

DOCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 20
March 1,
2002
Copy 1



Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

MAR - 5 2002

Return to Department Library

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

Le Canada appuie la réforme au Japon

Mieux ouvrir les portes au Japon

DANS CE NUMÉRO

- 2 Occasions d'affaires
- 3 ACR Systems Inc. – Un véritable innovateur
- 4 Le marché des industries de l'environnement en Corée
- 6 É.-U. : mission sur les matériaux de construction à Washington
- 7 Renforcement de la capacité de la CCC de servir ses clients
- 8 L'environnement en Finlande
- 9 L'environnement au Portugal
- 10 Bénéficiaire de l'accession de la Chine à l'OMC
- 12 GITEX 2001 rapporte
- 13 EDC parraine Équipe Canada Junior
- Missions commerciales/ Colloques
- 15 Foires et conférences commerciales

Le 6 décembre 2001, M. Leonard Edwards, sous-ministre du Commerce international et ancien ambassadeur du Canada au Japon, a officiellement remis, au nom du gouvernement du Canada, à M. Yoshihiko Miyauchi, président du conseil d'administration et président de Orix Corporation, les Commentaires et propositions du Canada au Conseil de la réforme de la réglementation.

Le Conseil de la réforme de la réglementation est chargé d'évaluer et d'améliorer le processus de la réforme de la réglementation au Japon. Le Canada, qui a déjà vécu les mêmes problèmes avec lesquels se débat actuellement le Japon, présente ses Commentaires et propositions au Conseil pour l'appuyer dans ses travaux essentiels visant à mettre en œuvre son récent plan



M. Leonard Edwards, sous-ministre du Commerce international et ancien ambassadeur du Canada au Japon (à gauche), remet les Commentaires et propositions du Canada à M. Yoshihiko Miyauchi, président du Conseil de la réforme de la réglementation.

triennal de déréglementation. Cet exposé signale les domaines qui sont prioritaires du point de vue du Canada et propose des stratégies efficaces de réforme.

Voir page 11 – La réforme

Le Mexique, selon les règles et sur l'internet

Le Mexique avait entrepris d'écrire le parfait manuel de la réforme économique. Un à un, les chapitres se suivaient : libéralisation du commerce, amélioration des conditions d'investissement, plus grande autonomie de la banque centrale. Ce partenaire du Canada au sein de l'ALENA captait l'attention du monde impatient de voir comment un pays en développement allait jeter les fondations de sa prospérité future en mettant en pratique la théorie économique...

...Et puis, il y a eu les attentats terroristes du 11 septembre et les perspectives

économiques déjà maigres à l'échelle mondiale sont devenues encore plus incertaines.

Mais la bonne nouvelle est que, grâce au travail réalisé, le Mexique, quatrième marché d'exportation du Canada, pourra sans doute échapper au pire scénario, qui lui ferait connaître à nouveau une terrible crise financière comme celle d'il y a quelques années. Cela ne veut pas dire, selon les Prévisions à l'exportation pour 2001 publiées par Exportation et développement Canada (EDC), que tout est en rose.

Voir page 2 – Le Mexique

Vol. 20, n° 4 –
1^{er} mars 2002

SUPPLÉMENT : LES FEMMES
CHEFS D'ENTREPRISE
(Voir l'encart)



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canada

Débouchés du COAI

AUTRICHE — Base de données des soumissionnaires de l'Agence internationale de l'énergie atomique (AIEA) — Les fournisseurs canadiens de matériel relatif à tous les aspects du fonctionnement de l'AIEA, notamment du matériel nucléaire, de l'équipement pour protéger les installations nucléaires, des dispositifs de détection et

des articles tels que des fournitures et des meubles de bureau, sont invités à s'inscrire sur une liste de soumissionnaires qui sera utilisée pour des demandes de soumissions par l'ONU et des organisations associées (remplir le formulaire d'inscription et soumettre un rapport financier). Pour se procurer le formulaire, communiquer avec l'AIEA, Section des achats et de l'approvisionnement, Wagramer Strasse 5, BP 100, A-1400 Vienne, Autriche, numéro de référence 011122-05243. **Pour plus de détails** sur la façon de faire des affaires avec les Nations Unies et l'AIEA, cliquer sur le site internet des achats de l'ONU : www.iapso.org (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Vienne).



