tels conseils, il suffit de le demander, qu'on soit une jeune entreprise ou une solide société d'experts-conseils comme Dessau, établie depuis plus de 30 ans et ayant un chiffre d'affaires de 40 millions \$ et un

effectif de 700 personnes.

« L'ambassade du Canada et le haut-commissariat vont même jusqu'à dire un mot en faveur des entreprises canadiennes lors de la présélection des candidats, ajoute M. Redhead, et ça, c'est très utile, pour ne pas dire nécessaire. »

Le contrat décroché par Dessau est d'autant plus important qu'il s'agit du premier des projets à la Grenade financés par la BDC qu'une entreprise canadienne ait obtenu depuis longtemps.

Et ce ne sera très probablement pas le dernier, car la société Dessau est une des cinq firmes seulement à avoir été invitées à soumissionner un projet

d'aide technique de 0,5 million \$ à la Grenade ainsi qu'un projet à Trinité-et-Tobago.

« Il s'agit peut-être de plus petits contrats que ceux qu'on accorde ailleurs au monde dans le même domaine, reconnaît M. Redhead, dont la société œuvre également en Asie et en Afrique, mais les Caraïbes sont beaucoup plus près du Canada, et nous croyons qu'il y a moins d'obstacles à surmonter lorsqu'on travaille là-bas. »

Pour de plus amples renseignements au sujet de la société Dessau International (une des 18 filiales de Dessau Inc.), communiquer avec son vice-président exécutif, Robert Bourbeau, tél. : (514) 384-5660; fax : (514) 967-0758.

## La Barbade est un lieu attrayant — Suite de la page VII

« Par conséquent, nous connaissons la région, ajoute M. Hamilton, et avions entendu parler du projet par plusieurs architectes. »

Outre le contrat de conception, qui lui est revenu, M. Hamilton est sûr que d'autres parties du projet iront à des Canadiens pour réaliser une partie des travaux de construction de l'aéroport, évalués à 40 millions \$ US. Cela aurait ainsi des retombées sur un grand nombre de sociétés canadiennes.

Sypher Mueller, qui a fait des travaux en Afrique, concentre actuellement sur activités internationales (en

déhors des États-Unis où la société a des bureaux à Baltimore) en Asie et dans les Caraïbes.

« Nous aimons avoir des activités dans les Caraïbes, déclare M. Hamilton, particulièrement à la Barbade, car il est très agréable de travailler avec les gens de là-bas. »

Pour de plus amples renseignements au sujet de la société Sypher Mueller, qui a également un bureau à Vancouver, communiquer avec son président, M. Gordon Hamilton, tél. : (613) 236-4318; fax : (613) 236-4850.

## L'Asie-Pacifique sur le Web

Les personnes qui s'intéressent aux activités du Centre d'études de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) au Canada peuvent maintenant obtenir toute une gamme d'informations par le site Web du Centre, dont l'adresse est : <http://www.apfnet.org/apfweb>

Ce site offre les rapports des sommets de l'APEC ainsi que des documents officiels; il relie l'utilisateur à d'autres centres d'études de l'APEC dans le monde; et il l'informe sur les dernières activités des groupes de

travail et des comités de l'APEC. Le Centre d'études de l'APEC au Canada, qui a ses bureaux à la Fondation Asie Pacifique du Canada à Vancouver, fait partie d'un réseau international de centres d'études présents dans la majorité des 18 pays membres de l'APEC.

Le Centre d'études a notamment pour fonction de recueillir et de diffuser de l'information sur l'APEC, de produire des rapports d'analyse et de favoriser l'étude de questions prioritaires en vue d'amener le Canada à

jouer un rôle actif sur la scène Asie-Pacifique.

Le Centre d'études prépare actuellement une brochure qui doit paraître d'ici la fin de l'année, et qui renseignera les Canadiens sur l'importance de l'APEC pour le Canada, leur exposera les objectifs et le programme de travail de l'APEC et expliquera la pertinence des activités de l'APEC par rapport notamment au milieu canadien des affaires.

## La Banque asiatique de développement sur Internet

La Banque asiatique de développement (BAD) a maintenant une page d'accueil sur le web où elle pourra diffuser électroniquement certaines de ses grandes publications à caractère commercial.

