



- DANS CE NUMÉRO**
- 2 Occasions d'affaires
 - 3, 12 Contrats décrochés en Côte d'Ivoire, au Brunéi, en Tunisie, en Thaïlande
 - 4 Le marché des logiciels d'enseignement et de formation aux Pays-Bas
 - 6 É.-U.: mission d'Équipe Canada Atlantique à New York
 - 7 CCC : le Canada, un allié puissant pour vos exportations
 - 8 L'aérospatiale et la défense en Finlande
 - 10 Salons de santé et de beauté au Japon
 - 11 Les nutraceutiques à Hong Kong
ITU Telecom Asia 2002
 - 13 Les Prix d'excellence à l'exportation canadienne
Colloques
 - 14, 15 Foires et conférences commerciales

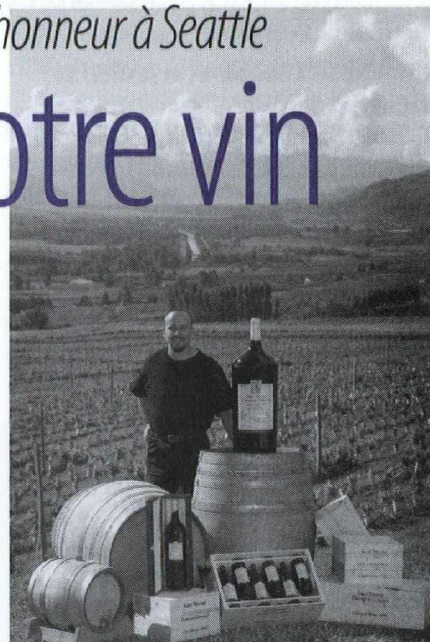
LE SUPPLÉMENT EUROPE CENTRALE
(Voir l'encart)

La Colombie-Britannique à l'honneur à Seattle

Place à notre vin aux É.-U.

Quand on discute avec M. Olivier Combret, du **Domaine Combret Estate Winery**, de la mise en marché de son vin primé, on est frappé par sa patience et aussi par sa passion pour l'art viticole. En fait, le long et délicat processus de fabrication de vins fins correspond exactement au parcours de ce viticulteur d'origine française qui est venu s'établir au Canada en 1992, à l'âge de 21 ans, et qui est invité, dix ans plus tard, par le consulat général du Canada à Seattle à participer à l'exposition « Taste of Canada ».

L'art viticole, M. Combret l'a dans le sang. Descendant d'une famille qui fabrique des vins fins en France depuis une dizaine de générations, il n'a surpris personne quand il a décidé d'étudier l'œnologie (science de la fabrication du vin) et d'avoir son propre établissement viticole.



M. Olivier Combret montre fièrement les produits de son Domaine dans la vallée de l'Okanagan, en Colombie-Britannique.

« Une fois mes études terminées, j'ai passé les continents au peigne fin pour trouver l'endroit idéal pour faire pousser le raisin, se remémore M. Combret. Finalement, j'ai trouvé le parfait emplacement dans la vallée de l'Okanagan, en Colombie-Britannique, à proximité de la frontière américaine et d'un énorme marché inexploité. »

Voir page 6 – Vin

Le Canada à EUROSATORY 2002

PARIS, FRANCE — 17-21 juin 2002 — Le Salon international des équipements de défense terrestre et aéroterrestre **EUROSATORY 2002** aura lieu prochainement à Paris, en France. Une fois de plus le Canada y fera figure en regroupant sous son pavillon national de 200 m² une dizaine d'entreprises, dont les firmes SNC Défense Simunition, Soucy, Scepter, le Centre de Recherche de Val-Cartier (CRDV), Pivotal Power (KB Electronics), Canadian NBC Alliance, ainsi que la Corporation commerciale canadienne (CCC).

Ce salon biennal est depuis 1992 une référence mondiale pour tous les concepteurs d'équipements et les intervenants industriels des forces armées modernes. Ce rendez-vous international réunit aujourd'hui près de 900 exposants venus de 38 pays, et attire 40 000 visiteurs professionnels originaires de 126 pays. Les PME, représentant environ 70 % des exposants, ont ainsi l'occasion d'établir des contacts importants pour leur expansion commerciale avec les 450 journalistes

Voir page 9 – EUROSATORY



Débouchés du COAI

UKRAINE — Chaudières et station de traitement des eaux usées — Dans le cadre du projet d'amélioration du chauffage du district de Kiev, JSC Kyivenergo sollicite des soumissions cachetées (contrat n° KE/023) pour l'approvisionnement, l'installation et la mise en service de chaudières (200 gal/h), d'une station de traitement des eaux usées et d'une cheminée pour CT-1, ainsi que des services de formation connexes. Le contrat sera scindé en trois lots. Coût des documents de soumission (non remboursable) : 300 \$ US plus 20 % de TVA. Garantie de soumission : 100 000 \$ US (lot 1); 30 000 \$ US (lot 2); 20 000 \$ US (lot 3). Date de clôture : **9 avril 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec M. Vladimir Montiev, sous-chef de projet, JSC Kyivenergo, 4 Kurganivska, salle 302, 01014 Kiev, Ukraine, tél. : (011-380-44) 221-4202, téléc. : (011-380-44) 221-4709. Communiquer également avec M. George Grushchenko, agent de commerce principal, ambassade du Canada à Kiev, téléc. : (011-380-44) 464-1133, courriel : george.grushchenko@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro

de dossier **011 228-05788**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Kiev).

ZAMBIE — Chariots élévateurs, générateur électrique et station de traitement des eaux usées — Le Conseil national d'appels d'offres de Zambie (Zambia National Tender Board) sollicite des soumissions cachetées (appel d'offres n° TB/ORD/073/01-299) pour la fourniture de chariots élévateurs et de leurs équipements, d'un générateur électrique de secours et d'une station de traitement des eaux usées, dans le cadre de la reconstruction et de la privatisation du port de Mpulungu. Date de clôture : **15 mars 2002**. Les documents de soumission peuvent être téléchargés du site internet du Conseil : www.tenderboard.gov.zm Garantie de soumission : au minimum 2 % du prix de la soumission. Pour plus de renseignements, communiquer avec le directeur général, Zambia National Tender Board, 13th Floor, Kulima Tower, Katunjila Rd., PO Box 31 009, Lusaka, Zambie, tél. : (011-260-1) 22 86 33, téléc. : (011-260-1) 22 05 77. Communiquer également avec M. Benoit Gauthier, deuxième secrétaire et vice-consul, haut-commissariat du Canada à Lusaka, téléc. : (011-260-1) 25 41 76, courriel : benoit.gauthier@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **020107-00044**. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à Lusaka).

INDE — Épandeuse — Neyveli Lignite Corporation Limited sollicite des soumissions cachetées (appel d'offres n° 0018-D/MI/ Cont. Mines/01, Dt 26.12.2001) pour la conception, la fabrication, la fourniture, l'assemblage, la mise en service et l'essai d'une épandeuse (capacité 11 000 t/h). Qualifications minimales des soumissionnaires : expérience avérée dans la fabrication d'épanduses durables (capacité minimale de 5 500 m³/h, capables de manipuler du grès dur et abrasif et de l'argile collante, d'une durée utile d'au moins deux ans); ressources financières et de production suffisantes; compétence pour exécuter le contrat dans les délais fixés; systèmes d'assurance qualité en vigueur; réussite de projets d'envergure semblable. Les soumissionnaires qui ne

répondent pas à ces critères restent admissibles, à condition de pouvoir prouver que les travaux confiés seront exécutés en collaboration avec des entreprises qui satisfont à ces exigences. Coût des documents de soumission (disponibles jusqu'au 20 février 2002) : 450 \$ US. Garantie de soumission : 80 000 \$ US. Envoyer le document de soumission original avec sept copies. Date de clôture : **18 mars 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec le directeur général, Neyveli Lignite Corporation Ltd., Corporate Office, PO Neyveli 607 801, Cuddalore District, Tamil Nadu, India, tél. : (011-91-41) 425-2215/0, téléc. : (011-91-41) 425-2645. Communiquer également avec M^{me} Alka Malik, adjointe aux affaires commerciales, haut-commissariat du Canada à New Delhi, téléc. : (011-91-11) 687-5387, courriel : alka.malik@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **020110-00123**. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à New Delhi).

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur www.iboc.gc.ca

Rédacteur en chef :
Suzanne Lalonde-Gaëtan
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000

Tél. : (613) 992-7114

Téléc. : (613) 992-5791

Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Internet :

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

Formation des formateurs en commerce international La WFTA très bien lancée en Afrique

La demande pour l'expertise en commerce international de la Fédération mondiale des Associations des Sociétés de Commerce International (WFTA), une organisation internationale non gouvernementale basée à Montréal, fait bouler de neige en Afrique suite au lancement du premier cycle de formation en commerce interna-

tional à Abidjan, en Côte d'Ivoire, en novembre dernier.

Le projet de formation des formateurs en commerce international est une initiative de la WFTA, avec l'appui technique de l'Association des Maisons de commerce extérieur du Québec (AMCEQ) et un

financement de l'Agence canadienne de développement international (ACDI). L'objectif global du projet est la mise en valeur de ressources humaines dans le commerce international. Ainsi la WFTA, et en collaboration avec l'Association pour la Promotion des Exportations de la Côte d'Ivoire (APEX-CI), a formé 36 formateurs ivoiriens lors d'une mission effectuée le mois d'août dernier à Abidjan.

Les formateurs ivoiriens, désormais dotés



Mission WFTA à Abidjan en août dernier (de gauche à droite) : M. Lassaâd Ben Hassine, directeur de la formation, WFTA; M^{me} Fanta Menet, coordinatrice formation, APEX-CI; M. Assoumou N'Goran, directeur de l'exportation, APEX-CI; et M. Karl Miville-de Chêne, directeur général, WFTA et AMCEQ.

Un accueil « royal » au Brunéi

Le 12 janvier dernier, la division Royal Bank of Canada Global Private Banking (www.rbcprivatebanking.com) est devenue le premier service bancaire à obtenir du ministère des Finances de Brunéi l'autorisation de s'établir dans le nouveau centre financier international de Brunéi, à Bandar Seri Begawan. La nouvelle succursale de la Banque Royale du Canada (BRC), qui doit ouvrir au début de l'année, recrutera ses employés sur place.

La BRC œuvre déjà au Brunéi par l'intermédiaire de son bureau de Singapour qui participe activement à la gestion des fonds islamiques de la Islamic Bank of Brunei.

M. Neil Reeder, haut-commissaire du Canada au Brunéi Darussalam, qui a

d'ailleurs considérablement appuyé les efforts de la BRC au cours de ces dernières années, en faisant notamment connaître la banque à des contacts locaux clés, s'est réjoui du fait que la plus importante institution financière du Canada, et l'une des plus grandes banques extraterritoriales du monde, soit la première banque à obtenir le permis de s'établir dans le nouveau centre.

« J'ai bon espoir que l'ouverture d'une succursale de la Banque Royale du Canada au Brunéi favorisera la collaboration entre le Canada et le Brunéi dans le secteur des services financiers ainsi que l'investissement bilatéral entre nos deux pays, » a souligné M. Reeder.

des moyens pédagogiques et techniques de la formation pratique, sont à l'origine de ce premier cycle de formation organisé par l'APEX-CI. Le mandat des formateurs est de former des spécialistes en commerce international capables de contribuer plus efficacement au développement et à la diversification des exportations et des importations des entreprises privées ivoiriennes. En effet, les quelque 30 modules du projet permettront de renforcer les connaissances en divers sujets tels : comment élaborer une stratégie de commercialisation à l'exportation, la prospection, l'étude de marché, ainsi que les technologies de l'information et leurs applications en commerce international.

Le premier cycle de formation, qui a fait bénéficier 32 Ivoiriens, sera achevé ce mois-ci, mais l'APEX-CI prépare déjà le deuxième cycle à partir du mois prochain.

La WFTA est en train de monter le même projet pour la Tunisie (CEPEX) alors que des pourparlers sont en cours avec l'Algérie, le Cameroun et le Burkina Faso.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Lassaâd Ben Hassine, directeur de la formation, WFTA, tél. : (514) 286-1042, téléc. : (514) 848-9986, courriel : benhassine@wfta.org, internet : www.wfta.org

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 et inscrivez-vous en ligne.

WIN EXPORTS



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

PAYS-BAS

Présents dans 140 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 sur 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 un résumé d'un marché. Pour obtenir une étude approfondie de ce marché ainsi que plusieurs 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



Le marché des logiciels d'enseignement et de formation

En raison des compressions budgétaires auxquelles a été soumis le système d'éducation néerlandais dans les années 1990, les Pays-Bas accusent un retard par rapport aux autres pays européens. L'intégration des technologies dans les écoles est néanmoins devenue une priorité pour le gouvernement. Les logiciels d'enseignement et de formation sont donc en grande demande aux Pays-Bas, et des débouchés existent pour les fournisseurs canadiens.

Aperçu du marché

Afin d'améliorer la qualité de l'enseignement, le gouvernement néerlandais a mis en œuvre un plan d'action, appelé *Investir dans le progrès*, qui vise l'intégration des technologies de l'information et des communications (TIC) dans l'ensemble du système scolaire. Il a notamment pour objectifs la création d'un réseau informatique national éducatif — *KennisNet* — la formation des enseignants et la conception de didacticiels et leur intégration dans le programme national. Financé jusqu'en 2010, ce plan devrait permettre d'atteindre un ratio d'un ordinateur pour 10 élèves dans les établissements

d'enseignement, et d'un ordinateur pour trois étudiants dans les établissements de formation des enseignants. Il prévoit également le recours systématique aux TIC pour l'enseignement de l'arithmétique et des langues au primaire.

Le plan vise en outre la décentralisation du pouvoir du gouvernement central afin de permettre aux écoles de prendre leurs propres décisions en matière d'investissement dans l'achat de matériels informatiques, la formation des enseignants et l'acquisition de logiciels. En 1999, le gouvernement a commencé à verser, pour la formation en TI, des subventions structurelles au prorata du nombre d'élèves ou de participants dans les écoles. Chaque établissement peut utiliser à sa discrétion les fonds qu'il reçoit pour répondre à ses besoins en matière de formation et de matériel de TI. Par ailleurs, 12 millions par an seront alloués au développement de matériel d'apprentissage des TI.

Accès au marché

Peu de concepteurs canadiens de didacticiels ont percé sur le marché néerlandais jusqu'à maintenant. Toutefois, l'accord bilatéral qui interviendra prochainement entre Industrie Canada et le ministère néerlandais de l'Éducation comporte un projet d'échanges dans le domaine des didacticiels qui offrira des débouchés aux fournisseurs canadiens de matériel innovateur d'apprentissage. Un protocole d'entente signé à l'automne 2001 par les gouvernements du Canada et des Pays-Bas a également ouvert la voie sur ce marché.

Débouchés

Il existe pour les concepteurs canadiens de contenu et de logiciels des possibilités de formation de coentreprises avec des sociétés néerlandaises en vue de la fourniture de logiciels dans le cadre de projets financés par l'État. Étant donné que les étudiants néerlandais ont généralement, dès 18 ans, une excellente maîtrise de l'anglais et du français, les producteurs canadiens de contenu et de logiciels peuvent vendre leurs produits aux établissements scolaires et aux étudiants sans les adapter.

On constate un manque de logiciels éducatifs adaptés au niveau primaire, et il existe des débouchés en ce qui concerne la conception de logiciels propres à favoriser l'apprentissage de base. Les écoles primaires qui ont l'intention de se procurer de nouveaux logiciels préfèrent ceux qui collent de près au programme scolaire.

Les didacticiels dont disposent les écoles primaires servent à l'enseignement des langues, des mathématiques et de la géographie. Les établissements préfèrent toutefois acheter de nouveaux logiciels pour ces matières, quoique, dans les classes supérieures, on s'intéresse de plus en plus aux logiciels conçus pour l'enseignement de l'anglais, de l'histoire et des sciences.

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

www.infoexport.gc.ca

Les écoles secondaires préfèrent également les logiciels qui sont étroitement liés au programme scolaire et aux manuels utilisés en classe. La plupart des enseignants du secondaire cherchent des logiciels qui peuvent faciliter tous les aspects de l'enseignement et du processus d'apprentissage.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire *Le marché des logiciels d'enseignement et de formation aux Pays-Bas*. Ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux peuvent être consultés au www.infoexport.gc.ca

« 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 concernant les visites
- Rencontres personnelles
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les industries des services et des grands projets en Europe.

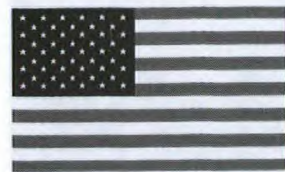


www.infoexport.gc.ca

Est-ce un marché pour vous ?
Étude complète sur l'Internet
www.infoexport.gc.ca

Le marché des logiciels d'enseignement et de formation

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 du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, communiquer par téléc. : (613) 944-9119, courriel : 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.

Vin de Combret aux É.-U.

— Suite de la page 1

Il a fallu à M. Combret un an pour concevoir et installer le Domaine Combret Estate Winery (www.combretwine.com), et en 1994, l'établissement de six employés a remporté le premier prix pour son Riesling 1993 au concours de Bordeaux, en France. Chaque année depuis lors, le domaine a gagné des prix au prestigieux concours international « Chardonnay du Monde » en France.

« Ce concours est au vin ce que la Coupe du monde est au football, » explique M. Combret avec un sourire. « Je crois volontier que notre succès à ces concours a probablement contribué à établir la réputation internationale du Canada comme producteur de vins fins. »

L'exposition « Taste of Canada »

Tandis que son domaine produisait des vins primés, M. Combret explorait patiemment le marché au sud de la frontière avec l'aide de M. Doug McCracken, agent de l'expansion des affaires au consulat général du Canada à Seattle.

« J'ai pensé que les amateurs de vin de la Enological Society of the Pacific Northwest pourraient nous aider, explique M. McCracken. J'étais convaincu qu'il suffi-

rait qu'ils goûtent aux vins de la Colombie-Britannique pour qu'ils s'en fassent les chantres! ». Aussi, au nom d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et du consulat général du Canada à Seattle, a-t-il invité les viticulteurs de la Colombie-Britannique à participer à l'exposition « Taste of Canada », qui s'inscrivait dans le cadre d'un programme de lancement des vins canadiens, le 9 janvier dernier.

Tout s'est passé comme M. McCracken l'avait prévu. Les quelque 250 amateurs de vins ont ainsi pu déguster les vins du Domaine Combret et des exploitations viticoles Gehringer Brothers Estate Winery, Gray Monk Estate Winery, Hester Creek Estate Winery, Mission Hill Family Estate, Saturna Island Winery, Summerhill Estate Winery et Tinhorn Creek Vineyards.

« Nous allons certainement organiser à nouveau une exposition comme « Taste of Canada », dit M. McCracken, mais il faut choisir le bon moment. Maintenant qu'il y a une plus grande demande de vins canadiens chez les consommateurs, nous pouvons concentrer nos efforts sur la commercialisation elle-même. Jusqu'à maintenant, les détaillants américains n'étaient pas certains que les viticulteurs canadiens

Voir page 9 – Vin

Accord international sur le vin

Le 18 décembre 2001, suite à l'Accord de reconnaissance mutuelle des pratiques œnologiques signé à Toronto par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada, M. Lyle Vanclief, les producteurs de vin canadiens sont plus près de voir leurs vins sur la table d'un plus grand nombre de consommateurs en Australie, au Chili, en Nouvelle-Zélande et aux États-Unis.

L'accord signé par ces pays connus collectivement sous le nom de groupe des Producteurs de vin du Nouveau Monde (PVNM) facilitera le commerce international du vin à ces pays par la reconnaissance des autres signataires des règlements concernant les pratiques œnologiques propres à chacun.

« Les producteurs de vin canadiens ont travaillé extrêmement fort au cours de la dernière décennie pour améliorer la qualité de leurs vins et se tailler une réputation internationale mettant le Canada au rang des nations productrices de grands vins, a souligné M. Vanclief.

M. Vanclief et le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, ont tous deux exprimé l'espoir que tous les pays producteurs et importateurs de vin adhèrent bientôt à l'accord.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Julie McGihon, direction des communications, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-1763, courriel : mcgihonj@em.agr.ca

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Carrefour États-Unis ».)

Explorez les débouchés à New York en mai

La prochaine mission commerciale d'Équipe Canada Atlantique se rendra dans trois mois à la ville de New York, la plus grande agglomération urbaine des États-Unis.

Pour s'inscrire à la mission de mai ou pour obtenir plus de renseignements, communiquez avec le représentant responsable de votre province ou bien avec le secrétariat d'Équipe Canada Atlantique, courriel : teamcanadaatlantic@acoa-apeca.gc.ca ou tél. : (902) 566-7488.

Consultez le site internet de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis (www.can-am.gc.ca)... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

La Corporation commerciale canadienne

Le Canada un allié puissant pour vos exportations

Qualité, performance et innovation sont autant de caractéristiques qui motivent la demande de produits et de services canadiens dans le monde. Les acheteurs internationaux savent que les solutions canadiennes offrent une valeur exceptionnelle. Toutefois, les défis et les incertitudes liés à la gestion d'achats internationaux peuvent rebuter. La recherche de fournisseurs canadiens qualifiés, l'orientation dans le dédale des règlements, la gestion des contrats et la garantie des performances haut de gamme peuvent représenter une lourde tâche. Pour obtenir des réponses et le soutien dont ils ont besoin pour gérer les achats canadiens, les acheteurs internationaux expérimentés font appel à la Corporation commerciale canadienne (CCC) — les spécialistes canadiens des contrats à l'exportation.