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

AFRIQUE DU SUD — Licence de système mobile mondial de communications personnelles par satellite — Le ministre des Communications lance un appel d'offres en vue de l'attribution de licences d'exploitation d'un service de télécommunications utilisant un système mobile mondial de communications personnelles par satellite (GMPCS). La licence de GMPCS permet de fournir des services de télécommunications fixes ou mobiles, à large bande et (ou) à bande étroite aux utilisateurs finals d'un satellite ou d'un réseau de satellites en utilisant, mais pas exclusivement, des microstations terrestres. Frais d'inscription : 50 000 SAR.

Date de clôture : **30 avril 2002**. **Pour plus de renseignements** sur le processus de soumission, communiquer avec le président de la Independent Communications Authority of South Africa (ICASA), 164 Katherine Street, Block B, Pin Mill Farm, Sandton 2196 Afrique du Sud, téléc. : (011-27-11) 321-8547. Pour recevoir une réponse, faire parvenir des coordonnées complètes comprenant télécopieur, téléphone et courriel. Pour plus de renseignements, cliquer sur le site internet de l'ICASA : http://docweb.pwv.gov.za/NewDocuments/ITA_GMPCS.html Communiquer avec M^{me} Karen Garner, déléguée commerciale, Bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg, téléc. : (011-27-11) 442-3325, courriel : karen.garner@dfait-maeci.gc.ca en mentionnant le numéro de référence **020122-00310**. (Avis communiqué par le Bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg). ✪

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
Télé. : (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, consultez l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :
CanadExport (BCS),
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,
125, promenade Sussex, Ottawa
(Ontario) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

CanadExport

M. *Albert Rock est un véritable innovateur. Au milieu des années 1980, pour mieux répondre à la demande de ses services de collecte de données sur les systèmes mécaniques d'immeubles à des fins de diagnostic de pannes, cet entrepreneur de la Colombie-Britannique a créé un appareil de mesure automatique. L'invention s'est avérée un tel succès qu'il a dû abandonner son travail d'enregistreur de données humain et monter une entreprise de fabrication et de distribution de plusieurs millions de dollars. Maintenant à la tête d'une industrie qu'il a instaurée, l'entreprise de M. Rock, ACR Systems Inc., continue d'innover dans plusieurs domaines, depuis sa stratégie d'exportation jusqu'aux utilisations étonnantes de ses enregistreurs portatifs.*

D'abord entreprise de recherche et de développement mise sur pied avec le soutien financier d'Industrie Canada, puis constituée en société en 1986 à Surrey, en Colombie-Britannique, ACR Systems compte aujourd'hui 32 employés et affiche un chiffre d'affaires de près de 10 millions de dollars. « Nous sommes encore une petite entreprise, mais nous exportons beaucoup », affirme le directeur général, M. David McDougall.

En effet, 83 % des ventes réalisées par l'entreprise sont attribuables aux exportations vers une centaine de pays, dont les États-Unis, le principal débouché des exportations d'ACR et son principal marché.

Nombreux utilisateurs, utilisations

M. McDougall explique que les enregistreurs chronologiques d'ACR sont des instruments intelligents qui font la collecte de données mesurables de toutes sortes — température, humidité relative, pression, courant électrique, pulsations, et autres. Ces instruments portatifs — le plus petit a environ la taille d'une pile de montre — enregistrent à intervalles réguliers des données, qui sont conservées dans la mémoire de l'appareil jusqu'à leur transfert à un ordinateur en vue de leur analyse.

Les enregistreurs n'offrent pas de solutions, mais ils fournissent un enregistrement continu des conditions qui permettront à l'utilisateur final de prendre les mesures jugées nécessaires.