La BAD offre aux entreprises canadiennes de nombreux débouchés liés aux services de consultations, aux biens et à l'équipement en finançant, dans la région de l'Asie, des projets de développement

d'une valeur supérieure à 5 milliards \$ US.

Mais, ce qui est primordial, les entreprises canadiennes ont maintenant accès, par l'entremise de la page d'accueil web de la Banque, à une publication intitulée « Débouchés commerciaux offerts par la BAD », dans laquelle se trouvent de l'information sur les projets à venir, des avis d'achats et les profils de projets de prêt et d'aide technique à l'étude.

D'après M. Arthur Fraser, délégué commercial et responsable de la Banque asiatique de développement à l'ambassade du Canada, à Manille, « cette importante publication sur les débouchés commerciaux est gratuite sur Internet et l'information qui s'y trouve est souvent plus à jour que ce que la Banque publie ou envoie par la poste ».

Les entreprises canadiennes auront également accès aux communiqués de presse de la Banque, à diverses brochures, à des directives concernant les achats et le recours à des consultants, à la liste des bibliothèques de dépôt de la Banque, au catalogue de ses publications et à certains autres renseignements.

Voici les adresses Internet de la Banque :

**Courrier électronique :**  
[www@mail.asiadevbank.org](mailto:www@mail.asiadevbank.org)  
**World Wide Web :**  
<http://www.asiadevbank.org>

## La SEE facilite le financement bancaire pour les exportateurs

Les petits exportateurs, ayant un chiffre d'affaires annuel total inférieur à 5 millions \$, peuvent maintenant obtenir un plus grand financement de leur banque grâce à une nouvelle garantie offerte par la Société pour l'expansion des exportations (SEE).

La garantie générale sur les créances (MARG) permet aux petits exportateurs d'obtenir des marges de crédit opérationnelles jusqu'à concurrence de 500 000 \$ en donnant en garantie leurs créances à l'étranger.

Cette garantie protège la banque de l'exportateur à l'égard de 90 % des fonds de la marge de crédit en cas de faillite de l'exportateur, tandis que l'assurance-crédit à l'exportation de la SEE couvre les exportateurs jusqu'à concu-

rence de 90 % en cas de défaut de paiement de leurs acheteurs étrangers.

La MARG a été mise en place par la SEE en collaboration avec les institutions financières canadiennes.

Pour plus d'information concernant la garantie générale sur les créances ou sur tout autre service de la SEE, communiquer avec le bureau le plus près : Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal ou Halifax.

Les entreprises dont les ventes annuelles à l'exportation sont inférieures à 1 million \$ peuvent communiquer avec l'équipe des exportateurs en essor, au 1-800-850-9626 pour obtenir des solutions en matière de crédit.



## GLOBE 96 : une rampe de lancement pour le projet environnemental avec l'Amérique latine

Un projet de la GLOBE Foundation of Canada facilitera les échanges commerciaux de technologies environnementales entre les pays membres de l'ALENA et les marchés en expansion rapide de l'Amérique latine.

Une filiale en propriété exclusive de la Fondation Asie Pacifique du Canada, GLOBE (en collaboration avec une société du Mexique, une des États-Unis et une troisième du Canada) a été mandatée, pour réaliser le projet, par la Commission nord-américaine de la coopération environnementale.

Le projet consiste en un rapport et un projet de coentreprises/partenariats.

Le rapport, qui doit être publié à l'occasion de GLOBE 96, informera les sociétés des pays de l'ALENA des moyens de mieux soutenir la concurrence sur les marchés du Chili, de l'Argentine, du Brésil, de la Colombie et du Venezuela. Il servira également à renforcer les efforts de coopération visant à obtenir des contrats liés à l'environnement au Mexique.

Le programme de coentreprises/partenariats, dont le coup d'envoi se fera également à l'occasion de GLOBE 96, est conçu pour jumeler les entreprises des pays de l'ALENA avec des partenaires éventuels en Amérique latine.