Les spécialistes canadiens des contrats à l'exportation

Les atouts de la CCC sont ses compétences en gestion et sa connaissance du marché mondial. Les acheteurs potentiels qui lui font confiance ont à leurs côtés un partenaire chevronné capable de négocier des contrats avantageux et de prendre en charge tous les aspects de leur gestion. Une fois l'accord finalisé, la CCC peut offrir à l'acheteur une garantie particulière cautionnée par le gouvernement pour assurer l'exécution du contrat.

Les connaissances spécialisées de la CCC sont particulièrement précieuses pour aider votre acheteur à mettre au point des accords complexes dans des secteurs où les entreprises canadiennes sont à la pointe de l'innovation. Nos professionnels de l'exportation ont l'expérience de l'élaboration d'accords de vente de produits perfectionnés d'aérospatiale et de défense, de technologies environnementales avancées, de grands projets de conception et de construction d'infrastructures, de produits performants dans le secteur de l'information et des communications et de solutions de pointe dans

le domaine de l'énergie et des ressources naturelles.

Faire alliance avec la CCC

Si votre client éventuel s'assure la collaboration de la CCC pour acheter des produits et des services canadiens, nous pouvons lui faciliter la tâche de deux manières différentes :

- soit en qualité d'entrepreneur principal, nous signons des contrats pour le compte des fournisseurs canadiens, ce qui garantit leur exécution complète et satisfaisante;
- soit en qualité d'agent d'approvisionnement, nous travaillons avec des acheteurs étrangers pour leur faciliter l'accès à des biens et à des services canadiens de qualité et gérer leurs achats au Canada.

Une longue expérience

La CCC est le spécialiste canadien des contrats d'aérospatiale et de défense. La CCC est actuellement au 19^e rang des plus importants fournisseurs du Département de la Défense américain (DoD). Les ventes canadiennes au DoD sont régies par l'Accord sur le partage de la production de défense entre le Canada et les États-Unis (DPSA), accord dont la CCC assure la gestion depuis 1956. La CCC s'occupe également des principaux accords canadiens de passation de marchés avec l'agence spatiale américaine NASA. Les entreprises canadiennes qui vendent des biens ou des services de plus de 100 000 dollars américains au DoD doivent impérativement passer par la CCC.

La CCC est spécialisée dans les ventes aux gouvernements étrangers. À ce jour, nous avons participé aux achats de quelques-unes des plus grandes organisations internationales au monde, dont les Nations Unies. Nous avons élaboré des contrats couronnés de succès pour des projets financés par des institutions financières internationales comme la Banque mondiale, avec l'appui de nos experts hautement qualifiés.

La CCC fait office d'entrepreneur principal international

La CCC élabore des stratégies spécialisées de vente et de passation de marchés pour vos acheteurs internationaux, notamment pour ceux qui travaillent à tous les échelons du gouvernement. Lorsque la CCC joue le rôle d'entrepreneur principal, elle prodigue à vos acheteurs un soutien précieux :

- en évaluant les capacités administratives, techniques et financières des fournisseurs
- en s'assurant que le prix payé par l'acheteur est compétitif
- en structurant et en négociant les contrats
- en garantissant l'exécution des contrats
- en assurant tout le travail de suivi et d'administration du contrat, dont les fonctions de médiation, de vérification et de liquidation

En qualité d'entrepreneur principal, la CCC se charge de l'exécution et du suivi de chaque phase de l'opération d'exportation, pour veiller à ce que les modalités du contrat soient respectées. Ce service simplifie grandement le processus d'administration des contrats pour les fournisseurs comme pour les acheteurs.

Voir page 12 – La CCC

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, internet : www.ccc.ca

En 2001, le budget finlandais de la défense était de 1,54 milliard de dollars, soit le quatrième plus élevé de l'Union européenne. Pour 2002, le gouvernement finlandais envisage de porter les dépenses militaires de 4,51 % à 4,87 % du budget national.

L'expertise canadienne est recherchée

L'aérospatiale et la défense en Finlande

Aperçu du marché

Les achats de matériels représentent 30 % des dépenses militaires (85 % sont importés). Des programmes gouvernementaux sont en cours pour développer l'industrie militaire nationale et ramener les importations de matériels à 50 %.

Pendant les années 1990, l'Armée de l'air a été modernisée, grâce à l'acquisition de nouveaux chasseurs F-18 C/D et des systèmes d'armes connexes. La première décennie du nouveau millénaire sera consacrée à la modernisation de la Marine et de l'Armée de terre.

Le programme Navy 2000, nanti d'un budget de 1,7 milliard de dollars, prévoit de nouveaux bâtiments et systèmes d'armes. La nouvelle flotte comprendra deux navires d'attaque rapide équipés de missiles et quatre aéroglisseurs de combat.

Le développement des forces de déploiement rapide de l'Armée de terre, doté de 500 millions de dollars, impliquera de nouveaux hélicoptères de transport, véhicules de transport terrestre et systèmes d'armes connexes. En septembre 2001, la Finlande, la Norvège et la Suède ont décidé d'acheter en commun des hélicoptères de transport NH-90 de NH Industries. La Finlande achètera 20 hélicoptères, qui seront livrés entre 2004 et 2008. Les deux premiers seront assemblés à l'usine de NH-Industries et les autres par la Finnish Patria Finavitec à Jämsä. La Finlande devrait en outre avaliser l'achat d'hélicoptères de combat en 2004.

En 2000, le marché finlandais des avions et des pièces aéronautiques était évalué à

environ 972 millions de dollars. Les importations atteignaient 746 millions de dollars, soit 75 % du marché finlandais de l'aérospatiale. Les infrastructures de production locales ont produit des avions et des pièces aéronautiques d'une valeur de 380 millions de dollars, dont 154 millions ont été exportés.

Principaux protagonistes

Finnair, la compagnie aérienne finlandaise, domine le marché civil des avions et des pièces aéronautiques. En 2000, Finnair exploitait 96 % des vols nationaux et 61 % des vols internationaux.

EUROPE

Les principaux fournisseurs de moteurs et de pièces d'avion de Finnair sont Pratt & Whitney (Royaume-Uni), CFM International, Boeing, Pratt & Whitney (Canada) (www.pwc.ca) et General Electric. Airbus devrait rejoindre les cinq premiers de la catégorie suite à la récente acquisition de quatre avions Airbus par Finnair. CAE (www.cae.com) du Canada est le principal fournisseur de simulateurs de vol.

Patria Finavitec (membre du groupe finlandais de technologie et de défense Patria Industries) est le seul constructeur d'avions finlandais. Il œuvre dans trois secteurs : révision d'hélicoptères et d'avions militaires, notamment la cellule, le groupe motopropulseur et les systèmes, par sa filiale Patria Finavitec; conception et fabrication de structures d'avions et d'engins spatiaux; conception, fabrication et développement de composants électroniques et de logiciels.

Une entreprise canadienne est associée à Patria : Norwegian Helicopterservice, appartenant à la société canadienne CHC Helicopter Corporation (www.chc.ca). EADS (European Aeronautic and Defence and Space Company), premier groupe européen d'aérospatiale et de défense, a

acheté 26,8 % des actions de Patria en 2000, ce qui devrait ouvrir de nouveaux débouchés à cette dernière.

Débouchés

En 2000, la Finlande avait 1 088 avions civils : 64 avions de ligne, 82 hélicoptères, 372 planeurs et 570 appareils d'autres types. Les grandes compagnies aériennes finlandaises ont récemment modernisé leur flotte ou commandé de nouveaux appareils, par souci de standardisation et pour réduire les coûts de maintenance, d'équipage et de formation. Pour ces raisons, et aussi du fait de l'instabilité mondiale actuelle, il n'existe pas de débouchés immédiats pour l'exportation d'avions de ligne. Toutefois, la demande de petits appareils, comme les avions-taxis, les ambulances aériennes et les avions militaires, reste soutenue.

Les achats d'hélicoptères NH-90 nécessiteront la constitution de coentreprises avec d'autres pays nordiques et s'accompagneront de systèmes tactiques complémentaires de production nationale pour la défense, la simulation et la formation.

Compte tenu de la taille relativement modeste du marché finlandais de l'aérospatiale, Patria a besoin de marchés à l'exportation pour soutenir la rentabilité de ses produits. Patria apprécie les coentreprises avec des sociétés canadiennes possédant un savoir-faire en marketing et en distribution, sans aucun doute à cause des affinités entre le Canada et la Finlande qui partagent le même climat et une géographie semblable ainsi que des normes industrielles comparables.

Sites internet utiles

- Ministère de la Défense (achats de matériels) : www.vn.fi/plm/emater.htm
- Forces armées finlandaises : www.mil.fi
- Administration de l'aviation civile : www.ilmailulaitos.com/english/
- Patria Industries : www.patria.fi
- Finnair : www.finnair.com
- Douanes : www.tulli.fi
- Instrumentointi Oy (automatisation industrielle, technologie de la défense et technologie de l'information) : www.insta.fi

Pour renseignements, joindre M. Seppo Vihersaari, attaché commercial, ambassade du Canada à Helsinki, tél. : (011-358-9) 17 11 41, téléc. : (011-358-9) 60 10 60, courriel : seppo.vihersaari@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.fi



LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA *Au service des entreprises canadiennes à l'étranger*

Au service des industries des services et des grands projets en Europe

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Pays-Bas

Florian Riahi

Agent commercial
Ambassade du Canada
La Haye, Pays-Bas
T : (011-31-70) 311-1600
F : (011-31-70) 311-1682

Allemagne

Claudia Seeber

Agente commerciale
Ambassade du Canada
Berlin, Allemagne
T : (011-49-30) 20312-0
F : (011-49-30) 20312-115

Belgique

Bart Roefmans

Agent commercial
Ambassade du Canada
Bruxelles, Belgique
T : (011-32-2) 741-0625
F : (011-32-2) 741-0606

Bulgarie

Ivailo Savov

Agent commercial
Consulat du Canada
Sofia, Bulgarie
T : (011-359-2) 943-37-04
F : (011-359-2) 946-19-13

Espagne

Amaya Jauregui

Agente commerciale
Ambassade du Canada
Madrid, Espagne
T : (011-34) 91-423-32-29
F : (011-34) 91-423-32-52

Hongrie

Krisztina Molnar

Agente commerciale
Ambassade du Canada
Budapest, Hongrie
T : (011-36-1) 392-3360
F : (011-36-1) 392-3395



CanadExport

Centrale

Centrale est la possibilité d'avoir
s'en servir comme tremplin pour
région et passer successivement à
du Sud. L'Europe centrale occupe
permet de servir de porte
d'entrée et les républiques de

ne connaissent pas bien l'Europe
centrale devrait vous aider à
l'investissement éclairés.
économies, démocratiques, développés et
pratiques commerciales se
font dans l'Europe de l'Ouest. Les
économies commerciales d'Europe
centrale ont ouvert la voie et
l'accès dans la région. On trouve
dans l'industrie, l'environnement, les
services des communications, le
tourisme, l'industrie
aérospatiale et les soins de santé.

INDICATEUR	SLOVAQUIE	SLOVÉNIE
PIB	5,4	2,0
PIB par habitant	19,2	18,1
PIB par habitant (PPP)	3,4	3,6
PIB par habitant (PPP) (2000)	2,0	0,2
PIB par habitant (PPP) (2001)	12,7	9,9
PIB par habitant (PPP) (2002)	9,0	35,0

pour la reconstruction et le développement

REC)



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canada

Canada

En 2001, le budget finlandais de la défense était de 1,54 milliard de dollars, soit le quatrième plus élevé de l'Union européenne. Pour 2002, le gouvernement finlandais envisage de porter les dépenses militaires de 4,51 % du budget national.

L'expertise canadienne L'aérospatiale défense

Aperçu du marché

Les achats de matériels représentent des dépenses militaires (85 % sont des dépenses militaires). Des programmes gouvernementaux sont en cours pour développer l'industrie militaire nationale et ramener les dépenses de matériels à 50 %.

Pendant les années 1990, l'Armée de l'air a été modernisée, grâce à l'achat de nouveaux chasseurs F-18 C/D et de systèmes d'armes connexes. La première décennie du nouveau millénaire sera sacrée à la modernisation de la Marine et de l'Armée de terre.

Le programme Navy 2000, nautique, a un budget de 1,7 milliard de dollars, pour l'achat de nouveaux bâtiments et systèmes d'armes. La nouvelle flotte comprendra deux navires d'attaque rapide équipés de missiles et quatre aéroglisseurs de combat.

Le développement des forces de l'Armée de terre implique le déploiement rapide de l'Armée de terre dotée de 500 millions de dollars, impliquant l'achat de nouveaux hélicoptères de transport, de véhicules de transport terrestre et de systèmes d'armes connexes. En septembre 2001, la Finlande, la Norvège et la Suède ont décidé d'acheter en commun des hélicoptères de transport NH-90 de NH Industries. La Finlande achètera 20 hélicoptères, qui seront livrés entre 2004 et 2008. Les premiers seront assemblés à l'usine NH-Industries et les autres par la Patria Finavitec à Jämsä. La Finlande envisage en outre d'acheter d'hélicoptères de combat en 2004.

En 2000, le marché finlandais de l'aérospatiale et des pièces aéronautiques était évalué à 1,5 milliard de dollars.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Au service des entreprises canadiennes à l'étranger

Au service des
industries des services
et des grands projets
en Europe

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Italie

Paola Molteni

Agente commerciale

Consulat général du Canada

Milan, Italie

T : (011-39-02) 6758-1

F : (011-39-02) 6758-3900

Pologne

Joanne Lemay

Déléguée commerciale

Ambassade du Canada

Varsovie, Pologne

T : (011-48-22) 584-3352

F : (011-48-22) 584-3195

Roumanie

Claude Charland

Délégué commercial

Ambassade du Canada

Bucarest, Roumanie

T : (011-401) 307-5093

F : (011-401) 307-5015

Royaume-Uni

George Edwards

Agent commercial

Haut-commissariat du Canada

Londres, Royaume-Uni

T : (011-44-20) 7258-6680

F : (011-44-20) 7258-6384

Turquie

François Lasalle

Délégué commercial

Ambassade du Canada

Ankara, Turquie

T : (011-90-312) 459-9278

F : (011-90-312) 459-9365

SUPPLÉMENT

CanadExport

Hiver 2002

L'Europe centrale

UN MARCHÉ ÉMERGENT QUI N'ATTEND QUE VOUS

Ce supplément présente une région débordante d'activité, dynamique et tournée vers l'avenir qui regorge d'occasions d'affaires pour les entreprises, les exportateurs et les investisseurs canadiens. La Pologne, la Hongrie, la République tchèque et la Slovaquie, les « quatre de Visegrád » (4V), forment le noyau de l'Europe centrale, et ce marché de 65 millions de personnes se prépare à se joindre aux 375 millions de consommateurs de l'Union européenne (UE) dès 2004. Les gouvernements de cette région travaillent très fort pour harmoniser les politiques nationales avec celles de l'UE, créant ou améliorant ainsi un climat d'affaires et d'investissement très prometteur pour les entreprises étrangères.

En plus des 4V, nos ambassades de Prague, Budapest et Varsovie couvrent nombre d'autres marchés (la Slovaquie, la Croatie, la Bosnie-Herzégovine et le Bélarus) et travaillent de concert pour accroître les échanges commerciaux et les investissements du Canada dans la région. Ceux-ci et les autres pays de la région comptent près de 100 millions de consommateurs. L'une des principales raisons qui motivent les exportateurs et investisseurs

à faire des affaires en Europe centrale est la possibilité d'avoir accès au marché régional et de s'en servir comme tremplin pour prendre de l'expansion dans la région et passer successivement à l'Europe de l'Ouest, du Nord et du Sud. L'Europe centrale occupe une position stratégique qui lui permet de servir de porte d'entrée sur la Russie, les États baltes et les républiques de l'ancienne Union soviétique.

Les exportateurs canadiens ne connaissent pas bien l'Europe centrale. Par conséquent, ce supplément devrait vous aider à prendre des décisions d'exportation ou d'investissement éclairées. Les pays de la région sont stables, démocratiques, développés et en voie d'accéder à l'UE. Leurs pratiques commerciales se rapprochent rapidement de celles de l'Europe de l'Ouest. Les 4V ont déjà fait l'objet de missions commerciales d'Équipe Canada. Des entreprises canadiennes ont ouvert la voie et connaissent actuellement du succès dans la région. On trouve des débouchés dans l'agroalimentaire, l'environnement, les technologies de l'information et des communications, le bâtiment et les matériaux de construction, l'industrie automobile et les produits pharmaceutiques et les soins de santé.

L'EUROPE CENTRALE EN BREF

	POLOGNE	HONGRIE	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	SLOVAQUIE	SLOVÉNIE
Population, en millions	38,6	10,0	10,3	5,4	2,0
PIB 2000, en milliards de dollars américains ¹	157,7	45,5	50,8	19,2	18,1
Croissance réelle du PIB, 2002, en pourcentage ²	3,8	2,7	4,1	3,4	3,6
IED 2000, en milliards de dollars américains ³	9,3	1,9	4,5	2,0	0,2
Importations, toutes provenances, 2000, en milliards de dollars américains ³	41,4	27,5	32,2	12,7	9,9
Exportations du Canada, de janv. à nov. 2001, en millions de dollars canadiens ¹	128,0	38,0	48,0	9,0	35,0

Sources:

- Réel
- The Economist Intelligence Unit, prévisions
- Investissements étrangers directs (IED) : Banque européenne pour la reconstruction et le développement

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Préparé par la Direction des pays baltes, de l'Europe centrale et des pays de la Méditerranée orientale (REC)

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

Le Service des délégués commerciaux aide les sociétés novices ou expérimentées qui ont étudié et choisi leurs marchés-cibles.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Pierre Boudey, responsable régional
(Pologne, Hongrie, République tchèque, Slovaquie, Slovénie)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction des pays baltes, de l'Europe centrale et des pays de la Méditerranée orientale
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Tél. : (613) 992-1449
Télé. : (613) 995-8756
Courriel : pierre.boudey@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca>

ou communiquer avec les délégués commerciaux principaux de la région :

M. Michael Wooff, délégué commercial principal
Ambassade du Canada, Ul. Jana Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne
Tél. : (011-48-22) 584-3360
Télé. : (011-48-22) 584-3195
Courriel : wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/warsaw>

M. Larry Duffield, délégué commercial principal
Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (011-36-1) 392-3360
Télé. : (011-36-1) 392-3395
Courriel : bpest-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/hu/>

AGROALIMENTAIRE

POLOGNE

La Pologne compte près de 39 millions de consommateurs et permet d'avoir accès aux vastes marchés d'Europe de l'Est. Son propre marché offre des débouchés dans les produits alimentaires de base tels que les céréales (principalement le blé dur, l'orge et le maïs), le fourrage, la viande de porc et de volaille (y compris les abats), le poisson et les fruits de mer, les huiles, les fruits et les noix. D'autres débouchés se présentent dans les aliments transformés comme les aliments de spécialité ou les nouveautés alimentaires, les aliments ethniques, les produits congelés, pré-cuits ou prêts à servir, les aliments de collation, les produits de poisson et de fruits de mer, les aliments-santé et certains ingrédients alimentaires. Des possibilités d'investissement existent dans l'industrie polonaise de la transformation des aliments (p. ex. dans les industries de la viande, des légumes, des fruits, des produits laitiers, de la boulangerie et des boissons). Les grandes entreprises canadiennes présentes en Pologne sont McCain Foods, CSP Foods, Connors Brothers, Hybrid Turkey, Jamesway Incubator, Cuddy Farms, Shaver Poultry et Semex.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

D'importantes contraintes ainsi que des difficultés attendent les entreprises qui veulent entrer sur le marché polonais en raison de la forte concurrence des pays de l'UE; des droits de douane préférentiels accordés aux pays membres de l'UE et aux signataires de l'Accord de libre-échange centre européen (ALECE); du cadre de réglementation en évolution au fur et à mesure que les réglementations nationales

M. Georges Lemieux, délégué commercial principal
Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque
Tél. : (011-420-2) 7210-1800
Télé. : (011-420-2) 7210-1894
Courriel : prgue@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

EUROPE CENTRALE : LES MARCHÉS DES 4V SERVENT DE TREMLIN

Il est judicieux de cibler le groupe des 4V et éventuellement de se servir d'un de ces pays comme tremplin pour distribuer des produits et des services dans les marchés environnants. D'ailleurs, la Pologne, la Hongrie, la République tchèque et la Slovaquie font activement la promotion de leur emplacement stratégique comme point d'accès aux marchés tiers, que ceux-ci se trouvent en Europe centrale, dans les Balkans ou en UE. Cela est particulièrement vrai dans le cas de la République tchèque et de la Slovaquie, qui bénéficient respectivement d'un accès privilégié à l'Allemagne et à l'Autriche. Les avantages liés à l'emplacement des 4V augmentent si l'on prend en considération les coûts de production et de main-d'œuvre modiques, l'excellente formation de celle-ci et les mesures incitatives à l'investissement.

sont harmonisées avec celles de l'UE; des mesures protectionnistes provisoires édictées en raison de la situation socio-économique; de la présence insuffisante des exportateurs et des produits canadiens; de la faible notoriété des technologies et des produits canadiens sur le marché polonais; et du peu de sensibilisation des entreprises canadiennes aux possibilités offertes par le marché polonais.

Principaux concurrents

Dans le secteur agroalimentaire, les principaux concurrents se trouvent en Europe, en particulier en Allemagne, en France, en Espagne, aux Pays-Bas, au Danemark et en Italie, ainsi qu'aux États-Unis et en Chine.

Autres sources d'information

ExportSource : <http://www.exportsource.gc.ca>
Foreign Agricultural Markets Monitoring Unit : <http://www.fapa.com.pl/fammu>
Governments on the WWW — Pologne : <http://www.gksoft.com/govt/en/pl.html>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :
M^{me} Hanna Mroz, agente de promotion commerciale
Ambassade du Canada, Section des affaires commerciales,
ul. Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne
Tél. : (48-22) 584-3354
Télé. : (48-22) 584-3195
Courriel : wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/pl>

HONGRIE

La persévérance, la patience et la présence portent fruit sur ce marché dans les secteurs de la génétique animale et de la viande, ainsi que le démontrent les exemples suivants.

À la fin des années 1980, Semex Alliances, de Guelph (Ontario), a découvert un marché à créneaux pour les produits de génétique bovine de haute qualité et a établi une coentreprise avec Mezohegyes Allami Menesbirtok Rt., envoyant quatre taureaux canadiens à rendement élevé dans le Sud de la Hongrie et investissant du capital, du matériel de laboratoire et de la technologie. La Gene Bank Co. Ltd. de Semex, qui compte maintenant 12 employés, a 60 taureaux en production et couvre environ 13 % du marché local de la génétique bovine. L'entreprise dessert également les marchés de la Serbie, de la Macédoine, de l'Allemagne et de la Belgique, et s'attend à réaliser des ventes supplémentaires en Slovaquie et en Croatie. Au milieu des années 1990, Rio Alto Ranch International, propriété de trois sociétés albertaines, a commencé à approvisionner l'Ouest de la Hongrie en produits de génétique bovine de haute qualité. Son cheptel se composait de quatre taureaux de race Red Angus, trois vaches canadiennes Red Angus et 78 génisses hongroises de race tachetée achetées sur place. Le troupeau compte maintenant plus de 500 têtes, et ce nombre est appelé à augmenter.

Canada Porc International (CPI), d'Ottawa, a obtenu des occasions d'affaires pour les exportateurs canadiens de viande au début des années 1990. En raison des capacités des usines hongroises de transformation de viande et de l'absence de fournisseurs de porc locaux compétitifs, les exportations canadiennes de viande ont atteint 9 600 tonnes par an en 1998. Celles-ci incluaient les têtes de porc, l'épaule « picnic » désossée, le flanc de porc et la tripe de bœuf. Le principal marché pour les produits finis était la Russie et, avec l'effondrement de l'économie russe en août 1998, les exportations hongroises vers la Russie ont connu une baisse spectaculaire, qui a entraîné un important repli des exportations de porc canadien à destination de la Hongrie. Cependant, le marché de la viande semble se redresser peu à peu. On estime que les exportations canadiennes ont atteint de 800 à 850 tonnes en 2001. Les exportateurs canadiens de viande ont également suscité de l'intérêt en Croatie. Le principal transformateur de viande du pays, Gavrilovic, de Zagreb, a récemment acheté du porc auprès d'un membre de CPI. La demande sur le marché croate de la viande s'élève à environ 15 000 tonnes de porc par an et 10 000 tonnes par an pour le bœuf. En outre, depuis trois ans, Pickseed Canada Inc., de Lindsay (Ontario), plante ses variétés de graines de fourrage sur des parcelles d'adaptation, car on prévoit améliorer les pâturages de Croatie pour permettre l'introduction des bovins à viande dans l'économie.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :
M. Bela Gyonyor, agent de commerce
Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 392-3353
Télé. : (36-1) 392-3395
Courriel : bela.gyonyor@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.kanada.hu>



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

La République tchèque a toujours été autosuffisante pour ce qui est des produits agricoles, mais les pénuries saisonnières de certaines denrées et l'impossibilité de se procurer quelques produits de spécialité se sont traduites par des importations représentant environ 25 % des produits agroalimentaires. Les importations de produits agroalimentaires ont représenté 5 % des importations de la République tchèque en 2000. Les catégories les plus importantes ont été les fruits, légumes et noix (14 %), les préparations comestibles (9 %), les aliments pour animaux de compagnie (9 %), le tabac et les produits de tabac (6 %), et les produits de meunerie (5 %). Selon les statistiques tchèques, la valeur des importations nationales de produits agroalimentaires en provenance du Canada s'est établie à 17,4 millions de dollars canadiens en 2000, soit 12 % des importations tchèques du Canada. Les denrées canadiennes qui ont connu le plus de succès ont été les lentilles et haricots (6 millions de dollars canadiens), les aliments pour chats et chiens (3,6 millions de dollars canadiens) et les préparations comestibles (3,5 millions de dollars canadiens). Certains produits agroalimentaires canadiens de haute qualité peuvent être concurrentiels, par exemple les bovins laitiers (génisses et taureaux Holstein, embryons et sperme), les bovins à viande (Simmental, Hereford, Aberdeen-Angus et Charolais vivants ou sperme), les porcs de reproduction (Landrace, Duroc et Yorkshire), les légumineuses à grain (en particulier les lentilles et les haricots), le soja, les poissons marins et produits de poisson, les aliments pour animaux de compagnie et la viande de porc ou de volaille (si les certificats sanitaires sont renégociés). Certaines entreprises canadiennes ont déjà mis sur pied des coentreprises rentables de génétique des bovins Holstein. De plus, une ferme de bovins à viande exploitée par une coentreprise a déjà fourni des Aberdeen Angus à 72 fermes (on compte maintenant 3 400 vaches Angus, toutes originaires du Canada). Le marché offre aussi des débouchés pour les produits alimentaires de spécialité uniques, les boissons alcoolisées, les concentrés de jus, le riz sauvage ou les mélanges de riz et le saumon fumé ou les autres produits de poisson si ces denrées sont proposées à prix concurrentiels, en particulier comparativement à ceux des fournisseurs européens ou asiatiques.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Les coûts d'expédition peuvent rendre les produits importés non compétitifs et les exportateurs canadiens doivent concurrencer les fournisseurs de l'UE, qui inondent le marché tchèque de produits subventionnés. De plus, l'harmonisation des lois tchèques avec les normes de l'UE rend le marché plus difficilement accessible aux fournisseurs des pays non membres. Par exemple, les produits qui contiennent des organismes génétiquement modifiés doivent être étiquetés et tous les produits importés doivent être conformes à la réglementation tchèque sur la salubrité des aliments. Les produits d'origine animale sont assujettis à une certification et l'administration vétérinaire d'État applique des exigences précises à l'importation de volaille, de bœuf, de porc, de viande chevaline et de produits de poisson. À l'heure actuelle, la volaille, le porc et la viande rouge ne sont pas admissibles à l'importation en provenance du Canada en raison des conditions strictes qui sont imposées. Par conséquent, la meilleure stratégie d'accès au marché des produits alimentaires consiste à trouver un importateur ou distributeur local déjà établi dans les grandes chaînes de détail, car les détaillants n'aiment habituellement pas procéder à des importations directes. Un représentant local habitué à traiter avec les autorités locales et à faire la promotion des produits constitue toujours un atout.

SEMEX ALLIANCE

Cette société de génétique du bétail en propriété coopérative est la plus importante au monde. Elle exporte du sperme de bovins à destination de l'Europe centrale et de l'Est depuis de nombreuses années. Semex Alliance a établi des partenariats dans plus de 60 pays dont la République tchèque et la Slovaquie. Au cours de la dernière décennie, Semex a mis sur pied des contreparties avec la société slovaque Insemas et l'entreprise tchèque Gensemex, qui représentent désormais exclusivement Semex. En 2000, Insemas, qui possède son propre réseau de distribution comptant 24 centres, a accaparé une part de 35 % du marché slovaque de la génétique bovine. Avec plus de 350 clients slovaques, elle a commencé à exporter dans les pays voisins. Gensemex, fondée en 1997, importe et distribue également des produits génétiques canadiens. Sa part de 24 % du marché tchèque a été établie malgré la forte concurrence locale et étrangère. Les deux entreprises collaborent au programme de tests de jeunes taureaux de Semex. Depuis 1989, Semex travaille en étroite collaboration avec son distributeur en Hongrie, Genbank, qui couvre actuellement 11 % du marché hongrois.

Principaux concurrents

Les pays de l'UE sont maintenant la principale source des importations tchèques de produits agroalimentaires et sont à l'origine de 53 % d'entre elles. Ils sont suivis par les pays de l'ALECE, d'où proviennent 23 % des importations agroalimentaires. Les principaux partenaires commerciaux de la République tchèque se trouvent en Allemagne, en Slovaquie, en Pologne, en Autriche, aux Pays-Bas, en Italie, en Espagne et en Hongrie. On trouve environ 40 hypermarchés d'alimentation dans le pays et on prévoit qu'il pourrait y en avoir jusqu'à 100 d'ici quelques années. Toutes les grandes chaînes de détail sont de propriété étrangère (Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne, France, Belgique et Autriche); il s'agit de Tesco, Ahold, Globus, Kaufland, Carrefour, Delvita et Julius Meinl. Ces entreprises pourraient fort bien donner la préférence à des fournisseurs de leurs pays respectifs.

Autres sources d'information

Ministère de l'Agriculture : <http://www.mze.cz>
Ministère de l'Industrie et du Commerce : <http://www.mpo.cz>
Inspection agricole et alimentaire de la République tchèque : <http://www.czpi.cz>
Institut central de contrôle et d'essais agricoles : <http://www.ukzuz.cz>
Chambre de l'agriculture : <http://www.agrocr.cz>
Chambre économique de la République tchèque : <http://www.hkcr.cz>
Registre de commerce de la République tchèque : <http://www.justice.cz>
Bureau des douanes et tarif douanier de la République tchèque : <http://www.cs.mfcr.cz>
Bureau de la statistique de la République tchèque : <http://www.czso.cz>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Ilona Boldova, agente de commerce

Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque
Tél. : (420-2) 7210-1864
Télec. : (420-2) 7210-1894
Courriel : ilona.boldova@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

SLOVAQUIE

L'industrie alimentaire slovaque a grandement besoin de transfert de technologie. Les laiteries s'efforcent avant tout d'accroître la qualité et la sélection des fromages et des produits à base de lait aigre; les producteurs de viande s'intéressent aux techniques d'emballage sous vide et veulent allonger la durée de conservation de leurs produits; les producteurs d'amidon mettent l'accent sur les édulcorants; les brasseries se modernisent en installant des cuves cylindriques-coniques qui permettent de maintenir des niveaux de qualité prévisibles; les entreprises de meunerie se concentrent sur la production de farine semi-fine, de pain et de pâtisserie de farine foncée, et de produits à faible teneur en œufs; l'industrie des surgelés se spécialise dans les nouveaux produits de légumes et de mélanges de légumes ainsi que dans la transformation des fruits à l'intention des enfants et des bébés; les producteurs d'huile orientent leurs activités vers les nouvelles technologies de pressage sans extraction. Les éleveurs auront besoin de **matériel génétique** afin de préserver la spécialisation du bétail, pour la production laitière ou de viande. Le cheptel de 26 000 animaux de races spécialisées doit être porté à 50 000 têtes d'ici 2005. Il y aurait donc possibilité de vendre surtout des doses d'insémination (mais moins d'embryons) pour les Simmental, Charolais, Red Angus et Black Angus. Des possibilités semblables existent pour les animaux de race laitière comme les Holstein. La décroissance de plus en plus marquée du cheptel de porcs a forcé le gouvernement à subventionner l'expansion de l'élevage porcin; le matériel génétique de races de porc à haut rendement est donc demandé en Slovaquie. Il existe une demande de **cultures spéciales**, par exemple les légumineuses, les lentilles et les haricots. L'utilisation des **graines et des tourteaux de soja** ainsi que du matériel de culture a pris un grand essor récemment. On construit actuellement des installations de production de produits de soja pour consommation humaine ou animale. Le fret à l'importation de tourteaux de soja

canadiens est parfois prohibitif; les agriculteurs slovaques se tournent plutôt vers l'importation de graines de soja et la culture sur place. En outre, l'industrie a besoin de machines agricoles, d'équipement de transformation des aliments et de matériel de préparation d'aliments pour animaux. Selon les prévisions, les **produits alimentaires finaux** canadiens de haute qualité seront de plus en plus demandés avec la multiplication des chaînes d'épicerie et des hypermarchés d'alimentation. La plupart des produits alimentaires canadiens importés en Slovaquie passent par des intermédiaires européens. Les exportateurs canadiens doivent donc affronter la concurrence très vive des exportateurs européens et des succursales locales des grands détaillants en alimentation du monde.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Il est absolument essentiel de compter sur un partenaire slovaque. Ce partenaire pourra fournir d'indispensables renseignements sur les pratiques commerciales locales, les caractéristiques du marché, les

stratégies à adopter ainsi que les aspects juridiques et financiers, et les procédures d'importation.

Principaux concurrents

Les pays de l'UE ainsi que les États-Unis sont les principaux concurrents.

Autres sources d'information

Ministère de l'Agriculture de la Slovaquie : <http://www.mpsr.sk>
Institut de recherche sur l'économie agricole et alimentaire : <http://www.vuepp.sk>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Milan Harustiak, agent de commerce

Ambassade du Canada, Misikova 28/D, 811 06 Bratislava, Slovaquie
Tél. : (421-2) 5244-2175
Télec. : (421-2) 5249-9995
Courriel : harustiak@canemb.sk
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

ENVIRONNEMENT

POLOGNE

Le pays offre des débouchés dans le secteur de l'**eau et des eaux usées**, notamment pour les petits systèmes de traitement des eaux usées que les municipalités rurales pourraient utiliser ainsi que pour le traitement des boues. Dans le domaine des **déchets solides**, les débouchés touchent la collecte, le tri et le recyclage des déchets municipaux, les technologies de compostage et de biomasse appliquées au traitement des déchets municipaux, ainsi que la manutention et l'élimination des déchets dangereux. Pour ce qui est des **sources d'énergie renouvelables ou de remplacement**, les débouchés se rapportent au biocarburant, aux technologies de conversion des déchets en énergie ou en chaleur, aux centrales hydroélectriques ainsi qu'à l'énergie éolienne.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Les entreprises canadiennes doivent savoir que la ville polonaise de Katowice est, en Europe, l'unique lieu de mise à l'essai de l'Initiative sur les villes durables (IVD) d'Industrie Canada. Une équipe composée de représentants de ministères, d'organismes publics, d'organisations non gouvernementales et du secteur privé tente de définir des domaines de coopération en mettant l'accent sur les aspects essentiels du développement urbain durable : la salubrité de l'eau, la gestion des déchets, l'énergie propre, les transports et la planification urbaine. Rappelons aussi que les membres de l'UE et les pays signataires de l'ALECE imposent des droits de douane moins élevés et que les marchés avec les municipalités (souvent nécessaires dans le cas des projets de gestion des eaux et des eaux usées) ne sont accordés que

dans le cadre d'appels d'offres menés conformément aux dispositions de la loi sur les marchés publics, processus qui s'avère parfois long et ponctué de formalités administratives.

Principaux concurrents

Près de 1 000 entreprises polonaises fournissent du matériel et des services de protection de l'environnement. Elles se spécialisent particulièrement dans la lutte contre la pollution de l'eau et de l'air. En revanche, l'activité étrangère en Pologne se concentre d'abord dans le sous-secteur des eaux et des eaux usées et ensuite dans celui de la gestion des déchets et de la lutte contre la pollution de l'air. Les sociétés environnementales d'Allemagne, des États-Unis, d'Autriche, de France, des Pays-Bas et des pays scandinaves sont les plus actives en Pologne. Les entreprises canadiennes sont malheureusement sous-représentées sur ce marché par rapport à leurs capacités. Les grandes sociétés canadiennes actives en Pologne sont Zenon Environmental (épuration de l'eau), ADI (épuration de l'eau), Dry Bio-filters (petites installations de traitement des eaux usées), ESI Ecosystem (petites centrales hydroélectriques), Merol Power Corp. (centrale hydroélectrique) et ABC Power and Boiler (traitement des déchets médicaux).

Autres sources d'information

Ministère de l'Environnement de la Pologne : <http://www.mos.gov.pl>
Fonds national pour l'environnement et la gestion des eaux : <http://www.fundusz.pl>
Inspectorat central de la protection de l'environnement : <http://www.pios.gov.pl>
Institut de la météorologie et de la gestion des eaux : <http://www.imgw.pl>

PNUE — Base de données sur les ressources mondiales : <http://www.gridw.pl>
Agence européenne pour l'environnement : <http://www.eea.eu.int>
Banque mondiale : <http://www.worldbank.org>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Ewa Gawron-Dobroczyńska,
agente de promotion commerciale
Ambassade du Canada, Section des affaires commerciales, ul.
Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne
Tél. : (48-22) 584-3353
Télé. : (48-22) 584-3195
Courriel : wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/pl>

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Il y a 11 ans, le ministère de l'Environnement a été créé afin d'établir et de mettre en œuvre des politiques visant à corriger bon nombre des erreurs passées et à procurer aux citoyens tchèques un environnement plus sain. En 1995, les **politiques sur la protection de l'environnement** ont été adoptées et mises en œuvre. Les résultats sont tangibles : les émissions de polluants ont beaucoup diminué et la qualité de l'eau et de l'air est aujourd'hui meilleure. Ces politiques étaient largement tributaires de l'utilisation efficace d'instruments réglementaires, assortie de mesures incitatives et d'investissements appréciables. La République tchèque se sert aussi d'un mécanisme d'évaluation de l'impact environnemental qui s'applique à une vaste gamme de projets. Les émissions et les déversements de toutes les installations polluantes doivent maintenant répondre aux normes nationales. Un rigoureux processus d'inspection est en place pour faire appliquer les lois. En outre, l'information publique est maintenant de bien meilleure qualité : les données sur l'économie et l'environnement sont désormais d'accès facile, les rapports sur l'environnement sont publiés régulièrement et les normes internationales sur l'environnement sont de plus en plus appliquées.

CORINEX

Le bureau canadien de Corinex Global Corp., établi à Vancouver, a ouvert en 1998 son bureau européen à Bratislava, capitale de la Slovaquie, en raison de son emplacement stratégique dans la région, de la facilité d'accès aux marchés voisins et du faible niveau des coûts. Toutes les activités de ventes et de commercialisation en Europe sont planifiées et coordonnées à partir de ce bureau. Corinex offre actuellement des solutions complètes de connectivité fondées sur les réseaux sans fil et la téléphonie sur secteur par courants porteurs. Le bureau de Vancouver met l'accent sur les ventes et la fabrication, tandis que le bureau de Slovaquie est responsable des logiciels, de la R-D et du soutien. Corinex Bratislava compte environ 150 employés dans deux établissements. Le consortium que Corinex a formé avec Compaq a remporté un appel d'offres de plus de 26 millions de dollars canadiens auprès de Slovak Gas pour la fourniture d'un système d'information et de communication (SIC) et la construction d'un centre d'appels. Corinex fournira des technologies SIC pour remplacer celles qui sont en place et ne sont pas conformes aux normes de l'UE. Comme bien des investisseurs canadiens de la région, Corinex envisage d'étendre ses activités en République tchèque, en Pologne et en Hongrie, et analyse des projets en Autriche, en Allemagne et en Russie. Pour plus de renseignements, consulter le site Web l'entreprise à l'adresse <http://www.corinex.com>

CINÉMAS IMAX EN POLOGNE

IMAX, le système de projection de films sur grand écran inventé par une société canadienne dont le siège est toujours à Toronto, a fait ses débuts à la fin des années 1960 après les expériences tentées à l'Expo 67 de Montréal. On trouve maintenant plus de 200 cinémas IMAX dans 25 pays. En 2000, le premier cinéma IMAX de la Pologne a ouvert ses portes au centre commercial Sadyba de Varsovie. Ce projet comporte également une participation de Panasonic et du propriétaire exploitant des installations, la société israélienne IT International Theatres. Fort de ce succès, le promoteur a ouvert un second cinéma IMAX à Cracovie en décembre 2001.

D'importants **investissements dans l'environnement** ont été approuvés au milieu des années 1990, principalement pour la réduction de la pollution de l'air et de l'eau, et l'assainissement des sols contaminés. Les dépenses en protection de l'environnement ont crû à un rythme régulier depuis et correspondent aujourd'hui à 3 % du PIB. La plupart des dépenses ont été financées par le secteur privé avec une participation limitée de l'État. Une part importante des sommes engagées a servi à réduire la pollution atmosphérique causée par les centrales énergétiques. Les investissements dans l'environnement ne devraient pas fléchir, compte tenu des nouvelles exigences relatives aux lois de l'UE : les nouvelles lois environnementales conformes à la législation de l'UE sont maintenant en vigueur.