GLOBE 96, la foire/conférence multisectionnelle internationale la plus importante d'Amérique du Nord sur le commerce et l'environnement, attire plus de 10 000 personnes de plus de 50 pays. Elle recevra des délégations de l'Argentine, du Brésil, du Chili, de la Colombie, du Mexique, du Venezuela, du Canada et des États-Unis.

Elle recevra aussi 250 conférenciers de choix dans le domaine

du commerce et de l'environnement. Elle comportera plus de 70 ateliers sur la politique environnementale, la stratégie des grandes entreprises, le marché et les finances ainsi qu'une exposition commerciale et un marché des technologies. Elle accueillera des délégations d'acheteurs de plus de 35 pays et offrira des services de jumelage commer-

ciaux pour favoriser la rencontre de vendeurs et d'acheteurs de technologie, d'éventuels associés dans des coentreprises et des financiers.

Pour de plus amples renseignements sur ces sujets, communiquer avec Mme Connie Moffit, GLOBE Foundation of Canada, Vancouver; tél. : (604) 775-1994; fax : (604) 666-8123.

## GLOBE 96 fait partie de l'itinéraire des missions chinoises

Des missions spécialisées en environnement, en provenance de Hong Kong et de la Chine, participeront à GLOBE 96 dans le cadre d'une visite de plusieurs villes canadiennes organisée par la Direction de la Chine du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), le mois prochain.

GLOBE 96, qui a lieu du 26 au 29 mars, à Vancouver, est la principale activité internationale tenue en Amérique du Nord pour l'industrie de l'environnement, le secteur des grandes entreprises et le monde des finances et de l'investissement. Ses foires commerciales et ses conférences à caractère international offrent aux participants un accès aux marchés de l'Asie-Pacifique, de l'Amérique du Nord et de l'Amérique latine.

La mission de Hong Kong, organisée conjointement avec le Hong Kong Productivity Council, viendra au pays du 18 au 30 mars 1996, en commençant par la visite de Montréal.

La mission chinoise, qui commencera sa visite par un arrêt à GLOBE 96 à Vancouver, viendra

au pays du 24 mars au 4 avril 1996 et s'arrêtera à Calgary, Toronto et Montréal.

Les objectifs des missions sont de sensibiliser Hong Kong et la Chine à l'expertise canadienne en technologies environnementales de pointe, et de renforcer la compétitivité des entreprises canadiennes sur ces marchés.

Les missions s'intéressent aux secteurs primaires suivants : traitement des eaux usées, traitement des déchets solides, lutte contre la pollution industrielle, et gestion des bassins des fleuves et étude des politiques.

Le MAECI organise ces missions en collaboration avec Globe Foundation, BC Trade, le ministère de l'Environnement et de l'Énergie de l'Ontario, la Canadian Environment Industry Association, le ministère des Affaires internationales du Québec et le ministère du Développement économique et du Tourisme de l'Alberta.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Neil Clegg, MAECI, Ottawa; tél. : (613) 995-6962; fax : (613) 943-1068.

## L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

### Les entreprises de télécommunications canadiennes présentes à CeBIT 96

**Hanovre (Allemagne)** — Plus d'une soixantaine d'entreprises canadiennes auront un kiosque à CeBIT 96, la plus grande exposition en technologie de l'information au monde, qui se déroulera ici du 14 au 20 mars.

CeBIT (Centre mondial pour la bureautique, l'information et les télécommunications) est le lieu de rendez-vous inégalé des groupes (exposants, acheteurs, vendeurs) qui recherchent les produits et les services de dernier cri en technologie de l'information.

#### Marché en expansion

L'événement annuel attire quelque 6 000 exposants en provenance d'une soixantaine de pays, sans compter les 7 000 représentants des médias et, plus important encore, les décideurs clés des secteurs public et privé, qui peuvent influencer les tendances d'achat sur le marché européen de la technologie de l'information et des télécommunications, qui se chiffrait à 306 milliards \$ US en 1993.

En 1995, la valeur du marché allemand de l'informatique (matériel et logiciel) se chiffrait, à lui seul, à 56 milliards \$ US. On s'attend à ce qu'il atteigne 60 milliards cette année-ci, la part du Canada revenant

sans doute à 105 millions \$.

Et tout indique que ce marché est en expansion : le marché européen des produits logiciels est particulièrement bien orienté, avec une croissance prévue de 9 % en 1995 et une croissance prévue de 8,4 % en technologie des télécommunications. En Europe de l'Est, la valeur des livraisons de matériel a augmenté de près de 100 % dans les dernières années, et on prévoyait que la croissance du marché de la technologie de l'information et des télécommunications allait doubler entre 1993 et 1995, pour passer à 20,6 %. Enfin, la décision de la Commission européenne de recourir (dès 1998) à la concurrence pour les contrats de fourniture de matériel téléphonique et les contrats de prestation de services téléphoniques ne fera que multiplier les marchés à créneaux, dont pourront profiter les entreprises canadiennes.

#### Présence canadienne

Les entreprises canadiennes participent régulièrement à CeBIT. Elles ont pu, au fil des ans, enregistrer des ventes qui dépassent au total les 100 millions \$. Plus de 1 200 Canadiens ont visité CeBIT 95, alors

qu'une quarantaine d'entreprises canadiennes avaient un stand au pavillon national du Canada, et 22 autres comptaient parmi les exposants indépendants.

Les mêmes possibilités existent pour l'édition 96 de CeBIT. Comme l'affirme le responsable du pavillon national du Canada, M. Wes Rathwell, les entreprises qui participent à cette exposition peuvent en profiter de deux manières.

Selon M. Rathwell, « c'est une porte ouverte sur le monde, donc une occasion unique pour les entreprises. Mais par ailleurs, celles-ci peuvent aussi agir directement sur l'exposition ».

Pour plus d'information sur CeBIT 96, s'adresser à M. Wes Rathwell, Direction de l'Europe du Nord, Foires et missions commerciales, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa; tél. : (613) 995-6435; fax : (613) 944-1008.

### La foire de la construction des Philippines

**Manille, Philippines** — On pourra se faire une idée des innovations techniques les plus récentes, et des dernières tendances déterminant l'évolution du marché international de la construction, lors de la première exposition mondiale des secteurs du bâtiment et de la construction (WORLDBEX 1996) organisée aux Philippines, qui doit se tenir à Manille du 26 au 29 mars 1996. Les entreprises canadiennes sont invitées à y participer.

L'exposition, qui coïncidera avec la « semaine de la construction » aux Philippines, est considérée une étape importante dans la

Voir page 8

La foire de la construction

### La foire agroalimentaire de Pologne attire les foules

**Poznan (Pologne)** — Les entreprises canadiennes de produits agroalimentaires qui s'intéressent au marché des produits alimentaires d'Europe trouveront très rentable d'assister à POLAGRA 96, qui se tiendra dans cette ville du 19 au 24 septembre 1996.

POLAGRA couvre tous les secteurs de l'agroalimentaire. C'est la plus importante foire commerciale en Pologne, la troisième plus importante foire agroalimentaire en Europe et la plus importante foire agroalimentaire annuelle d'Europe (Anuga et Sial

ayant lieu tous les deux ans). POLAGRA attire entre 230 000 et 270 000 visiteurs chaque année et, d'après une entreprise canadienne qui y a exposé en 1995, elle est considérée « comme une véritable foire commerciale, pas juste comme un spectacle, et les gens y viennent pour faire de vraies affaires ».

Le secteur agroalimentaire de Pologne est en plein essor, et les nouvelles technologies, l'équipement, les produits et les services occidentaux y sont en demande. À POLAGRA, les

Voir page 8

La foire agroalimentaire



## OCCASIONS D'AFFAIRES

CANADÉXPORT invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

**MEXIQUE** — Une entreprise du Mexique, Grupo Casa Autrey, recherche des fabricants canadiens de machines de conversion de vieux papiers, de carton et de cellulose en papier recyclé. Communiquer avec M. J. Antonio Pahnke, agent commercial, ambassade du Canada, Mexico; tél. : (011-525) 724-7989; fax : (011-525) 724-7982/84.