Toutefois, malgré les améliorations récentes, les émissions de dioxyde de carbone restent élevées; une grande part de la population est exposée à un bruit considérable causé par le transport; l'air de certains quartiers des grandes villes et de Prague est classé dans la catégorie « légèrement pollué » selon l'indice international de la qualité de l'air; près de 5 000 municipalités (qui comptent de 100 à 10 000 personnes) n'ont pas de plans relatifs aux canalisations d'égouts et aux installations de traitement des eaux usées; environ le tiers de la superficie des cours d'eau surveillés (surtout les petits cours d'eau) reste dans les catégories d'eau « fortement » et « très fortement » polluée; 25,4 % des habitants vivent encore dans des bâtiments qui ne sont pas reliés aux égouts publics; et l'enfouissement reste le moyen le plus commun d'élimination des déchets.

Les domaines suivants présentent des **débouchés** pour les exportateurs et les entreprises de services du Canada : l'efficacité énergétique, l'élimination des déchets dangereux, la gestion des déchets, les sources d'énergie de substitution, la revitalisation des écosystèmes et la réduction des émissions de dioxyde de carbone.

Autres sources d'information

Ministère de l'Environnement : <http://www.env.cz>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Jitka Hoskova, agente de commerce
Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6,
République tchèque
Tél. : (420-2) 7210-1800
Télé. : (420-2) 7210-1894
Courriel : jitka.hoskova@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS

POLOGNE

La valeur du **marché des technologies de l'information (TI)** s'est chiffrée à 2,7 milliards de dollars américains en 2000, soit 1,7 % du PIB de la Pologne. Le segment du matériel a été le plus important (presque 43 % du marché), suivi du segment des services (plus de 36 %) et de celui des logiciels (presque 21 %). Malgré le ralentissement économique général, le marché polonais des TI devrait croître, principalement grâce à l'expansion d'Internet et des affaires électroniques, à la nécessité de moderniser l'équipement et au besoin d'harmoniser les normes du pays avec celles de l'UE et de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN). La majorité des grandes entreprises du marché sont polonaises (les plus importantes sont Prokom, Tech Data, Optimus et Techmex), bien que les entreprises étrangères/internationales y soient fermement implantées depuis de nombreuses années (HP, IBM et Compaq sont les plus solidement établies). Les principaux clients des entreprises de TI sont les secteurs des banques, des finances, des assurances, des transports et des communications, l'industrie manufacturière, l'administration publique et le secteur de la vente au détail.

La valeur du **marché des télécommunications** a atteint près de 8,38 milliards de dollars américains en 2000. Il était structuré de la manière suivante : services des exploitants (67 %), services d'installation et d'intégration (presque 14 %), ventes et distribution (près de 10 %) et fabrication de matériel de télécommunications (plus de 9 %). La société nationale de télécommunications Telekomunikacja Polska S.A. domine toujours le marché (elle en occupe presque 95 %), bien que plusieurs autres exploitants lui fassent encore concurrence. Les trois plus prospères sont des fournisseurs de services de téléphonie mobile qui comptaient 7,5 millions d'abonnés à la fin de 2000 (une croissance dynamique de 83 %). Le nombre d'abonnés au service mobile pourrait atteindre le nombre d'abonnés au service fixe d'ici un an. La Pologne compte 10,8 millions de lignes, ce qui représentait 28 lignes par 100 habitants à la fin de 2000 (en moyenne 34 lignes dans les villes et 17 en région rurale). Le marché des télécommunications continuera de croître et d'évoluer tandis que l'élimination des monopoles et la déréglementation se poursuivent (le monopole des appels internationaux sera levé en 2003); de plus, la conjoncture internationale défavorable entraînera des prises de contrôle, des fusions et parfois des faillites, ce qui transformera le noyau central d'entreprises. De plus, la tendance mondiale qui consiste à rapprocher les industries de l'information et des télécommunications touchera la Pologne.

Il existe des **débouchés** pour Internet et les intranets, les solutions de commerce électronique, les communications à large bande, le multimédia, les produits d'enseignement et de divertissement, les services d'intégration, les installations de télécommunications, le système universel de télécommunications mobiles (UMTS), les nouveaux services de télécommunications à valeur ajoutée et la câblodiffusion.

Principaux concurrents

Parmi les entreprises canadiennes actives sur le marché, on compte Nortel Networks, Téléglobe, Mitel, Corel, Cognos, Hummingbird, Consultronics, EXFO, JDS Uniphase, Eicon, QNX et Vive Synergies; d'autres commencent tout juste à pénétrer le marché (comme NSI, Harris et Positron). L'essentiel de la concurrence est attribuable à Lucent Technologies, Siemens, Alcatel, Ericsson, Nokia, Motorola, France Telecom, Deutsche Telecom, British Telecom, TeleDanmark, Telia, AirTouch Communications, MediaOne Intl., DeTeMobil, UPC, Compaq, Vobis, Dell, HP, IBM, ICL, Oracle, Microsoft, Unisys, Intel, Cisco, SAP, Sun Microsystems, NCR, 3Com et NEC.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Hanna Mroz, agente de promotion commerciale
Ambassade du Canada, Section des affaires commerciales, ul.
Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne
Tél. : (48-22) 584-3354
Télé. : (48-22) 584-3195
Courriel : wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/pl>

HONGRIE

La valeur du marché des TI s'est établie à 1,3 milliard de dollars américains en 2000, soit la valeur par habitant la plus élevée d'Europe centrale. Elle a crû de 6,7 % en 2000 et devrait grimper de 8,9 % en 2001 et de 10 % à 11,5 % entre 2002 et 2004. Des investissements non négligeables sont encore réalisés dans l'administration publique, les services financiers et les télécommunications. La fabrication de dispositifs de télécommunications et de transmission, d'appareils électroniques grand public ainsi que de pièces et de composants électroniques constitue un secteur de croissance important. Les composants destinés aux industries de production de machines électroniques et électriques ont constitué l'un des principaux groupes de produits exportés par le Canada en 1999. Toutefois, ces produits sont souvent importés en Hongrie par des sociétés manufacturières multinationales qui s'en servent pour fabriquer des produits destinés à l'exportation. Les ventes directes au marché ne représentent donc

qu'une faible portion du marché global. Les composants électroniques, principalement destinés aux futures usines de pointe, ainsi que les cartes à puce présentent un certain potentiel. Les principaux acheteurs de pièces électroniques et électriques sont GE Lighting, Flextronics Intl. et IBM Hongrie. La concurrence est vive et provient notamment des relations commerciales établies entre les multinationales et l'industrie de leur pays d'origine.

Les **services de télécommunications** présentent des débouchés, malgré le récent fléchissement du marché mondial et les résultats moins favorables que prévu enregistrés par les fournisseurs hongrois en 2000. La croissance devrait se concrétiser en raison de la libéralisation des services de télécommunications en Hongrie ainsi que des nouvelles possibilités d'accès au marché que pourrait créer la récente loi sur les communications unifiées. Par ailleurs, le secteur des **communications mobiles, de la transmission de données et de la téléphonie Internet** pourrait offrir des possibilités appréciables. La valeur de ce marché devrait atteindre 2,3 milliards de dollars américains en 2001, une hausse de 11 % comparativement à 2000. Les services fixes de téléphonie représentaient 52 % du marché en 2000, les services de communications mobiles 40 %. Actuellement, de 15 à 20 fournisseurs dominent le marché. Même si de nouvelles sociétés entendent prendre pied sur le marché en 2002, après la libéralisation, les observateurs estiment que trois grands groupes d'entreprises seulement seront présents sur le marché d'ici quatre à cinq ans.

ÉTUDE SUR L'INVESTISSEMENT (HONGRIE ET SLOVÉNIE)

L'ambassade du Canada à Budapest mène une étude sur l'investissement afin de déterminer combien les Canadiens ont investi en Hongrie. Nous aimerions communiquer avec les entreprises canadiennes qui ont réalisé des investissements dans la région.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :
M. Larry Duffield, conseiller commercial
Tél. : (36-1) 392-3360
Télé. : (36-1) 392-3395
Courriel : larry.duffield@dfait-maeci.gc.ca

Le segment de la **téléphonie mobile** enregistre la croissance la plus marquée. Le nombre d'abonnés a atteint les 3,8 millions en juin 2001 et devrait s'établir à 4,5 millions d'ici la fin de 2001. Le taux de pénétration est de 38 % et les abonnés au service mobile sont aujourd'hui aussi nombreux que ceux du service fixe. Trois sociétés fournissent ce service : Westel Telecommunications (Westel Mobile Communications et Westel Radiotelefon), Pannon et Vodafone. Une entreprise, Eurohivo, offre un service de radiomessagerie, mais ce segment est restreint. Le premier exploitant de réseau téléphonique hongrois, MATAV, ainsi que les exploitants locaux et les sociétés de téléphonie mobile sont les principaux fournisseurs du marché, mais les services publics de transmission de données commutée ne sont

pas réglementés par des licences. Plusieurs autres fournisseurs offrent donc ces services. Parmi les plus importants, citons Pantel, Novacom, GTS et Antenna Hungaria. L'autorité responsable des communications a mis aux enchères cinq blocs de la bande à 3,5 gigahertz (GHz) en juin 2001. Des blocs de la bande à 26 GHz devraient aussi être mis aux enchères d'ici un an. MATAV, Pantel, AnTetra (filiale d'Antenna Hungaria) et GTS ont toutes reçu un bloc de la fréquence de la bande nationale. Des licences de services de communications mobiles de troisième génération UMTS seront aussi mises aux enchères. En vertu de la loi, les services de communications par satellite sont fournis sous le régime de la libre concurrence. Cependant, les entreprises qui proposent des services de communications par satellite doivent obtenir la licence nécessaire. Les fournisseurs de services VSAT sont MATAV Sat-Net (500 terminaux), Hungaro DigiTel (950), BankNet (780) et GTS Hongrie (plus de 1 000 terminaux en Hongrie et dans les pays voisins). En 1999, la loi sur les télécommunications a été modifiée afin de permettre la téléphonie Internet. En ce moment, MATAV, Pantel, Novacom et deux fournisseurs de services GSM proposent un service de téléphonie Internet.

Le marché d'**Internet** ne suit pas la progression économique générale. En 2000, à peine 235 000 personnes payaient pour avoir accès à Internet par ligne commutée. En juin 2001, le nombre d'abonnés ne se chiffrait qu'à 258 000. Voilà qui est peu pour une population de 10 millions d'habitants. L'accès limité aux ordinateurs personnels, le manque d'argent ou de crédit ainsi que la méconnaissance des avantages procurés par Internet entravent la croissance. Pour ces raisons, les fournisseurs de services Internet continueront de cibler Budapest et les environs, et plus particulièrement les entreprises. Les connexions Internet resteront plus rares dans les ménages que dans les entreprises pour un certain temps. L'avenir offre des occasions aux investisseurs, tout comme l'émergence du commerce électronique, qui croîtra rapidement quand la population pourra facilement obtenir l'argent et le crédit nécessaires, par l'intermédiaire des institutions financières en place. L'entrée du pays dans l'UE et l'afflux prévu de multinationales créera le besoin d'accroître les capacités d'accès à Internet et d'améliorer l'infrastructure de commerce électronique.

Principaux salons : <http://www.hungexpo.hu>

INFO 2002 : Foire internationale des TIC de Budapest, du 23 au 27 avril 2002

COMPFAIR 2002 : Salon international de l'informatique, des TI et des télécommunications, octobre et novembre 2002

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Krisztina Molnar, agente de commerce

Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 392-3360/3502
Télé. : (36-1) 392-3395
Courriel : krisztina.molnar@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.kanada.hu>

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Le **marché des technologies de l'information et des communications (TIC)** de la République tchèque est d'une qualité remarquable en Europe centrale. Les logiciels et les services de TI y occupent une place prépondérante. Le pays se classe premier dans la région pour les dépenses en TIC en pourcentage du PIB (2,9 %), ainsi que pour la pénétration de la téléphonie mobile. Les dépenses de TIC exprimées en pourcentage du PIB sont déjà comparables à celles de la plupart des pays d'Europe de l'Ouest. Les dépenses de TIC par habitant se sont chiffrées à 151 \$US en 1999. Elles figurent parmi les plus élevées de la région. La valeur du marché a atteint 1,56 milliard de dollars américains en 1999 contre 1,47 milliard en 1998, une croissance annuelle tout juste inférieure à 7 %. Une croissance encore plus respectable de 12 % est prévue pour 2000, les projections fixant à 1,75 milliard de dollars américains les dépenses en TIC pour cette année-là. La croissance est largement tributaire des dépenses en logiciels et en services, mais le segment du matériel devrait connaître une reprise modérée. Le matériel de TIC représente toujours le principal investissement dans le secteur des TIC, même si l'intérêt des utilisateurs se tourne de plus en plus vers le développement de solutions. En 1999, 47 % des dépenses en TIC ont été engagées pour du matériel de base, 37,9 % pour des services de TIC et 15 % pour des logiciels. L'importance des logiciels et des services en pourcentage des dépenses continue d'augmenter. La République tchèque est le chef de file du **marché des télécommunications** d'Europe de l'Est. La technologie GPRS a fait son apparition sur le marché tchèque et l'attribution des licences UMTS a été amorcée à l'automne 2001. La pénétration de la téléphonie mobile a atteint 40 % en 2000, comparativement à 25 % en Hongrie et en Slovaquie, et à 16 % en Pologne. Le troisième et plus récent fournisseur de services de téléphonie mobile du pays, Cesky Mobil, propriété de la société canadienne TIW, a fait des débuts prometteurs. La croissance du marché des TIC dépend du nombre d'entreprises qui mettent en œuvre des solutions

CELESTICA

À l'échelle internationale, Celestica est l'une des plus importantes sociétés de services de fabrication d'électronique destinés à des fabricants d'équipement d'origine. La société, qui a son siège à Toronto, a acquis une petite usine de ses propriétaires allemands en République tchèque en avril 1999, puis a immédiatement construit un nouvel immeuble (un projet d'investissement en installations nouvelles à Rajecsko, près de Brno), qui a ouvert ses portes en septembre 2000. En juillet 2001, Celestica a acquis de Sagem une usine de téléphones mobiles à Kladno, près de Prague. Celestica fabrique maintenant une série de pièces électroniques et de produits finis pour approvisionner d'importants fabricants d'équipement d'origine de l'industrie des télécommunications et des TI à l'échelle mondiale. À ce jour, Celestica a investi près de 100 millions de dollars américains dans de nouvelles installations de production et de l'équipement. La plus grande partie de cette somme est allée à la technologie et à l'équipement des usines. Celestica compte actuellement plus de 2 500 employés en République tchèque. Cet emplacement stratégique est idéal pour la production et la distribution de pièces ailleurs en Europe. Le savoir-faire technique local et les incitatifs à l'investissement ont également influé sur la décision de s'implanter sur ce marché. Celestica concentre actuellement ses activités de production d'autres pays en République tchèque. Pour plus de renseignements, consulter le site Web de l'entreprise à l'adresse <http://www.celestica.com>

logicielles intégrées, de l'essor d'Internet, de l'expansion des affaires électroniques et de l'infrastructure sous-jacente, de la tendance à partager les ressources au moyen de réseaux, de la croissance de la demande de services de TIC et de l'investissement dans la modernisation de l'infrastructure de télécommunications et de transmission de données.

On estime que le marché tchèque des télécommunications continuera de croître et que sa valeur s'établira à 3,27 milliards de dollars américains en 2004. En 2001, la valeur du marché des communications fixes est passée à 1,52 milliard de dollars américains et celle du marché des communications mobiles à 1,75 milliard de dollars américains. Selon les prévisions, de 2001 à 2003, le marché des communications fixes sera libéralisé, Cesky Telecom et Ceske Radiokomunikace seront privatisées, le nombre de fournisseurs augmentera et des licences UMTS seront attribuées.

Principaux concurrents

Les principaux concurrents viennent d'Allemagne, des Pays-Bas, de France, du Royaume-Uni, des pays scandinaves et des États-Unis. Pour les **télécommunications** : KPN Royal Dutch Telecom, RWE Telliance, TeleDanmark, GTS (Global TeleSystem), Atlantic West, TIW, C- Mobil, Nokia, Ericsson et Siemens; pour **Internet** : Telecom Austria, Nextra, Star One, Tiscali et TeleDanmark; pour le **matériel et les logiciels de TIC** : Libra, Vikomt, AT Computers, Microsoft, Novell, Linux, SAP, Minerva, Oracle, Intentionia, Navision Software, GEAC et Celestica.

LA BANQUE EUROPÉENNE DE RECONSTRUCTION ET DE DÉVELOPPEMENT EN POLOGNE

La BERD prévoit investir environ 600 millions d'euros par an en Pologne au cours des prochaines années en collaboration avec les autorités centrales et locales, des sociétés du secteur privé et des sociétés d'État. L'une de ses priorités sera l'investissement dans l'infrastructure, qui a grandement besoin d'une mise à niveau. Par exemple, le réseau routier doit être ramené aux normes de l'UE et les travaux se poursuivront bien après l'accession du pays. Des débouchés semblables existent dans les secteurs de l'environnement, de l'énergie et de la distribution d'eau.

Autres sources d'information

Czech and Moravia Electrical and Electronic Association :
<http://www.electroindustry.cz>

INVEX, plus important salon de TIC d'Europe centrale : <http://www.invex.cz>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Martina Taxova, agente de commerce
 Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6,
 République tchèque
Tél. : (420-2) 7210-1800
Télé. : (420-2) 7210-1894
Courriel : martina.taxova@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

SLOVAQUIE

En Slovaquie, les dépenses de TI exprimées en pourcentage du PIB ainsi que la pénétration de la téléphonie mobile sont élevées. Les dépenses de TI en pourcentage du PIB sont comparables à celles de certains pays d'Europe de l'Ouest; par habitant, elles se sont chiffrées à 130 \$US en 2000. La valeur du marché des TI a grimpé à 800 millions de dollars américains en 2000, une hausse de 16 % par rapport à l'année précédente. Dans le cas du **transfert de la voix et de données**, le taux de pénétration des communications fixes est de 30 %. Avec l'acquisition en 2000 de Slovak Telecom (ST), de British Telecom et du groupe irlandais E-Tel par Deutsche Telekom, les activités se sont concentrées sur le transfert de données et les services Internet au début de 2001. De plus, depuis que ST a lancé ses lignes RNIS à large bande en 2000, le nombre d'utilisateurs croît rapidement. En préparation de l'abolition du monopole de Slovak Telecom dans le secteur des communications fixes à la fin de 2002, l'État met sur pied une nouvelle société de télécommunications, Energotel, afin de mettre ST en situation de concurrence. Energotel se servira des câbles optiques modernes qui longent les oléoducs et les gazoducs et, selon les plans, sera vendue ultérieurement à un investisseur stratégique. L'État a aussi vendu dernièrement trois licences d'exploitation de réseaux à accès fixe sans fil (AFSF) 26 GHz point-multipoint, qui permettent le transfert de données à haute vitesse pour les télécommunications et Internet, et constituent un substitut aux réseaux fixes basé sur la transmission radio. Les titulaires de licences 26 GHz sont Callino, GiTyCom Slovakia (<http://www.gity.sk>) et Nextra. En 2001, l'État a invité les entreprises à faire une offre pour l'exploitation d'un réseau à AFSF 3,5 GHz.

Dans le segment **Internet, commerce électronique, matériel et logiciels**, plus de 156 000 ordinateurs personnels ont été vendus en 2000, une progression de 18 %. À ce nombre s'ajoute 8 100 ordinateurs portatifs, 2 600 serveurs et 88 000 imprimantes. En Slovaquie, 24 % de la population utilise Internet et le nombre d'utilisateurs double chaque année. Le coût relativement élevé des télécommunications ainsi que les tarifs des fournisseurs de services Internet sont les principales barrières à l'utilisation d'Internet. La fin du monopole de ST pour les connexions téléphoniques locales d'ici la fin de 2002 devrait permettre la concurrence et entraîner une réduction des prix et une plus grande pénétration d'Internet. Les principaux fournisseurs de services Internet sont ST, Nextra, Euroweb, Slovanet, Sanet et Eurotel. Le commerce électronique ne se développe pas rapidement en Slovaquie, car la faible pénétration d'Internet et la modicité des revenus inhibent l'intérêt pour les transactions de consommation en ligne. La valeur des échanges électroniques ne s'est établie qu'à 3 millions de dollars américains cette année. Les secteurs des finances électroniques et des services interentreprises sont beaucoup plus prometteurs. Les services bancaires sur Internet sont déjà bien implantés; 50 % des internautes y ont recours. Le segment des services interentreprises prend rapidement de l'ampleur. Différentes entreprises de l'Ouest qui ont pris pied dans la région s'en servent, à l'instar de certaines grandes sociétés locales.

JOURNÉES DU COMMERCE CANADIEN

Une manière pratique et rentable d'obtenir de la visibilité sur les marchés d'Europe centrale est de profiter des Journées du commerce canadien organisées par les ambassades du Canada. Les entreprises canadiennes qui souhaitent faire des affaires dans cette région sont invitées à participer aux prochaines Journées du commerce canadien qui auront lieu :

... en **Hongrie, en Slovénie, en Croatie et en Bosnie-Herzégovine**

L'ambassade du Canada en Hongrie organise cinq Journées du commerce canadien de septembre 2001 à mars 2002 en Hongrie, en Slovénie, en Bosnie-Herzégovine et en Croatie afin de permettre aux importateurs, distributeurs et fabricants locaux de découvrir les entreprises canadiennes et de permettre à celles-ci de trouver des clients éventuels sur ces marchés. Les visiteurs, qui sont invités en collaboration avec les chambres de commerce locales, reçoivent de l'information sur les produits et services canadiens. À Budapest et à Zagreb, plus de 40 sociétés canadiennes ont été représentées et 100 prises de contact ont été réalisées. Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Krisztina Molnar, agente de commerce

Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie

Tél. : (36-1) 392-3360/3502

Télé. : (36-1) 392-3395

Courriel : krisztina.molnar@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : <http://www.kanada.hu>

... en **République tchèque et en Slovaquie**

Afin d'élargir l'éventail de ses contacts et de fournir de l'information sur les entreprises canadiennes dans les petits centres industriels, l'ambassade du Canada à Prague a organisé sa première Journée du commerce canadien en mars 2001. Les entreprises établies dans ces centres sont à la recherche de partenaires et de sources d'approvisionnement, mais ne connaissent pas bien les capacités canadiennes. En collaboration avec les chambres de commerce régionales, des Journées du commerce canadien ont eu lieu à Jihlava, Ostrava et Zlin en République tchèque ainsi qu'à Banská Bystrica et Kosice en Slovaquie. On prévoit en organiser d'autres en 2002. Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Georges Lemieux, conseiller commercial

Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque

Tél. : (420-2) 7210-1800

Télé. : (420-2) 7210-1894

Courriel : georges.lemieux@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

En ce qui a trait à la **téléphonie mobile**, le secteur des télécommunications mobiles GSM 900- 1800 MHz compte 1,3 million d'abonnés en Slovaquie (sur 5 millions d'habitants). À la fin de 2001, le taux de pénétration était de 30 %. Deux exploitants de réseaux de communications mobiles sont actifs : Globtel (57 %) et Eurotel (43 %). L'attribution des licences UMTS est prévue pour 2002. Le matériel de TI demeure le principal objet de l'investissement dans le secteur. En 2000, 54 % des dépenses en TI ont été engagées pour du matériel de base, 31 % pour des services de TI et 15 % pour des logiciels. L'importance des logiciels et des services en pourcentage des dépenses continue d'augmenter.

Débouchés

Le marché des TI prendra de l'expansion grâce à l'investissement dans la modernisation de l'infrastructure de télécommunications et de transmission de données, et la préparation des investisseurs étrangers à la libéralisation du marché des communications fixes, à la fin de 2002. Les marchés d'importation en 2001 ont été évalués à 120 millions de dollars américains pour les pièces et le matériel de

téléphonie fixe, 50 millions de dollars américains pour les pièces de radiotransmission, 130 millions de dollars américains pour l'équipement de transmission comprenant le matériel de réception nécessaire à la radiotéléphonie et 12 millions de dollars américains pour les câbles de fibre optique isolés. Lorsque Energotel sera privatisée, les entreprises canadiennes pourront acheter une participation ou devenir fournisseurs de l'acheteur. Les sociétés qui remporteront les licences de réseaux à AFSF (26 GHz) devront consentir d'importants investissements pour mettre en place leurs réseaux. Les entreprises canadiennes pourront donc leur fournir matériel et technologies. Les investisseurs canadiens peuvent aussi présenter une offre pour les licences de réseaux à AFSF 3,5GHz. De plus, l'infrastructure Internet sera développée. Le segment des services interentreprises prendra de l'ampleur, car de nombreuses sociétés fourniront des solutions logicielles intégrées et le partage des ressources au moyen d'un réseau gagnera en popularité. Les banques devront aussi moderniser leurs réseaux de vente au détail ainsi que leurs technologies de finances électroniques.

Principaux concurrents

Les principaux concurrents proviennent des États-Unis, de l'Allemagne, de la France, du Royaume-Uni et des pays scandinaves.

Autres sources d'information

COFAX, important salon des TIC en Slovaquie : <http://www.cofax.sk>

Administration slovaque des télécommunications : <http://www.teleoff.gov.sk>

Ministère des Transports et des Télécommunications : <http://www.telecom.gov.sk>

Association slovaque pour le commerce électronique : <http://www.saec.sk>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Milan Harustiak, agent de commerce

Ambassade du Canada, Misikova 28/D, 811 06 Bratislava, Slovaquie

Tél. : (421-2) 5244-2175

Télé. : (421-2) 5249-9995

Courriel : harustiak@canemb.sk

Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

BOMBARDIER EN POLOGNE

Bombardier Transport fournit de l'emploi à 1 350 personnes à Katowice, Lodz, Varsovie et Wrocław. L'entreprise fabrique des locomotives électriques, des bogies de fret, du matériel de signalisation et des convertisseurs. Au nombre de ses clients, mentionnons les Chemins de fer nationaux de Pologne, des sociétés de transport municipales et des entreprises étrangères de Belgique, République tchèque, Allemagne, Lituanie et Suède. Récemment, la société a remporté un contrat du bureau des transports de Lodz pour la conception et la production de 15 véhicules urbains « CityRunner » de type tramway, d'une valeur de 17 millions d'euros. Le premier véhicule a été livré en décembre 2001.

BÂTIMENT ET MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

POLOGNE

Après la Russie, la Pologne est le principal marché du Canada pour le bâtiment et les matériaux de construction en Europe centrale et de l'Est. Plus de 90 % des entreprises de construction sont du secteur privé. Avec ses 39 millions d'habitants et sa demande non comblée sur le marché de l'**habitation** (il manque environ 1,5 million de logements), la Pologne attire bien des entreprises de l'UE. Dans le secteur de la **construction résidentielle**, les bâtiments traditionnels de brique, de blocs en béton ou à charpente métallique sont susceptibles de mieux se vendre que les bâtiments à charpente de bois. La demande s'accroît également pour les **usines et entrepôts industriels** ainsi que les installations **sportives et récréatives**. La construction de grands centres commerciaux et de cinémas multiplex est en plein essor. Les parcs d'attractions aquatiques gagnent en popularité dans les grandes villes et les centres de villégiature au bord de la mer Baltique. Nombreux sont ceux qui entreprennent d'améliorer le rendement énergétique des tours d'habitation; la mousse de polystyrène est l'isolant thermique de choix. Il existe une demande de **portes d'acier ignifuges et antivol** ainsi que de **contreplaqué ignifuge**. Les constructeurs locaux recherchent aussi **matériaux de plancher, cadres de fenêtres et portes en bois** de haute qualité.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

La patience et un partenaire local sont essentiels pour accéder au marché. L'homologation des produits ainsi que les normes du bâtiment présentent certains obstacles, et les projets de construction résidentielle doivent être offerts à un prix acceptable. Une bonne estimation pour Varsovie, par exemple, serait 700 \$US par mètre carré de superficie non meublée. Il est également bon de savoir qu'il n'existe pas de régimes d'assurance hypothécaire comme il en existe au Canada. Cependant, de nombreux travailleurs polonais de la construction ont acquis de l'expérience en Europe de l'Ouest et sont donc tout à fait qualifiés. Pour se faire une bonne idée du marché du bâtiment et des matériaux de construction, il est conseillé de visiter le salon professionnel annuel BUDMA (<http://www.mtp.com.pl/en>), qui a habituellement lieu en janvier à Poznan.

Principaux concurrents

Le marché polonais des matériaux de construction importés est dominé par l'Allemagne (28%). Les autres pays exportateurs sont l'Italie, la Belgique et les États-Unis. Le réseau local de distribution de ces produits n'est pas développé mais certaines chaînes de détail (p. ex. Praktiker ou OBI) sont déjà bien implantées. Parmi les entreprises

CENTRALE HYDROÉLECTRIQUE SUR L'ODRA

La société canadienne ESI Ecosystem International Limitée vient d'entreprendre la construction d'une petite centrale hydroélectrique sur la rivière Odra, en Pologne. Le 7 décembre dernier, l'ambassadeur Donald McLennan a participé à la cérémonie de la première pelletée de terre pour la construction de la première d'une série de 12 centrales électriques de basse chute. Ce projet est réalisé par la coentreprise EGO-Odra Sp. z o.o. dont les partenaires sont la société polonaise Pumped Storage Power Plants et l'entreprise montréalaise ESI Ecosystem International Limitée. Le coût approximatif de la première centrale a été de 4 millions de dollars américains et le matériel de production canadien sera d'une valeur approximative de 2 millions de dollars canadiens. Ce projet a été mis en œuvre dans le cadre du protocole d'entente sur la coopération dans le domaine de l'environnement signé par Industrie Canada et Environnement Canada et le ministère de l'Environnement de la Pologne. Il sera admissible à titre de projet à mise en œuvre conjointe visant à atténuer les effets des changements climatiques d'une manière conforme au Protocole de Kyoto (réduction des émissions de dioxyde de carbone).

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Wojciech Matuszek, président

EGO-Odra Sp. z o.o., ul. Panska 73, 00-834 Varsovie, Pologne

Tél. : (48-22) 433-1140

Télé. : (48-22) 433-1221

Courriel : wojciech.matuszek@elsp.com.pl ou

M. Adalbert Goraczko, président

ESI Ecosystem International Ltée, 4700, rue de la Savane, bureau 211, Montréal (Québec) H4P 1T7

Tél. : (514) 341-1325

Télé. : (514) 738-3646

Courriel : esiltd@generation.net

Site Web : <http://www.esiltd.ca>

étrangères de construction résidentielle, les entreprises allemandes, autrichiennes et scandinaves occupent le haut du pavé. La construction à ossature de bois est utilisée principalement par les sociétés suédoises, américaines et canadiennes. On rencontre un nombre croissant de sociétés polonaises qui font breveter leurs propres technologies de construction à ossature de bois ou d'acier et qui concurrencent les sociétés étrangères sur le plan du prix.

Autres sources d'information

Nouvelles sectorielles, annonces d'appels d'offres et liens pour la Pologne : <http://www.budinfo.pl>

Industrie Canada : <http://strategis.gc.ca>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Arkadiusz Wysocki, agent de promotion commerciale

Ambassade du Canada, Section des affaires commerciales, ul.

Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne

Tél. : (48-22) 584-3355

Télé. : (48-22) 584-3195

Courriel : arkadiusz.wysocki@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/pl>

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

La production du secteur tchèque de la construction continue de croître rapidement. En 2001, un taux de croissance de 11 % d'une année sur l'autre a été attribué à la croissance de 15,8 % des investissements

dans le domaine des transports et des projets de mise en valeur. C'est aux entreprises d'infrastructure et de génie que l'on attribue le gros de la croissance, tout comme aux entreprises de construction. Les travaux de construction exportés ont crû de 30,5 % entre mars 2000 et mars 2001, grâce à un grand nombre de projets d'infrastructure, en particulier des projets de voies ferrées et de routes de contournement des villes. L'afflux d'investisseurs étrangers s'est accéléré et a atteint un sommet de 5,1 milliards de dollars américains en 1999. Plus de 25 % de cette somme (ou 1,6 milliard de dollars américains) ont été investis dans la construction de nouveaux centres commerciaux, de chaînes de supermarchés et d'hypermarchés. Cette entrée d'investissements étrangers directs devrait se poursuivre en 2002. Pour résorber la pénurie de logements, le gouvernement appuie le secteur de l'habitation en offrant des incitatifs à l'investissement dans la construction résidentielle, par exemple le Fonds de l'habitation, qui prévoit des programmes de soutien financier pour les municipalités. Les associations d'épargne immobilière, les prêts hypothécaires, les prêts sans intérêt et la réparation ou la reconstruction des vieilles maisons en panneaux préfabriqués sont de la plus haute importance. De plus, en 2001, les banques ont offert un prêt hypothécaire abordable à 4,5 %.

Les secteurs clés de la croissance sont la construction de chaînes de supermarchés et de centres commerciaux, de résidences familiales, la reconstruction et la rénovation d'anciennes maisons en panneaux préfabriqués et les matériaux de construction en bois

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Il est absolument essentiel de compter sur un partenaire local pour se familiariser avec les pratiques commerciales tchèques, les caractéristiques du marché et les stratégies efficaces sur le plan local ainsi qu'avec les aspects juridiques et financiers, et les procédures d'importation. Les investissements canadiens ont surtout été présents par le biais du Four Seasons Group, qui a ouvert un hôtel en février 2001, et de TrizecHahn (TriGranit), qui a achevé la construction de centres commerciaux et de complexes polyvalents en Slovaquie et en République tchèque.

Principaux concurrents

Les grandes entreprises de construction incluent Skanska (qui a acquis IPS), Stavby silnic a zeleznic (SSZ), Metrostav, ZS Brno et Vodni stavby Bohemia (VSB). La capitalisation boursière de ces entreprises représente plus de 50 % du marché de la construction.

Autres sources d'information

Agence Czech Invest : <http://www.czechinvest.org>

Agence Czech Trade : <http://www.czechtrade.cz>

Ministère de l'Industrie et du Commerce : <http://www.mpostav.cz>

ABF — Fondation pour le développement de l'architecture et de la construction : <http://www.abf.cz>

IKAS — Bureau d'information sur la construction : courriel : ikas@ikas-praha.cz

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Jitka Hoskova, agente de commerce

Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque

Tél. : (420-2) 7210-1800

Télé. : (40-2) 7210-1894

Courriel : jitka.hoskova@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

SLOVAQUIE

En 2001, le volume total de la construction représente, selon les estimations, une somme de 3,5 à 3,7 milliards de dollars canadiens. La construction neuve se répartit entre les bâtiments autres que résidentiels ou industriels (36 %), les travaux de génie civil (28 %), la construction industrielle non résidentielle (18 %), la construction résidentielle (15 %) et les ouvrages de technologie hydraulique (3 %). Chaque année, la Slovaquie exporte 2 milliards de dollars canadiens en matériaux de maçonnerie et de béton (mortiers et produits de fibro-ciment, céramique de construction, matériaux retardateurs d'incandescence et éléments préfabriqués en silicates). Les importations de matériaux de construction se chiffrent annuellement à 1,4 milliard de dollars canadiens (briques, céramique de construction, pierre, accessoires et produits du bois). Les importations en provenance du Canada sont principalement constituées de matériaux pour toitures, de matériaux d'imperméabilisation et d'installations de prévention des incendies et de sécurité. Les bâtiments non résidentiels et industriels font appel à des techniques et matériaux de construction semblables à ceux du Canada. Cependant, pour les résidences familiales, les Slovaques préfèrent les maisons de maçonnerie ou celles construites en matériaux préfabriqués à base de silicates, moins coûteuses que les maisons préfabriquées ou à ossature de bois importées de type canadien. Ces dernières ne représentent que 3 % du marché d'importation; le prix des maisons préfabriquées canadiennes, le fret transatlantique et la pénurie de travailleurs locaux maîtrisant les techniques nécessaires semblent les mettre hors de portée. Les exportateurs canadiens connaissent davantage de succès s'ils importent des pièces et matériaux de maisons préfabriquées et tirent parti de la main-d'œuvre et des matériaux locaux à coût modique, ce qui réduit aussi les frais de transport.

En raison de la pénurie de logements, que les observateurs évaluent à un nombre se situant entre 150 000 et 200 000 unités, le gouvernement, de concert avec les banques du secteur privé, a mis sur pied des programmes d'épargne-logement subventionnés ainsi que des actes et prêts hypothécaires bonifiés pour les particuliers et des subventions directes pour les municipalités grâce au Fonds de développement du logement de l'État. Étant donné que la plupart des logements construits seront des appartements en béton dont la valeur variera entre 600 millions et 1 milliard de dollars canadiens, le Canada est bien placé pour offrir des technologies de pointe et concurrentielles du point de vue des prix. Il existe également des débouchés pour l'exportation de matériaux ainsi que pour la création de coentreprises de construction de maisons individuelles.

La construction d'infrastructure est visible car, depuis 2001, la Slovaquie a investi 320 millions de dollars canadiens, soit 31 % de plus qu'en 2000, dans la construction d'autoroutes à quatre voies, de tunnels et de ponts. De plus, la reconstruction du corridor ferroviaire européen à travers la Slovaquie (de Bratislava à la frontière polonaise), un projet de 55 millions de dollars canadiens, a commencé en 2001 par des travaux de 23 millions de dollars canadiens. Ces projets en ont engendré d'autres, plus petits, qui ont été conçus et financés par les municipalités. Cependant, on ne prévoit pas d'activités de construction importantes telles que des aéroports, des barrages ou des pipelines transitoires pour 2002.

Bien que la construction de bâtiments non résidentiels et industriels soit presque au point mort en raison de restrictions budgétaires, les perspectives sont favorables pour la construction industrielle. Le volume des investissements étrangers en Slovaquie a connu une forte croissance depuis 1999, et de nombreux projets d'investissements en installations entièrement nouvelles ou en remise en valeur de friches industrielles ont débuté tandis que d'autres sont à l'étude. Les entreprises qui projettent de construire de nouvelles usines ou d'agrandir celles qu'elles possèdent incluent Volkswagen, Whirlpool, Siemens et U.S. Steel. Des parcs industriels créés récemment offrent de nombreuses mesures incitatives aux petits investisseurs étrangers qui souhaitent s'implanter pour produire. La construction d'hypermarchés et de grands centres commerciaux par des chaînes internationales (p. ex. Tesco, Carrefour, Billa et Metro) est en plein essor. Les entreprises canadiennes peuvent donc exporter des technologies de construction destinées aux bâtiments commerciaux et industriels, des matériaux ainsi que des installations comme les systèmes de prévention des incendies et de sécurité.

Principaux concurrents

Si on les classe selon leur bénéfice net de 2000, les plus grandes entreprises de construction sont Hydrostav, Doprastav, Vahostav, Inzinierske stavby – Kosice, ZIPP et Sibamac. À l'heure actuelle, 26 % des sociétés comptent plus de 500 employés et 38 %, plus de 20.

Autres sources d'information

SARIO — Agence slovaque de l'investissement étranger : <http://www.sario.sk>

Ministère de la Construction et du Développement régional : <http://www.build.gov.sk>

Association des sociétés de construction de Slovaquie : <http://www.zsps.sk>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Milan Harustiak, agent de commerce

Ambassade du Canada, Misikova 28/D, 811 06 Bratislava, Slovaquie

Tél. : (421-2) 5244-2175

Télé. : (421-2) 5249-9995

Courriel : harustiak@canemb.sk

Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

INDUSTRIE AUTOMOBILE

HONGRIE

L'industrie de l'automobile, y compris la fabrication d'automobiles et de pièces, offre d'excellents débouchés. En 2000, le secteur de la fabrication a représenté 77 % de la production industrielle brute, 57 % des ventes intérieures et 94 % des exportations industrielles. La production de ce secteur a augmenté de 18 % en 2000. En raison de l'arrivée des sociétés multinationales dans les industries de l'automobile et des pièces, et de leurs investissements à grande échelle dans les usines et le matériel, l'industrie a connu un développement rapide dans le but de servir le marché européen, en particulier afin de l'approvisionner en pièces électriques pour véhicules. De grandes entreprises dont Visteon, General Motors/Opel, Audi, Suzuki et Lear Automotive ont investi massivement dans l'assemblage de véhicules et/ou la fabrication de composantes. Linamar Corp., établie en Ontario, qui s'est implantée sur le marché hongrois par l'achat d'une participation majoritaire dans une société hongroise, Mezogep, est en activité depuis un certain nombre d'années. Récemment, Westcast Industries Inc. de Brantford (Ontario), a fait un investissement en installations nouvelles et a créé une société en Hongrie, Weslin Ltd., par le biais d'une coentreprise avec Linamar. L'usine fabriquera des collecteurs d'échappement en fonte ainsi que des moulages de fonte apparentés pour le marché européen de l'automobile.

La Hongrie a offert à ces fabricants des avantages importants dont une main-d'œuvre qualifiée aux salaires relativement peu élevés, un réseau de fournisseurs de pièces d'automobile en expansion constante, une économie stable et un emplacement des plus avantageux. Ces sociétés accroissent leurs activités, intensifient la fabrication et tentent d'utiliser une plus grande proportion de composantes hongroises. Le gouvernement de Hongrie a ciblé l'augmentation de l'investissement dans ce secteur comme un objectif de première importance. Afin de tirer parti de ce potentiel, une mission commer-

ciale de l'Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada se rendra en Europe centrale au printemps 2002. Les entreprises canadiennes qui souhaitent être actives dans ce secteur sont invitées à y participer.