**SRI LANKA/RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE** — Une entreprise établie en Ontario cherche 8 usines de transformation de grains de riz pour l'exportation vers le Sri Lanka et la République populaire de Chine. L'équipement peut être neuf ou usagé. Communiquer avec Frank Fileccia, président, Surplus Supply, 1022 Webster Avenue, Fort Frances (Ontario) P9A 3P5, tél. : (807) 274-2988; fax : (807) 274-8351.

**ROYAUME-UNI** — Une société fondée en 1882 en tant que négociant en miel et qui fait maintenant aussi le commerce des haricots, des semences, des légumineuses à grain et des fruits secs, qu'elle vend aux fabricants de céréales, aux boulangeries et aux entreprises d'emballage de produits alimentaires organiques, désire accéder au secteur des aliments de santé. Communiquer avec Mme Sarah Digance, Honey Department, Kimpton Brothers; tél. : 011 44 171 247 2072; fax : 011 44 171 247 0898.

## La foire agroalimentaire de Pologne

(Suite de la page 7)

participants prennent contact non seulement avec le marché polonais de 38 millions d'habitants, mais aussi avec les énormes marchés en expansion de l'Europe de l'Est. Les frais d'exploitation moins élevés qu'ailleurs, et le fait que la Pologne soit associée à l'Union européenne, attirent également les entreprises qui veulent pénétrer le marché de l'Europe de l'Ouest.

L'ambassade du Canada aura un kiosque d'information à **POLAGRA 96**, dont les frais de participation sont bas, et qui offre des débouchés importants.

Communiquer sans délai avec l'ambassade du Canada, division commerciale, Varsovie, Pologne; tél. : 4822/298051; fax : 4822/ 296457. La date limite pour réserver un espace est le 29 mars 1996.

## La foire de la construction des Philippines

(Suite de la page 7)

progression de ce pays vers les objectifs de modernisation et d'industrialisation qu'il s'est fixés pour l'an 2000.

Le président des Philippines, M. Fidel V. Ramos, a estimé que « le secteur de la construction a un rôle essentiel à jouer pour le pays, car les besoins en ce domaine sont en voie de dépasser nos attentes, vu la croissance économique rapide qui nous porte vers l'échéance de l'an 2000.

« Il nous faut stimuler, poursuit-il,

le domaine de la construction dans les secteurs aussi bien public que privé en vue d'atteindre nos objectifs nationaux de développement. »

On peut obtenir de plus amples renseignements au sujet de l'exposition **WORLDBEX 1996** en téléphonant au haut-commissariat des Philippines à Toronto, (416) 967-1788/1798; ou en communiquant avec la déléguée commerciale, Maria Roseni M. Alvero, fax : (416) 967-6236.

## AU CALENDRIER

### Conférence sur les coentreprises en Chine : le point

**Toronto (Ontario)** — le 19 avril 1996 — Comme nous le signalions dans le numéro du 20 novembre 1995 de *CanadExport*, cette conférence d'une journée, intitulée **Possibilités de coentreprises en Chine**, s'adresse aux entreprises et aux investisseurs canadiens désireux de lancer des coentreprises dans la province d'Anhui. Les possibilités d'affaires couvrent un très grand nombre de secteurs industriels dans cette province; les entrepreneurs canadiens sont donc invités à être des plus précis lorsqu'ils décriront leur entreprise et ses champs d'activité. Les parties intéressées doivent communiquer cette information à l'Anhui Province Joint Venture Meeting, 30 York Ridge Road, Willowdale (Ontario) M2P 1R7, tél. et fax : (416) 222-6158.

## INFOCENTRE

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus en contactant l'InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709; en appelant FaxLink de l'InfoCentre à partir d'un télécopieur au (613) 944-4500; en appelant le Babillard électronique de l'InfoCentre au 1-800-628-1581 à partir du modem d'un ordinateur personnel; et enfin en consultant le site Internet World Wide Web de l'InfoCentre au <http://www.dfait-maeci.gc.ca>.

Retourner en cas de non-livraison à  
**CANADÉXPORT** (BCT)  
125, prom. Sussex  
Ottawa (Ont.)  
K1A 0G2



**POSTE MAIL**

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

NBRE BLK  
2488574  
OTTAWA