Principaux salons : <http://www.hungexpo.hu>

Budapest Motor Show —
Foire commerciale internationale de l'industrie automobile
Du 21 au 24 mars 2002

SPEDEXPO — Foire commerciale du transport et du camionnage
Du 12 au 14 juin 2002

Automobil 2002—Autotechnics —
Exposition internationale de l'automobile de Budapest
Du 2 au 6 octobre 2002

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Krisztina Molnar, agente de commerce
Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 392-3360/3502
Télé. : (36-1) 392-3395
Courriel : krisztina.molnar@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.kanada.hu>

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Près de 40 % des 100 principaux fournisseurs de composantes d'automobile en Europe ont des installations de fabrication ou d'assemblage en République tchèque, car le producteur de voitures dont le volume est le plus élevé est établi dans la région. La logistique et les liaisons avec le réseau autoroutier européen sont excellentes et des antécédents positifs ont été établis au chapitre de la R-D et de la qualité de la production. Au total, environ 120 sociétés de composantes d'automobiles détenues par des intérêts étrangers sont maintenant en activité et de plus en plus visibles dans la structure industrielle régénérée du pays. Škoda Auto, qui appartient à Volkswagen, est la plus importante entreprise industrielle tchèque; elle est à l'origine de près de 10 % des exportations du pays. Les fournisseurs de l'industrie automobile établis en République tchèque sont situés près d'importants fabricants d'automobiles en Allemagne, Pologne, Slovaquie et Hongrie, mais peuvent également approvisionner des marchés comme la France et l'Espagne dans des délais s'apparentant au juste-à-temps. Les fournisseurs installés dans le pays exportent leurs produits chez Ford, VW, Audi, Mercedes, BMW, Opel, Volvo, Seat, Mitsubishi, Toyota, Jaguar, Chrysler, Suzuki, Honda, Nissan, PSA, Renault, Fiat et Saab ainsi que pour la chaîne de production de MCC/Smart. Les nouveaux investisseurs sont maintenant admissibles à une panoplie de mesures incitatives d'après la taille et les retombées économiques de leur investissement. La République tchèque arrive au troisième rang pour

ce qui est de la capacité de production d'automobiles dans la région, après la Russie et la Pologne.

Le secteur tchèque des camions et des véhicules commerciaux est lui aussi en pleine restructuration. Avia, manufacturier de camions légers, a pour actionnaire majoritaire Daewoo. Karosa, le fabricant d'autobus autrefois monopoleur, a été acquis par RVI (Renault) et fait désormais partie du Groupe Iris, la coentreprise de Renault avec Iveco (Fiat). La liste des investisseurs présents dans le secteur de l'automobile inclut les premiers sous-traitants comptant de nombreuses filiales de production (dont certaines sont détenues en coentreprise) : Bosch (4), Continental (4), Hayes-Lemmerz (3), Hella (3), Invensys (3), Johnson Controls (4), Magna International (2), Mannesmann (3), Saint-Gobain (2), Siemens (6), TRW (5) et Woco (3).

Les compétences tchèques en R-D sont bien connues des autres investisseurs étrangers. Les entreprises multinationales, dont Motorola, Rockwell, Honeywell, Boeing, Vitatron (filiale de Medtronic), Visteon, Arrow International et Thermo King ont des centres de recherche en République tchèque ou accordent des contrats à des entreprises locales pour qu'elles réalisent de la recherche pure ou du développement de logiciels.

MARCHÉ SECONDAIRE DE L'AUTOMOBILE EN POLOGNE

L'ambassade du Canada à Varsovie a récemment commandé une étude de marché qu'il est possible de se procurer sur le Web à l'adresse <http://www.dfait-maeci.gc.ca/warsaw>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Martina Taxova, agente de commerce
Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6,
République tchèque
Tél. : (420-2) 7210-1800
Télé. : (420-2) 7210-1894
Courriel : martina.taxova@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

VOS PERSONNES-RESSOURCES EN HONGRIE, EN SLOVÉNIE, EN CROATIE ET EN BOSNIE-HERZÉGOVINE

Pour les questions commerciales, ces pays sont couverts par l'ambassade du Canada à Budapest. Les personnes qui ont besoin d'information sur certains secteurs ou d'aide de la Section des affaires commerciales afin de choisir le meilleur marché pour leurs produits et leurs services, élaborer une stratégie d'exportation efficace, repérer des contacts clés ou obtenir de l'information sur les sociétés locales et la conformité aux exigences juridiques et réglementaires, peuvent consulter notre site Web à l'adresse <http://www.kanada.hu> ou communiquer avec :

L'ambassade du Canada en Hongrie
M. Larry Duffield, délégué commercial principal
Zugligeti út 51-53
1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 392-3360
Télé. : (36-1) 392-3395
Courriel : bpest-td@dfait-maeci.gc.ca

L'ambassade du Canada en Croatie
M^{me} Synthia Dodig, agente de commerce
Prilaz Gjuro Dezelica 4
10000 Zagreb, Croatie
Tél. : (385-1) 4881-212
Télé. : (385-1) 4881-230
Courriel : synthia.dodig@dfait-maeci.gc.ca

PROGRAMME RENAISSANCE EUROPE DE L'EST

Les entreprises canadiennes qui envisagent d'investir ou de participer à des projets d'immobilisations en Europe centrale et de l'Est peuvent bénéficier du programme Renaissance Europe de l'Est, une initiative de subventions de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), qui contribue à réduire les frais et les risques associés à la conduite d'affaires dans la région. L'ACDI couvre jusqu'à 50 % des dépenses admissibles pour les entreprises qui veulent réaliser une étude de viabilité commerciale lorsqu'elles analysent une possibilité d'investissement (contribution maximale : 100 000 \$CAN), ainsi qu'un maximum de 50 % des frais de formation du personnel local une fois qu'elles ont décidé de passer à l'action (contribution maximale : 250 000 \$CAN). Les dépenses admissibles incluent les frais de déplacement, les salaires et les honoraires professionnels. Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Marco Domasio, gestionnaire de programme
Renaissance Europe de l'Est, ACDI
200, promenade du Portage, Hull (Québec) K1A 0G4
Tél. : (819) 997-7159
Télé. : (819) 994-1208
Courriel : marco_domasio@acdi-cida.gc.ca
Site Web : <http://www.acdi-cida.gc.ca/Programme-REE>

PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET SOINS DE SANTÉ

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Depuis 1990, de nombreuses sociétés internationales ont entrepris des activités en République tchèque. Bien que la société tchèque Leciva (dont la part de marché est de 11 %) et Slovafarma, de la Slovaquie voisine, soient encore les sociétés qui jouent le rôle le plus important sur le marché des produits pharmaceutiques, la part des grandes sociétés internationales ne cesse de croître. IVAX, des États-Unis, possède Galena; Ferring a acquis une participation dans Leciva; VUAB a été privatisée par ICN Pharmaceuticals; et Lachema a obtenu un partenaire stratégique de Croatie, Pliva.

L'équipement médical est produit par 40 fabricants nationaux qui demeurent concurrentiels dans le matériel de stérilisation, les appareils de radiographie dentaire, les lits d'hôpital, les instruments chirurgicaux et dentaires, les tables de chirurgie et de gynécologie, les greffons osseux, les trousseaux de perfusion et de transfusion, les cathéters, les matériaux de suture et les gants. Cependant, le marché

est ouvert aux produits et au matériel importés perfectionnés ou peu coûteux. On procède régulièrement à l'importation de grandes quantités de seringues, d'aiguilles, de cathéters et de matériel électrique de diagnostic. Bien que 80 % des appareils de radiographie et des irradiateurs des installations médicales tchèques soient de fabrication locale, on importe maintenant ce type de produits et cette tendance va se poursuivre en raison de la capacité de production réduite d'appareils de radiographie sur le marché local.

Les importations de produits pharmaceutiques ont augmenté depuis la libéralisation du commerce international. En 1999, la valeur des importations s'est établie à 1 milliard de dollars canadiens. L'industrie pharmaceutique produit surtout des médicaments génériques. Les médicaments brevetés, qui sont fabriqués par des entreprises pharmaceutiques de l'UE, du Japon et des États-Unis, sont importés, et on s'attend à ce que ces importations augmentent. Les sociétés canadiennes les plus prospères en République tchèque sont Apotex et l'Institut

CAFÉ SELENA : SÉDUIRE LA POLOGNE, UNE TASSE À LA FOIS

Après s'être imposée comme leader au chapitre de la part de marché en République tchèque, Café Selena a fait son entrée sur le marché polonais le 1^{er} janvier 2001. L'entreprise a effectué d'importants investissements et offre du matériel de préparation du café à la fine pointe, une gamme impressionnante de mélanges de haute qualité, 20 ans d'expérience dans le domaine et le soutien du groupe A.L. Van Houtte au Canada. « Le plus difficile a été de mettre sur pied la société et d'obtenir tous les permis et homologations nécessaires pour mener nos activités. La paperasse prend beaucoup de temps et est inutilement compliquée. Le nombre de formalités administratives est parfois décourageant. C'est pour cela qu'il faut demeurer centré sur l'objectif : franchir les étapes nécessaires pour approvisionner ce marché de 40 millions de personnes, qui connaît une croissance rapide. Il n'y a pas de doute : cela vaut la peine de faire des affaires dans ce pays », dit Mark Zicha, directeur général, qui ajoute : « J'ai trouvé particulièrement utile d'avoir sur place quelqu'un qui défend nos intérêts en Pologne. Par exemple, quand l'administration sanitaire polonaise a menacé de refuser d'homologuer notre produit de chocolat canadien, l'ambassade du Canada a immédiatement offert de nous aider et a rassemblé des renseignements qui ont éclairci la situation pour nous ainsi que pour les autorités, à qui l'ambassade a exposé ses vues. » En outre, les tarifs d'hôtel négociés par l'ambassade à Varsovie ont permis à M. Zicha d'économiser 2 000 \$ en un an. Les gens d'affaires canadiens peuvent bénéficier de ces tarifs en consultant la section Renseignements pour les visites du site Web de l'ambassade. Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Mark Zicha, directeur général, Café Selena
Tél. : (48-22) 334-5471
Télé. : (48-22) 334-5470
Courriel : zicha@selen.cz
Site Web : <http://www.europe-selena.com>

Rosell-Lallemand Inc. Les vitamines, les minéraux, les produits naturels et les compléments alimentaires sont importés des sociétés canadiennes Swiss Natural Sources, Profitness et Trophic. Les besoins à long terme rendent le secteur du matériel médical prometteur pour les fabricants tchèques et étrangers. Les importations connaissent encore une légère croissance. En 2000, elles ont atteint 335 millions de dollars canadiens. Les instruments médicaux, chirurgicaux et stomatologiques représentent environ 55 % des importations. Ils sont suivis par les appareils orthopédiques (26 %) et les machines à rayons X et autres appareils émettant des rayonnements (12 %). Le fournisseur canadien qui connaît les meilleurs résultats est Nordion.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Tous les produits pharmaceutiques sont soumis à une procédure d'homologation avant d'être mis en vente, et tous les médicaments dont la mise en marché est autorisée sont soumis à un contrôle des prix selon le régime du prix maximal. On projette de déréglementer les prix des médicaments en vente libre et de remplacer le régime du prix maximal par des prix de référence d'ici deux ans. Il est essentiel d'avoir un partenaire local, et de nombreuses sociétés internationales ont créé des coentreprises. La méthode de distribution la plus courante pour les sociétés étrangères consiste à recourir aux services de distributeurs à grande échelle qui bénéficient de relations commerciales et de réseaux de distribution établis. Les distributeurs aident les exportateurs à peaufiner leurs stratégies de commercialisation et leurs produits en fonction des besoins et des préférences du marché local. Ils se chargent aussi des négociations avec l'administration d'État. De plus, les représentants sur place peuvent aider les sociétés étrangères à surmonter les barrières culturelles et linguistiques, et se retrouver dans les pratiques commerciales et les normes locales. Les représentants sur place ont également des contacts établis en Slovaquie.

BELL HELICOPTER TEXTRON

Bell Helicopter Textron, premier producteur mondial d'aéronefs à voilure tournante, est très actif sur le marché tchèque de l'aérospatiale depuis le début des années 1990. Bell a constaté qu'une importante représentation locale était nécessaire pour maintenir un contact étroit avec sa division des hélicoptères commerciaux de Mirabel, au nord de Montréal. De 1990 à 2000, Bell a produit au Canada et livré quatre appareils 412 HP et cinq hélicoptères de modèle 206. Les principaux clients sont la police tchèque et Alfa Helikopter Co. Récemment, un 412 EP est venu s'ajouter à ces ventes. Bell est aussi sur le point de livrer un autre 427 à Alfa, qui s'en servira pour fournir des services médicaux d'urgence. Si la police tchèque lance un appel d'offres pour de nouveaux hélicoptères en 2002, Bell est prêt à offrir huit appareils neufs. L'engagement sérieux de Bell envers le marché commercial est démontré par le travail de mise au point et le soutien fournis par le siège social canadien. L'application d'une technologie de pointe grâce à l'ingénierie de précision canadienne et la fabrication de haute qualité ont fait de Bell l'un des chefs de file internationaux du marché de l'aérospatiale. Une représentation dynamique, clé du succès pour toutes les sociétés étrangères, s'est traduite en ventes substantielles.

Principaux concurrents

Les médicaments sont principalement importés d'Europe de l'Ouest. La société suisse Novartis arrive au troisième rang des dépositaires (après les sociétés locales Leciva et Slovafarma, de Slovaquie). Elle est suivie de Sanofi-Synthelabo, de la société pharmaceutique slovène KRKA, de Bristol Myers Squibb, Schering, Jansen Cilag, HoechstMarion Roussel et de Roche. Les autres entreprises internationales importantes sont Knoll, Pharmacia, Upjohn, Lek, Merck, Apotex et Bayer.

Les principales sources d'importation de matériel médical sont l'Allemagne (16 %) et les États-Unis (17 %). Pour les appareils de radiographie, les systèmes d'imagerie, les tomodynamomètres et les sonographes, les plus importants fournisseurs sont Toshiba (États-Unis), Philips (États-Unis) et Olympus (Japon), suivis de Fisher Imaging Corporation (États-Unis) et AFT Imaging Corporation (États-Unis).

Les appareils médicaux, chirurgicaux et stomatologiques sont surtout importés de Philips (États-Unis). Le principal exportateur allemand est Siemens, qui produit des appareils à rayons X, des systèmes de succion et des appareils de mammographie.

Autres sources d'information

Confédération de l'industrie de la République tchèque : <http://www.spcr.cz>

Plus important salon de l'équipement médical : <http://www.bvv.cz/mefa>

Information médicale : <http://www.medicub.cz>

Information médicale : <http://www.medical.cz>

Base de données de fournisseurs d'équipement médical : <http://www.medicainfo.cz>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Iлона Boldova, agente de commerce

Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque

Tél. : (420-2) 7210-1864

Télé. : (420-2) 7210-1894

Courriel : ilona.boldova@dfait-maeci.gc.ca

Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>




LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Vous faites des affaires à l'étranger ?

Vous avez étudié et ciblé un marché étranger. Vous voulez maintenant obtenir une liste de personnes-ressources clés dans votre marché-cible : des acheteurs potentiels, des distributeurs ou des consultants. Nous pouvons vous aider. Nous sommes 500 professionnels du commerce présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde. Nous vous fournirons une liste de personnes-ressources qualifiées. Nous sommes le Service des délégués commerciaux du Canada : au service des entreprises canadiennes à l'étranger.

Accédez à notre réseau de professionnels de www.infoexport.gc.ca

 Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

L'AVANTAGE EUROPE

annuelle des importations de produits canadiens est passée de 10 à moins de 3 millions d'euros (environ 14 millions de dollars canadiens).

Toutefois, le nouveau portail d'accès internet de la Délégation générale pour l'armement (DGA) [www.ixarm.com]

La fabrication et l'intégration au Canada d'une partie de ces équipements ont fait l'objet d'accords de coopération et de commercialisation à l'exportation, dont les retombées industrielles au bénéfice des firmes canadiennes s'élèvent globalement depuis 1993 à plus de

EUROSATORY 2002

permet dorénavant aux fournisseurs d'obtenir des informations pratiques dont la consultation offrira à terme une meilleure connaissance des besoins français et des appels d'offres à venir, avec l'option de faire parvenir des propositions non sollicitées. Actuellement, des programmes de défense réalisés en coopération européenne, tels que l'A400M de transport militaire ou le programme de missile Meteor, pourraient offrir aux industriels canadiens de nouveaux débouchés de sous-traitance d'aérostructures, pour des offres dont la compétitivité devra être évaluée par les gestionnaires de l'OCCAR, le nouvel organisme d'achat d'armement européen qui s'occupe de ces programmes.

Il faut également citer les programmes de développement industriel franco-canadiens portant sur la production de missiles antibunker/antichar Eryx, de systèmes d'artillerie de 105 mm et de leurs munitions, de systèmes d'information et de commandement SICF équipant dorénavant les forces armées canadiennes et françaises, auxquels s'ajoute la fourniture prochaine de casques balistiques pour l'infanterie canadienne.

100 millions d'euros (environ 140 millions de dollars canadiens).

Pour plus de renseignements sur ce secteur, communiquer avec :

- M. Guy Ladequis, délégué commercial (aéronautique et défense), ambassade du Canada en France, tél. : (011-33-1) 44.43.23.59, téléc. : (011-33-1) 44.43.29.98
- M. Charles Hall, Industrie Canada, tél. : (613) 952-2433, téléc. : (613) 998-6703
- M^{me} Anne Healey, AIDC, tél. : (613) 235-5337, téléc. : (613) 235-0784, courriel : cdia@cyberus.ca

Pour plus de renseignements sur EUROSATORY 2002, consulter le site des organisateurs du salon : www.eurosatory.com

Pour s'inscrire au pavillon du Canada à EUROSATORY 2002, communiquer avec :

- M^{me} Elisabeth Veauvy-Charon, Promosalons Canada-Montréal, tél. : (514) 861-5668, téléc. : (514) 861-7926, courriel : info@promosalons.com
- M^{me} Alison Cousland, Promosalons Canada-Toronto, tél. : (416) 929-2562, téléc. : (416) 929-2564, courriel : acusland@promosalons.com

itannique aux É.-U.

les distributeurs et les détaillants des États-Unis.»

M. Combret termine en ces mots : « Nous utilisons le terme français 'terroir' pour décrire le goût et l'origine d'un vin. Le terroir correspond à une combinaison de caractéristiques qui donnent au vin son identité propre. À cela s'ajoutent une commercialisation soignée et la

patience, touches finales à ce produit inestimable. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Olivier Combret, propriétaire, Domaine Combret, tél. : (250) 498-6966, sans frais : 1-866-TERROIR, téléc. : (250) 498-8879, courriel : info@combretwine.com internet : www.combretwine.com

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Carrefour États-Unis ».)

CAFÉ SELENA : SÉDUIRE LA POLOGNE, UNE TASSE À LA FOIS

Après s'être imposée comme leader au chapitre de la part de marché en République tchèque, Café Selena a fait son entrée sur le marché polonais le 1^{er} janvier 2001. L'entreprise a effectué d'importants investissements et offre du matériel de préparation du café à la fine pointe, une gamme impressionnante de mélanges de haute qualité, 20 ans d'expérience dans le domaine et le soutien du groupe A.L. Van Houtte au Canada. « Le plus difficile a été de mettre sur pied la société et d'obtenir tous les permis et homologations nécessaires pour mener nos activités. La paperasse prend beaucoup de temps et est inutilement compliquée. Le nombre de formalités administratives est parfois décourageant. C'est pour cela qu'il faut demeurer centré sur l'objectif : franchir les étapes nécessaires pour approvisionner ce marché de 40 millions de personnes, qui connaît une croissance rapide. Il n'y a pas de doute : cela vaut la peine de faire des affaires dans ce pays », dit Mark Zicha, directeur général, qui ajoute : « J'ai trouvé particulièrement utile d'avoir sur place quelqu'un qui défende nos intérêts en Pologne. Par exemple, quand l'administration sanitaire polonaise a menacé de refuser d'homologuer notre produit de chocolat canadien, l'ambassade du Canada a immédiatement offert de nous aider et a rassemblé des renseignements qui ont éclairci la situation pour nous ainsi que pour les autorités, à qui l'ambassade a exposé ses vues. » En outre, les tarifs d'hôtel négociés par l'ambassade à Varsovie ont permis à M. Zicha d'économiser 2 000 \$ en un an. Les gens d'affaires canadiens peuvent bénéficier de ces tarifs en consultant la section Renseignements pour les visites du site Web de l'ambassade. Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Mark Zicha, directeur général, Café Selena
Tél. : (48-22) 334-5471
Télé. : (48-22) 334-5470
Courriel : zicha@selenaz.com
Site Web : <http://www.europe-selena.com>

Rosell-Lallemand Inc. Les vitamines, les minéraux, les produits naturels et les compléments alimentaires sont importés des sociétés canadiennes Swiss Natural Sources, Profitness et Trophic. Les besoins à long terme rendent le secteur du matériel médical prometteur pour les fabricants tchèques et étrangers. Les importations connaissent encore une légère croissance. En 2000, elles ont atteint 335 millions de dollars canadiens. Les instruments médicaux, chirurgicaux et stomatologiques représentent environ 55 % des importations. Ils sont suivis par les appareils orthopédiques (26 %) et les machines à rayons X et autres appareils émettant des rayonnements (12 %). Le fournisseur canadien qui connaît les meilleurs résultats est Nordion.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Tous les produits pharmaceutiques sont soumis à une procédure d'homologation avant d'être mis en vente, et tous les médicaments dont la mise en marché est autorisée sont soumis à un contrôle des prix selon le régime du prix maximal. On projette de déréglementer les prix des médicaments en vente libre et de remplacer le régime du prix maximal par des prix de référence d'ici deux ans. Il est essentiel d'avoir un partenaire local, et de nombreuses sociétés internationales ont créé des coentreprises. La méthode de distribution la plus courante pour les sociétés étrangères consiste à recourir aux services de distributeurs à grande échelle qui bénéficient de relations commerciales et de réseaux de distribution établis. Les distributeurs aident les exportateurs à peaufiner leurs stratégies de commercialisation et leurs produits en fonction des besoins et des préférences du marché local. Ils se chargent aussi des négociations avec l'administration d'État. De plus, les représentants sur place peuvent aider les sociétés étrangères à surmonter les barrières culturelles et linguistiques, et se retrouver dans les pratiques commerciales et les normes locales. Les représentants sur place ont également des contacts établis en Slovaquie.

BELL HELICOPTER TEXTRON

Bell Helicopter Textron, premier producteur mondial du marché tchèque de l'aérospatiale depuis le début de la représentation locale était nécessaire pour maintenir les appareils 412 HP et cinq hélicoptères de modèle 20 Helikopter Co. Récemment, un 412 EP est venu s'ajouter à un autre 427 à Alfa, qui s'en servira pour fournir de nouveaux appareils. L'engagement sérieux de Bell envers le marché tchèque et le soutien fournis par le siège social canadien. L'ingénierie de précision canadienne et la fabrication internationale du marché de l'aérospatiale. Un des facteurs clés de succès des sociétés étrangères, s'est traduite en ventes sub-

stomatologiques sont surtout des systèmes de succion

Autres sources d'information
Confédération de l'industrie
Plus important salon de l'équipement médical : <http://www.medica.com>
Information médicale : <http://www.medica.com>
Base de données de fournisseurs

Pour plus de renseignements
M^{me} Ilona Boldova, agente commerciale
Ambassade du Canada à Prague
République tchèque
Tél. : (420-2) 7210-1111
Télé. : (420-2) 7210-1111
Courriel : ilona.boldova@diplomacy.cz
Site Web : <http://www.embassy.ca>

Pr
Les
d'E
au
loc
sui
tiq
Jan
aut
Kno

Les
mé
(17
sys
son
Tos
(Ja
(Éta

Les aj



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

24 heures par jour

Vous comptez exporter ? Vous avez étudié et ciblé un marché étranger ? Faites appel à nos services, 24 heures par jour. Notre site Web vous donne accès aux services de 500 professionnels du commerce présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde. Vous y trouverez des rapports de marché par pays et par secteur et des liens vers d'autres sites pertinents. Bref, vous aurez accès au Service des délégués commerciaux.

Le Service des délégués commerciaux du Canada : au service des entreprises canadiennes à l'étranger.

www.infoexport.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

— Suite de la page 1

et les 500 décideurs politiques et militaires des 113 délégations officielles.

Pour la circonstance, l'Équipe commerciale Canada, composée de représentants d'Industrie Canada, de l'Association des industries de défense canadiennes (AIDC) ainsi que des Services commerciaux de l'ambassade du Canada en France, coordonnera et animera une fois de plus un stand d'exposition mettant en valeur les compétences des industries de défense canadiennes et les PME spécialisées de ce secteur qui cherchent des débouchés sur ce marché.

Une gamme de produits et de services canadiens sera exposée à ce salon, notamment des munitions d'entraînement, des chenilles en caoutchouc industriel pour véhicules blindés, des conteneurs spéciaux, des procédés et des services de décontamination nucléaire, biologique et chimique, des thermogénérateurs et des tableaux interactifs.

Par ailleurs, un événement officiel de partenariat auquel seront conviés plus de 300 acheteurs et décideurs européens permettra aux participants canadiens de développer leurs réseaux de contacts internationaux et de renforcer leurs intérêts commerciaux.

Le Canada et le marché français de l'armement

Bien que le chiffre d'achats d'armes par la France s'élève à près de 4 milliards d'euros (environ 5,60 milliards de dollars canadiens) chaque année, force est de constater que les importations directes de matériels de défense canadiens sur le marché français sont minimales jusqu'à présent et restent tributaires du contexte de réduction des dépenses d'équipements. En effet, depuis cinq ans la moyenne

L'AVANTAGE EUROPE

annuelle des importations de produits canadiens est passée de 10 à moins de 3 millions d'euros (environ 14 millions à 4,20 millions de dollars canadiens).

Toutefois, le nouveau portail d'accès internet de la Délégation générale pour l'armement (DGA) [www.ixarm.com]

EUROSATORY 2002

permet dorénavant aux fournisseurs d'obtenir des informations pratiques dont la consultation offrira à terme une meilleure connaissance des besoins français et des appels d'offres à venir, avec l'option de faire parvenir des propositions non sollicitées. Actuellement, des programmes de défense réalisés en coopération européenne, tels que l'A400M de transport militaire ou le programme de missile Meteor, pourraient offrir aux industriels canadiens de nouveaux débouchés de sous-traitance d'aérostructures, pour des offres dont la compétitivité devra être évaluée par les gestionnaires de l'OCCAR, le nouvel organisme d'achat d'armement européen qui s'occupe de ces programmes.

Il faut également citer les programmes de développement industriel franco-canadiens portant sur la production de missiles antibunker/antichar Eryx, de systèmes d'artillerie de 105 mm et de leurs munitions, de systèmes d'information et de commandement SICF équipant dorénavant les forces armées canadiennes et françaises, auxquels s'ajoute la fourniture prochaine de casques balistiques pour l'infanterie canadienne.

La fabrication et l'intégration au Canada d'une partie de ces équipements ont fait l'objet d'accords de coopération et de commercialisation à l'exportation, dont les retombées industrielles au bénéfice des firmes canadiennes s'élèvent globalement depuis 1993 à plus de

100 millions d'euros (environ 140 millions de dollars canadiens).

Pour plus de renseignements sur ce secteur, communiquer avec :

- M. Guy Ladequis, délégué commercial (aéronautique et défense), ambassade du Canada en France, tél. : (011-33-1) 44.43.23.59, téléc. : (011-33-1) 44.43.29.98
- M. Charles Hall, Industrie Canada, tél. : (613) 952-2433, téléc. : (613) 998-6703
- M^{me} Anne Healey, AIDC, tél. : (613) 235-5337, téléc. : (613) 235-0784, courriel : cdia@cyberus.ca

Pour plus de renseignements sur EUROSATORY 2002, consulter le site des organisateurs du salon : www.eurosatory.com

Pour s'inscrire au pavillon du Canada à EUROSATORY 2002, communiquer avec :

- M^{me} Elisabeth Veauvy-Charron, Promosalons Canada-Montréal, tél. : (514) 861-5668, téléc. : (514) 861-7926, courriel : infofr@promosalons.com
- M^{me} Alison Cousland, Promosalons Canada-Toronto, tél. : (416) 929-2562, téléc. : (416) 929-2564, courriel : acousland@promosalons.com

Vin de la Colombie-Britannique aux É.-U.

— Suite de la page 6

seraient en mesure d'approvisionner leurs clients. Or, je crois que la plupart des exploitations viticoles du Canada ont pris suffisamment d'expansion pour pouvoir répondre à cette demande, en offrant des prix et une qualité acceptables pour le consommateur américain. J'estime que les viticulteurs canadiens sont maintenant prêts à desservir les importateurs,

les distributeurs et les détaillants des États-Unis. »

M. Combret termine en ces mots : « Nous utilisons le terme français 'terroir' pour décrire le goût et l'origine d'un vin. Le terroir correspond à une combinaison de caractéristiques qui donnent au vin son identité propre. À cela s'ajoutent une commercialisation soignée et la

patience, touches finales à ce produit inestimable. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Olivier Combret, propriétaire, Domaine Combret, tél. : (250) 498-6966, sans frais : 1-866-TERROIR, téléc. : (250) 498-8879, courriel : info@combretwine.com internet : www.combretwine.com

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Carrefour États-Unis ».)

Dans le passé, quand les jupes se rallongeaient, c'était un signe annonciateur de baisse de l'activité économique mais, dans le Japon moderne, la récession économique s'accompagne d'une hausse de la demande de produits de santé et de cosmétiques. Le centre international des expositions de Tokyo « Big Sight » accueille trois grands salons internationaux consacrés aux produits de beauté et aux aliments et additifs diététiques.

Salons de santé et de beauté au Japon

Beauty World Japan 2002 — 20-22 mai 2002 — C'est le plus grand salon international (www.mesago-messefrankfurt.com/beautyworld/) dans le secteur des cosmétiques et de la beauté au Japon. En 2000, le Japon a importé des cosmétiques d'une valeur de 855 millions de dollars américains, soit une augmentation de 4,4 %. Le marché japonais des cosmétiques de 11,3 milliards de dollars américains est le deuxième plus grand au monde.

conformément aux nouveaux règlements ne sont plus assujettis à une approbation préalable. La déréglementation et l'introduction de nouveaux règlements créent de nouveaux débouchés stimulants pour les fabricants internationaux de cosmétiques, en leur facilitant l'accès au marché japonais.

Beauty World Japan 2001 a rassemblé plus de 400 exposants de 18 pays et attiré près de 40 000 visiteurs du monde entier.



Un comptoir de produits de santé et de beauté au Japon

Malgré le ralentissement économique au Japon, l'intérêt pour les produits cosmétiques ne fait que croître. Les importations de cosmétiques devraient augmenter rapidement, stimulées par la déréglementation récente du secteur. Pour attirer des clients, de nombreux distributeurs commencent à acheter des cosmétiques novateurs directement à des fabricants étrangers.

En avril 2001, des règlements sur les importations calqués sur les normes internationales ont été adoptés pour les cosmétiques. Les produits fabriqués

Le salon de cette année sera plus grand que jamais, car il inclura pour la première fois les produits de soins capillaires, les cosmétiques grand public, les parfums et les articles de toilette. Des ateliers d'exposants et des colloques éducatifs y seront organisés. **Beauty World Japan 2002** sera le point de convergence des produits de santé et de beauté fabriqués au Japon et dans le reste du monde.

Pour obtenir des renseignements sur l'aide financière pour les exposants, joindre le bureau du Programme de développement des marchés d'exportation

(PDME), tél. : 1 888 811-1119, internet : www.infoexport.gc.ca/programs-e.asp

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. James Kim, délégué commercial, direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2974, téléc. : (613) 944-2397, courriel : james.kim@dfait-maeci.gc.ca

International Food Ingredients and Additives Exhibition — 15-17 mai 2002 — Agriculture et Agroalimentaire Canada et le MAECI organisent la participation canadienne à **ifia Japan 2002** (www.ejkrause.com/ifiajapan/about.html), qui est la première manifestation en Asie pour le

secteur des produits et additifs alimentaires. La popularité de ce salon ne fait que croître : les billets aux deux éditions précédentes ont été tous vendus. Le salon de l'année dernière a accueilli 22 000 ingénieurs, techniciens, directeurs et autres professionnels, et plus de 200 entreprises y ont présenté leurs produits.

Pour tenir compte de l'engouement des Japonais pour les nouveaux goûts et régimes alimentaires, **ifia Japan 2002** sera consacré à des thèmes comme les aliments diététiques, les ingrédients fonctionnels, les déchets alimentaires et leur recyclage. Un programme éducatif de niveau mondial est également prévu; animé par des spécialistes mondiaux, il s'adresse non seulement aux acheteurs et technologues qualifiés, mais également à tous les participants qui souhaitent s'informer sur ces sujets.

Health Ingredients Japan — 9-11 octobre 2002 — Le Japon est aujourd'hui le troisième marché mondial pour des produits alimentaires tels que les ingrédients bioactifs, les aliments fonctionnels, les aliments biologiques et les nutraceutiques. Le salon annuel **Health Ingredients Japan (HIJ)** est donc un rendez-vous à ne pas manquer pour le secteur. HIJ, qui est intégré à l'**International Foods Design Show**, a attiré l'an dernier 300 exposants venus de 17 pays et 42 379 visiteurs.

Une aide financière pourrait être octroyée pour couvrir la moitié des frais d'exposition, jusqu'à concurrence de 5 000 \$. **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

Les nutraceutiques, un marché en plein essor

HONG KONG — 14-17 mars 2002 — Participez à la première **conférence internationale sur la modernisation de la médecine chinoise** (www.icc.com.hk/ICMCM) et renseignez-vous sur un marché lucratif, en plein essor, d'une valeur annuelle de 420 millions de dollars, celui des suppléments nutritifs et des nutraceutiques.

Parmi la population vieillissante de Hong Kong, les produits d'amaigrissement, de stimulation du système immunitaire et de croissance capillaire sont de plus en plus en vogue.

Des entreprises de Hong Kong, de la Chine continentale et d'autres pays asiatiques y seront présentes, faisant de cette conférence un lieu idéal pour analyser les débouchés commerciaux dans la région Asie-Pacifique.

Pour plus de renseignements sur l'exposition, communiquer avec DP Expos Services Inc., tél. : (514) 944-8471, téléc. : (514) 876-4217, courriel : info@dpexpos.com internet : www.dpexpos.com

Pour plus de renseignements sur les débouchés commerciaux,

communiquer avec M. Houston Wong, agent commercial (Agriculture et Agroalimentaire Canada), consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7434, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : houston.wong@dfait-maeci.gc.ca

Accession de la Chine à l'OMC Séances d'information pour les exportateurs

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) organise une série de séances d'information dans tout le Canada sur les débouchés commerciaux pour les exportateurs canadiens suite à l'accession de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC). L'ambassadeur du Canada en

Chine, M. Joseph Caron, fera des exposés sur l'accession de la Chine à l'OMC, le 15 février à Toronto, le 21 février à Montréal et le 25 février à Vancouver.

La Direction de la Chine du MAECI annonce également la publication de l'édition 2002 du *Plan d'action commercial pour la Chine et Hong Kong*. Ce document aidera les exportateurs à repérer les débouchés et les difficultés sur le marché chinois. Il sera disponible sur le site internet de la Direction (après le 1^{er} mars 2002), à : www.chinehkplan.actioncommercial.ca

Pour plus de renseignements sur les affaires en Chine, ou pour connaître les horaires des séances, communiquer avec la Direction de la Chine du MAECI, tél. : (613) 996-0905, courriel : pcm@dfait-maeci.gc.ca



ITU TELECOM ASIA 2002

HONG KONG — 2-7 décembre 2002 — Équipe Commerce Canada est en train de recruter pour la 27^e édition de **ITU Telecom Asia 2002**, le premier salon commercial international en Asie pour le secteur des télécommunications, une occasion unique de cette année pour trouver des marchés à l'exportation.

Organisé par le gouvernement de la République populaire de Chine, **ITU Telecom Asia 2002** se déroulera dans le Centre des conférences et des expositions de Hong Kong.

Les activités d'**ITU Telecom** visent à promouvoir les télécommunications internationales comme fer de lance des activités économiques mondiales. **Telecom Asia** a donc pour vocation d'aider les fournisseurs internationaux à conquérir des parts de ce marché des télécommunications qui est le plus dynamique au monde. **Pour plus de détails** sur le succès de **Telecom Asia 2000**, cliquer sur le site internet d'ITU : www.itu.int/ASIA2002 sous la rubrique « 2000 Statistics ».

Cette année, les exposants au pavillon d'Équipe Commerce Canada bénéficieront des programmes et des services suivants :

- gestion complète de la participation au sein d'un groupe, dans un lieu très médiatisé
- conditions spéciales pour le voyage et l'hébergement

- expédition en bloc du matériel d'exposition sur les lieux
- programme commercial organisé par le gouvernement
- Services des délégués commerciaux fournis aux participants admissibles
- financement (pour les entreprises répondant aux critères) dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) (www.infoexport.gc.ca/pemd/menu-f.asp). La date limite pour l'inscription est le **28 février 2002**.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

- UNILINK (organisateur du pavillon), tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528, courriel : dc@unilinkfairs.com
- M. Brian Wong, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7414, courriel : brian.wong@dfait-maeci.gc.ca
- M. Marcel Belec, Direction de la Chine, MAECI, tél. : (613) 995-6962, courriel : marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca
- M. Dale Forbes, Industrie Canada, tél. : (613) 990-9092, courriel : forbes.dale@ic.gc.ca
- M. Eric Barker, Industrie Canada, tél. : (604) 666-1407, courriel : barker.eric@ic.gc.ca
- M^{me} Debbie Kemp, Centre de recherches sur les communications, tél. : (613) 998-4287, courriel : debbie.kemp@rcr.ca



Filiale du Groupe Conseil Nexus inc. en Tunisie

Voilà déjà six mois que le Groupe Conseil Nexus inc. de Sillery (Québec), spécialiste de services d'accompagnement à l'international, a ouvert les portes de sa filiale en Tunisie, une initiative qui a d'ailleurs déjà beaucoup rapporté quant à l'accroissement des demandes de partenariats de part et d'autre.

Lors de l'inauguration, à laquelle assistaient également des représentants de l'administration et de l'industrie tunisienne, l'ambassadeur du Canada en Tunisie, M. Jacques Simard, a insisté sur la volonté des intervenants des deux pays de rehausser les échanges commerciaux et culturels.

« La Tunisie demeure l'un des partenaires privilégiés du Canada en Afrique, a-t-il ajouté. L'ouverture de la filiale du Groupe Conseil Nexus inc. en est une concrétisation. »

Créé au début de 1999, le Groupe Conseil Nexus inc. offre ses services aux

entreprises canadiennes, tant au Québec qu'ailleurs, qui souhaitent bénéficier de nouvelles occasions d'affaires essentielle-ment en Afrique, en Amérique Latine et dans certains pays du Moyen Orient et de l'Europe de l'Ouest. Les services offerts englobent toutes les solutions d'affaires d'un projet à l'international : de l'identifi-



M. Slim Saïdani, président du Groupe Conseil Nexus inc. (à droite), applaudit à l'inauguration de sa filiale à Tunis, en septembre dernier. On voit à gauche M. Claude Pelletier, l'un de ses directeurs de projet, et au centre, l'ambassadeur du Canada en Tunisie, M. Jacques Simard.

cation d'une opportunité jusqu'à la mise en œuvre réelle du projet.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Groupe Conseil Nexus inc. au Canada : tél. : (418) 683-0999, sans frais : 1 877 307-0999, téléc. : (418) 683-2268, courriel : info@groupe-nexus.qc.ca internet : www.groupe-nexus.qc.ca en Tunisie : tél. : (011-216-71) 951-408, téléc. : (011-216-71) 951-369

Les entreprises désirant faire affaires en Tunisie peuvent joindre M. André Landry, agent de pupitre, MAECI, tél. : (613) 944-8288, téléc. : (613) 944-7431, courriel : andre.landry@dfait-maeci.gc.ca ou M. André Potvin, conseiller commercial, ambassade du Canada en Tunisie, tél. : (011-216) 71-796-577, téléc. : (011-216) 71-792-371, courriel : andre.potvin@dfait-maeci.gc.ca

Bell Helicopter Textron en Thaïlande

Bell Helicopter Textron Canada (BHTC) (www.bellhelicopter.textron.com) a conclu une entente d'une valeur de 40 millions de dollars avec la Force aérienne royale thaïlandaise (RTAF - Royal Thai Air Force) pour la vente de deux hélicoptères Bell 412EP. Ces appareils, qui assureront le transport

sûr, fiable et efficace de personnalités de très haut rang (VVIP), seront fabriqués à Mirabel (Québec) et livrés plus tard au cours de l'année.

L'ambassade du Canada et Bell Helicopter ont collaboré étroitement à la réussite de ce projet. M. Andrew McAlister, ambassadeur du Canada en Thaïlande, était présent à la signature de l'entente, le 28 décembre passé, par M. Pong Maneesilpa, commandant en chef MCA de la RTAF, et M. E. James Wilson de Bell Helicopter (Asie), dans les quartiers généraux de la RTAF à Bangkok.



Cérémonie de signature à Bangkok : le commandant en chef MCA de la RTAF, M. Pong Maneesilpa (à gauche), serre la main à M. E. James Wilson, Bell Helicopter (Asie), sous les regards de M. Sean Brady, président de Pac Rim International, et de l'ambassadeur du Canada en Thaïlande, M. Andrew McAlister (extrême droite).

La RTAF utilise les hélicoptères Bell 412 déjà depuis quinze ans. La dernière version de ce modèle, le 412EP, est un hélicoptère d'avant-garde bien établi sur le marché; sa sécurité est éprouvée,

sa fiabilité exceptionnelle et la qualité de son soutien technique réputée. ✪

La CCC — Suite de la page 7

Un contrat plus avantageux du début à la fin

Les professionnels de l'exportation de la CCC possèdent le savoir-faire et l'expérience nécessaires pour conclure des contrats plus avantageux. Qu'ils soient juristes spécialistes des contrats ou négociateurs, spécialistes financiers ou gestionnaires de contrats, nos professionnels fournissent une assistance pratique pour faire en sorte que chaque acquisition réponde aux besoins et aux attentes des acheteurs.

Pour plus de renseignements sur les services de la CCC, consulter notre site internet : www.ccc.ca ou communiquer avec le bureau du Développement des marchés commerciaux, tél. : (613) 992-3082. ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Vente à l'exportation et gestion de contrats ».

Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2002

« Se voir décerner le titre d'entreprise exportatrice de l'année en 2000 a été pour nous un point culminant. Nous n'avons pas manqué d'annoncer la nouvelle à tous nos distributeurs et partenaires, avec qui nous partageons cet honneur. »

M^{me} Nancy Knowlton, présidente de SMART Technologies, Calgary (Alberta) (traduit du magazine *Chatelaine*, octobre 2001)

Les Prix d'excellence à l'exportation canadienne célèbrent la réussite d'entreprises canadiennes sur les marchés étrangers. Le 7 octobre 2002, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, décernera les Prix d'excellence à l'exportation canadienne à un certain nombre d'entreprises choisies par un jury de sélection composé de gens d'affaires éminents venant de tous les coins du Canada. On reconnaît ainsi chez les entreprises canadiennes qui se méritent cet honneur l'augmentation de leurs ventes à l'exportation, l'introduction de nouveaux produits ou services sur les marchés étrangers ou la conquête de nouveaux marchés.

Les finalistes et les lauréats contribuent de façon remarquable à la croissance du Canada, ils créent des emplois pour les

Canadiens et Canadiennes et, ce faisant, ils favorisent le progrès économique et social tant au pays qu'à l'étranger.

Les lauréats pourront arborer le logo des Prix d'excellence à l'exportation dans leur publicité et leur matériel publicitaire pendant les trois ans qui suivent la remise du prix (les récipiendaires précédents ont constaté que ce logo leur apportait une reconnaissance accrue au Canada et à l'étranger). Les lauréats recevront également une formation sur les relations avec les médias et une bande vidéo de 60 secondes sur leur entreprise, produite en vue de la cérémonie de remise des prix, laquelle coïncidera avec le congrès annuel des **Manufacturiers et**

Exportateurs du Canada à Vancouver (Colombie-Britannique).

Pour participer, toute entreprise qui exporte depuis au moins trois ans est invitée à poser sa candidature au site internet www.infoexport.gc.ca/awards-prix. Nous encourageons d'ailleurs les entreprises à présenter leur candidature par courriel. Les entreprises qui n'ont pas accès à l'internet peuvent communiquer avec M^{me} Lucille Latrémouille-Dyett, agente responsable des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, MAECI, tél. : (613) 944-2395.

La date limite pour poser sa candidature est le 31 mars 2002. ✪



La Journée du Canada à Spokane

SPOKANE, WASHINGTON — 10 mai 2002 — La Journée du Canada dans la région continentale du Nord-Ouest est un programme d'échanges commerciaux et culturels organisé par Committee Canada, un organe de International Trade Alliance, et par des organismes canadiens de dévelop-

pement économique. Le programme combine la participation à des colloques informatifs à la possibilité d'établir des contacts et de rencontrer des partenaires d'affaires éventuels canadiens et américains.

Cette activité d'une journée donnera aux participants l'occasion de discuter avec

Export Alliance Construction

MONTRÉAL — 4-5 mars 2002 — Export Alliance Construction (www.wtcmontreal.com/exportalliance) est un événement de réseautage international pour les entreprises et les spécialistes québécois de la construction. Des ateliers et des colloques permettront aux participants d'établir des liens et d'explorer de nouvelles occasions d'affaires avec des acheteurs éventuels des États-Unis, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud, ainsi que d'accroître leurs connaissances en matière d'exportation.

Export Alliance Construction est par-

rainé par le World Trade Centre Montréal, le ministère québécois de l'Industrie et du Commerce et la Société d'habitation du Québec; Industrie Canada et la Société canadienne d'hypothèques et de logement figurent également au nombre des partenaires de cet événement.

Pour plus d'information, communiquer avec M^{me} Julie Bourgoïn, conseillère, World Trade Centre Montréal, tél. : (514) 849-1385 ou 1 877 590-4040 (sans frais au Canada), téléc. : (514) 849-3813, courriel : jbougoïn@wtcmontreal.com ✪

des experts sur divers dossiers concernant le commerce États-Unis-Canada. Les intervenants se pencheront sur des questions commerciales pratiques et techniques, comme la recherche de distributeurs, la sécurité à la frontière, le capital-risque, les coentreprises, les relations bancaires et les chances de succès sur les marchés.

Avant la Journée du Canada, une réception spéciale aura lieu le 9 mai, où seront servis de la bière et du vin canadiens aux participants, ce qui leur donnera une excellente occasion d'établir des contacts dans une ambiance détendue et de faire connaissance avec des représentants de sociétés internationales établies des deux côtés de la frontière.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Rod Johnson, consul et délégué commercial principal, consulat général du Canada à Seattle, tél. : (206) 770-4075, téléc. : (206) 443-9735, courriel : rod.johnson@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada-seattle.org ou International Trade Alliance, tél. : (509) 459-4123. ✪

Interstroiexpo 2002

SAINT-PÉTERSBOURG, RUSSIE — 23-25 avril 2002 — Les entreprises canadiennes sont invitées à la mission d'exploitation des marchés dans le Nord-Ouest de la Russie. Le point saillant de cette mission est un grand congrès et salon commercial du bâtiment, **Interstroiexpo 2002**.

Ce congrès et salon comportera des expositions de conception architecturale, de fenêtres, de portes, de toits, d'équipements de chauffage, ventilation et climatisation et sur l'industrie de la construction en Russie.

Les organisateurs de **Interstroiexpo 2002** ont consacré une journée au Canada et aux produits et aux technologies canadiens de la construction — la Journée de la feuille d'érable (Maple Leaf Day), donnant aux participants canadiens une occasion unique de présenter leurs produits et leurs services à des centaines d'entreprises russes qui sont à la recherche de fournisseurs ou de partenaires. Les Canadiens pourront aussi rencontrer des représentants commerciaux ou administratifs de toutes les régions du Nord-Ouest de la Russie et des pays de l'ancienne Communauté des États indépendants.

FOIRES COMMERCIALES

Saint-Petersbourg est le noyau du Nord-Ouest de la Russie et la deuxième plus grande ville de la Fédération de Russie. Elle tient le rang de chef de file de l'expansion économique, surtout dans le secteur de la construction. Comme elle se prépare à célébrer son 300^e anniversaire, plus de 100 projets de construction sont envisagés pour 2003.

Pour plus de renseignements, joindre M^{me} Margarita Sandal, agente commerciale, courriel : margarita.sandal@dfait-maeci.gc.ca ou M. Andrei Galaev, agent commercial, courriel : andrei.galaev@dfait-maeci.gc.ca consulat général du Canada à Saint-Petersbourg, tél. : (011-7-812) 325-8448, téléc. : (011-7-812) 325-8393, internet : www.infoexport.gc.ca/ru

Changement de dates

LE CAIRE, ÉGYPTE — 3-5 juin 2002 — **Edxpo 2002** — Veuillez prendre note des nouvelles dates de la conférence et exposition sur l'éducation, la formation et le développement professionnel au Moyen-Orient qui devait se dérouler du 16 au 19 avril 2002. (Voir le numéro du 17 décembre et CanadExport en direct pour des détails.)

VENEZ NOUS VOIR À GLOBE 2002



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

VANCOUVER (C.-B.) — 13-15 mars 2002 — Plus de 50 membres du Service des délégués commerciaux du Canada en poste à l'étranger assisteront au salon **Globe 2002** (www.globe2002.com/), l'un des six plus importants salons commerciaux internationaux sur l'environnement, qui aura lieu au Centre des congrès et des expositions de Vancouver. Nombre de délégués seront accompagnés d'acheteurs étrangers. Ils rencontreront individuellement des entrepreneurs et des exposants canadiens dans le cadre du **Café Export** les 13 et 14 mars, de 13 h à 16 h 30.

S'inscrire en ligne à www.infoexport.gc.ca/cafe ou visiter le stand du Service des délégués commerciaux au pavillon du Canada pour connaître les débouchés sur différents marchés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jeffrey Tracey au (613) 996-1758 ou à globe2002@dfait-maeci.gc.ca

Accéder à nos études de marché sur les industries de l'environnement ainsi qu'à notre réseau de professionnels à : www.infoexport.gc.ca

commerciale Canada, tél. : (613) 954-3328, courriel : mclachlan.peter@ic.gc.ca

Pour plus de renseignements sur la location d'espace d'exposition, communiquer avec M. Derek Staines, EAS Exhibition Service, tél. : (905) 837-5095, courriel : derek@easexhibitions.com

Pour plus de renseignements sur Farnborough et des contacts de marché au Royaume-Uni, communiquer avec : M^{me} Sylvia Cesaratto, première secrétaire, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6600, courriel : sylvia.cesaratto@dfait-maeci.gc.ca

Salons et conférences au calendrier

Pour plus de détails sur les événements ci-dessous, voir [canadexport](http://canadexport.gc.ca/canadexport) en direct à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales » ou cliquer sur le site internet www.dfait-maeci.gc.ca/arts

BOSTON, MASSACHUSETTS — 7-9 avril 2002 — Le **Northeast Foodservice and Lodging Exposition and Conference** est la plus grande exposition de la Nouvelle-Angleterre en matière d'équipements, de produits et de services de l'industrie de la restauration. On prévoit la participation de décideurs importants dans tous les secteurs de la restauration : entre autres les restaurants, les établissements d'enseignement, de soins de santé, de correction, les traiteurs, les détaillants, les distributeurs, les fabricants. Pour renseignement : www.northeastfoodservice.com ou food@divcom.com ou www.divbusiness.com

KUALA LUMPUR, MALAISIE — 8-11 avril 2002 — Le matériel et les appareils électroniques les plus évolués en matière de défense et de maintien de l'ordre seront présentés à l'exposition-conférence **Defence Services Asia Exhibition and Conference (DSA)**. La manifestation devrait attirer des décideurs, des fabricants et des fournisseurs de services de toutes les régions du monde. Le haut-commissariat du Canada fournira des services d'évaluation des perspectives de marché et de repérage d'intervenants importants. Pour renseignement : www.dsa2002.com ou exhibitions@dia.pipex.com ou M. Aryeh Stegenga, haut-commissariat du Canada à Kuala Lumpur, aryeh.stegenga@dfait-maeci.gc.ca

LONDRES, R.-U. — 9-11 avril 2002 — **In-Cosmetics** est devenue l'exposition internationale la plus en vue pour les fabricants et les fournisseurs de matières premières et d'ingrédients utilisés dans la production de cosmétiques, d'articles de toilette et de produits de soins personnels. Elle attire des chimistes, des chercheurs, des gestionnaires de services de R-D, des acheteurs et des spécialistes en commercialisation. Pour renseignement : www.in-cosmetics.com

SINGAPOUR — 9-12 avril 2002 — Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), conjointement avec le haut-commissariat du Canada à Singapour, vous invite à vous

joindre au pavillon du Canada au **Food and Hotel Asia Show 2002**. Pour renseignement ou des débouchés dans l'Asie du Sud-Est : <http://ats.agr.ca/events/fhsingapore/welcome-e.htm> ou M^{me} Maria Lo, AAC, tél. : (613) 759-7729, lom@em.agr.ca ou M. Gordon Richardson, haut-commissariat du Canada à Singapour, gordon.richardson@dfait-maeci.gc.ca

DUBAÏ, É.-A.-U. — 9-12 avril 2002 — L'exposition **Gulf Education and Training Exhibition** est axée sur le recrutement d'étudiants, la formation en milieu scolaire/dans les entreprises/individuelle et le développement des ressources humaines, de même que sur le matériel et les fournitures à caractère éducatif. Les participants comprennent des représentants du milieu universitaire et des secteurs public et privé. En 2001, la manifestation a attiré plus de 20 000 visiteurs. À l'édition 2002, il y aura de nouveau un pavillon du Canada. Pour renseignement : www.gulfeducation.com ou general@ice-ltd.demon.co.uk ou M^{me} Margaret Hogan, ambassade du Canada à Abou Dhabi, margaret.hogan@dfait-maeci.gc.ca

BOLOGNE, ITALIE — 10-13 avril 2002 — Le salon **Bologna Children's book Fair**.

HANOVRE, ALLEMAGNE — 15-20 avril 2002 — **Hannover Messe** est la plus importante exposition de la technologie de pointe au monde. Elle chapeaute sept foires commerciales individuelles : **Factory Automation, MicroTechnology, CeMAT, SurfaceTechnology, Energy, Subcon-Technology** et **Research and Technology**. La foire devrait compter quelque 7 200 exposants de 60 pays et 260 000 spécialistes de ce milieu venant de partout dans le monde. Pour renseignement : www.hannovermesse.de/intro_channel_e.html ou M^{me} Leslie T. Reissner, ambassade du Canada à Berlin, leslie.reissner@dfait-maeci.gc.ca ou www.kanada-info.de

BRUXELLES, BELGIQUE — 20-24 avril 2002 — **AUTOTECHNICA Benelux 2002** est le 11^e salon international de l'automobile où

seront exposés des pièces, des accessoires, des outils et du matériel de garage et d'atelier de carrosserie. En 2000, quelque 325 exposants ont attiré près de 40 000 visiteurs. Pour renseignement : info@autotechnica.be ou www.autotechnica.be ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/be

BRUXELLES, BELGIQUE — 23-25 avril 2002 — **L'European Seafood Exposition (ESE)** est le plus prestigieux des événements mondiaux exposant toutes les catégories de produits de la mer. L'ESE se déroulera parallèlement à **Seafood Processing Europe**, la seule exposition européenne complète d'équipements de transformation des produits de la mer. Pour renseignements : food@divcom.com ou www.euroseafood.com ou www.europrocessing.com ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/be

TORONTO (ONTARIO) — 3-5 mai 2002 — **Canadian International Automotive Show**, la plus importante foire commerciale de pièces et d'accessoires d'automobiles au Canada, devrait attirer plus de 20 000 fournisseurs du secteur représentant tous les niveaux de la chaîne de distribution et tous les secteurs de l'industrie. Pour renseignement ou pour s'inscrire, M^{me} Kristina Cluff, AIA Canada, tél. : (613) 728-5821, poste 230, kristina@aiacanada.com ou www.aiacanada.com

MELBOURNE, AUSTRALIE — 7-9 mai 2002 — **TCF International, Giftware International and Homeware & Furnishing International** sont trois foires réunies en une seule : la **International Textile, Clothing, Footwear and Fashion Accessory Exhibition**; la **Australian International Giftware Exhibition** et la **International Homeware and Furnishing Exhibition**. Pour renseignement : M^{me} Sharon Lethbridge, slethbridge@ausexhibit.com.au ou www.ausexhibit.com.au

BRUXELLES, BELGIQUE — 14-16 mai 2002 — **Telecom ciTy** (anciennement **TM@B**) est l'un des principaux marchés de solutions en technologie de l'information et des communications. En 2001, plus de 300 exposants des multinationales et des PME ont attiré plus de 15 000 visiteurs. Pour renseignements : Voir page 16 – Salons

Farnborough International 2002

FARNBOROUGH, R.-U. — 22-28 juillet 2002 — Planifiez maintenant votre participation à **Farnborough International 2002 (FI2002)**, la plus importante foire internationale de l'aérospatiale. En 2000, des commandes d'une valeur de plus de 50 milliards de dollars ont été annoncées à cette foire qui a accueilli plus de 1 280 exposants, 170 000 gens d'affaires en visite et des représentants officiels de 56 pays. Même si l'activité économique est en baisse, il n'en reste pas moins que la participation

à la foire est un important moyen pour une entreprise d'établir et d'entretenir des rapports sur le marché mondial de l'aérospatiale et de se renseigner sur les nouveaux programmes.

L'organisation du pavillon canadien se déroule sous l'égide de l'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC). L'espace d'exposition est déjà presque entièrement réservé, mais il reste de la place pour les entreprises qui veulent louer un panneau d'affichage. L'équipe commerciale Canada de l'aérospatiale et de la défense — une alliance entre l'industrie et le gouvernement — se chargera de l'élaboration du programme de renseignements sur les marchés et d'information commerciale pour la foire.

Pour plus de renseignements, ou pour s'inscrire, communiquer avec M^{me} Sandra Sutcliffe, Association des industries aérospatiales du Canada, tél. : (613) 760-4553, courriel : sandra.sutcliffe@aiac.ca ou M. Peter McLachlan, Secrétariat d'Équipe

Salons et conférences au calendrier

— Suite de la page 15

info@tmab.be ou **www.tmab.be** ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, **paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca** ou **www.infoexport.gc.ca/be**

LIMA, PÉROU — 14-17 mai 2002 — Le 5^e symposium et salon international sur l'or **Peru Gold** offre des occasions prometteuses aux entreprises canadiennes qui se spécialisent dans l'exploration aurifère, les études de faisabilité, l'extraction et la transformation dans l'industrie minière. À l'exposition, la CAMESE organise de nouveau un pavillon du Canada ainsi que des séances de réseautage et des visites de sites miniers. **Pour renseignement ou pour s'inscrire** au pavillon du Canada : CAMESE, (905) 513-0046, **minesupply@camese.org** ou **www.camese.org**

TOKYO, JAPON — 15-17 mai 2002 — Le salon international des ingrédients et des additifs alimentaires **International Food Ingredients and Additives Exhibition** — 9-11 octobre 2002 — La foire des aliments diététiques **Health Ingredients Japan**.

TEL AVIV, ISRAËL — 20-22 mai 2002 — L'industrie du bricolage (DIY) sera à l'honneur à **DIY 2002**, le plus grand salon du secteur qui ait jamais été tenu. Plus de 300 exposants venus du monde entier présenteront les produits et le matériel dernier cri aux spécialistes de l'industrie, notamment aux principaux détaillants et distributeurs. Parallèlement à l'exposition se tiendra une conférence où l'on explorera les tendances et les réalisations du secteur du bricolage. **Pour renseignement :** M^{me} Liora Elkies, **leora@fairs.co.il** ou

www.israel-trade-fairs.com/2000 ou M^{me} Suzanne Szukits, ambassade du Canada à Tel Aviv, **suzanne.szukits@dfait-maeci.gc.ca** ou **www.dfait-maeci.gc.ca/telaviv**

MONTRÉAL, QUÉBEC — 23, 24 et 25 mai 2002 — Le **Salon international du design d'intérieur de Montréal (SIDIM)** est le plus important salon international du design d'intérieur où exposeront les entreprises de design, de fabrication, de distribution et de vente au détail de produits et de services de décoration intérieure pour bureaux, locaux commerciaux, maisons et établissements. **Pour renseignements :** M^{me} Hélène Guinois, **h.guinois@sidim.com**

BRUNEI DARUSSALAM — 27-30 mai 2002 — **GASEX 2002**, septième conférence et exposition pour l'échange d'informations sur le gaz, aura pour thème « Vers une croissance durable » (Powering Sustainable Growth). La conférence présentera des exposés et des discussions sur les problèmes du secteur. L'exposition **GASEX 2002** mettra en vedette les dernières tendances et les innovations dans la technologie et l'industrie. **Pour renseignement :** M^{me} Mew Yee Yap, haut-commissariat du Canada au Brunei Darussalam, **mewyee.yap@dfait-maeci.gc.ca** ou **www.gasex2002.com** **Pour s'inscrire :** **michael@bruneibay.net**

MELBOURNE, AUSTRALIE — 2-5 juin 2002 — **Designbuild** est la première exposition pour le secteur de la construction et de l'aménagement. Anciennement appelée **Interbuild Australia**, elle constitue le seul forum en Australie où les concepteurs, les constructeurs, les architectes, les

entrepreneurs-promoteurs, les ingénieurs et les négociants se réunissent et attirent un auditoire de commerçants professionnels de 17 000 acheteurs et rédacteurs de devis. **Pour renseignements :** **designbuild@ausexhibit.com.au** or M. Kevin Skaug, consulat général du Canada à Sydney, **kevin.skaug@dfait-maeci.gc.ca**

BIRMINGHAM, R.-U. — 9-11 juin 2002 — Le **European Ethnic Food Show** est le plus important salon de mets ethniques en Europe. En 2001, il a attiré 300 exposants qui montraient des aliments et des boissons authentiques ainsi que des équipements relatifs à l'hospitalité. Près de 9 000 acheteurs sont venus des secteurs de la restauration et de la vente de détail et de gros. **Pour renseignement :** M. Ian Thomson, haut-commissariat du Canada à Londres, **ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca**

LE CAIRE, ÉGYPTE — 17-19 juin 2002 — Au **Healthcare Middle East 2002 Exhibition and Conference**, les exposants de tous les coins du monde présenteront leurs produits et leurs services, notamment les produits pharmaceutiques, les équipements médicaux, les services de soutien pour les soins de santé et les solutions et la formation en technologie de l'information. Parallèlement se tiendra la **Beauty and Fitness 2002 Exhibition** qui présentera les produits les plus récents et les innovations dans les domaines des soins de beauté, de la nutrition, des sports et de la santé physique. **Pour renseignement :** M. Magdy Ghazal, ambassade du Canada au Caire, **magdy.ghazal@dfait-maeci.gc.ca**

FARMVILLE, VIRGINIE — 22-23 juin 2002 — L'exposition **2002 Arts Business Institute** 🌟

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**

Retourner en cas de non-livraison à
CanadExport
a/s MDS
2750, chemin Sheffield,
porte 1
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada
Numéro de convention 40064047