Les enregistreurs chronologiques d'ACR servent à d'innombrables fins, par

Inventions d'une société de haute technologie de la C.-B. Enregistreurs novateurs

exemple : surveiller la température des éléments de protection thermique de la navette spatiale pour déterminer les meilleurs matériaux à utiliser dans des conditions de température extrêmes; surveiller la température d'aliments surgelés durant le transport pour en assurer la conservation; et surveiller l'alimentation électrique des machines à sous, parce qu'un courant électrique instable pourrait provoquer de gros lots par erreur. Un enregistreur installé dans le coffre servant à transporter l'« homme des glaces » depuis le lieu de sa découverte, en 1999, dans le nord de la Colombie-Britannique, maintenait la bonne température de conservation du corps pour son analyse par des scientifiques.

Un avantage concurrentiel

Selon M. Albert Rock, l'industrie compte actuellement environ 150 entreprises, mais la sienne possède indéniablement un avantage concurrentiel. « Nos enregistreurs chronologiques sont les « Rolls Royce » de l'industrie — nos prix sont plus élevés, mais la technologie est toute particulière et la durée de vie de la pile est beaucoup plus longue. »

Le caractère innovateur d'ACR s'étend également à sa stratégie d'exportation. Au lieu d'approvisionner directement les utilisateurs finals, cette entreprise entièrement autochtone a choisi de recourir au partenariat commercial international, en s'associant à des entreprises d'instruments industriels qui intègrent ses produits à des systèmes électroniques plus étendus qu'elles fournissent à des utilisateurs finals qui ont des problèmes précis à régler.

Le partenariat commercial avec ces entreprises a permis à ACR d'éviter de réinventer la roue, lorsqu'il s'agit de fournir un soutien technique. « Nous avons conclu qu'il était impossible pour notre entreprise d'agir seule dans ses rela-

tions avec un tel nombre de pays. Nous avons besoin de partenaires qui comprennent bien la culture commerciale et la langue du pays, » dit M. Rock.

D'autres partenariats très fructueux sont ceux qu'ACR a conclus avec des organismes du gouvernement canadien,

notamment le Centre de commerce international et l'Entreprise autochtone Canada à Vancouver. Il y a plus de deux ans, ACR a bénéficié d'une assurance-crédit offerte par Exportation et Développement Canada, ce qui a fait augmenter les ventes et le nombre de commandes.



Le président et fondateur d'ACR, M. Albert Rock, avec son SmartButton mini Data Logger (en médaillon).

Les partenariats portent fruit

La stratégie de l'entreprise a été très rentable. Au cours des cinq dernières années, ACR a plus que doublé le nombre de points de distribution dans son réseau mondial, lequel est passé de 60 à plus de 150. L'ouverture d'un bureau près de San Francisco, en février 2001, devait permettre à ACR d'accroître ses ventes aux États-Unis de 20 % par rapport à celles réalisées au cours de l'exercice financier précédent. Et dans les 12 prochains mois, l'entreprise projette de prendre de l'expansion en Europe de l'Ouest. ACR connaît une telle expansion qu'il est impossible de dire quelle sera la prochaine utilisation de ses enregistreurs chronologiques.

Pour plus de renseignements, joindre M. David McDougall, directeur général, ACR, tél. : (604) 591-1128, téléc. : (604) 591-2252, courriel : david@acrsystems.com internet : www.acrsystems.com ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Les trucs du métier ».)

Le Mexique, selon les règles — Suite de la page 1

Ainsi, par exemple, les prévisions ont dû être abaissées à « un taux de croissance inférieur à 1 %, avec une forte possibilité de léger resserrement ».

À plus long terme, l'évolution de la situation dépendra en bonne partie de ce qui se passera aux États-Unis (marché de près de 90 % des exportations du Mexique) et de l'économie mondiale. L'autre facteur presque aussi important est de savoir si le Mexique pourra poursuivre sa réforme économique dans les nouvelles conditions incertaines à la suite des attentats du 11 septembre.

Un programme chargé

Attirer l'investissement étranger est une des nombreuses priorités du gouvernement du président Vicente Fox. Selon les statistiques publiées par le Mexique, le Canada s'est classé en 2000 au quatrième rang (497,2 millions de dollars américains) en investissement étranger direct dans ce pays, après les États-Unis, l'Espagne et les Pays-Bas. Ce gouvernement doit également faire face à d'autres préoccupations, soit la nécessité de créer des emplois, de procéder à une réforme fiscale et à une

Voir page 12 — Le Mexique

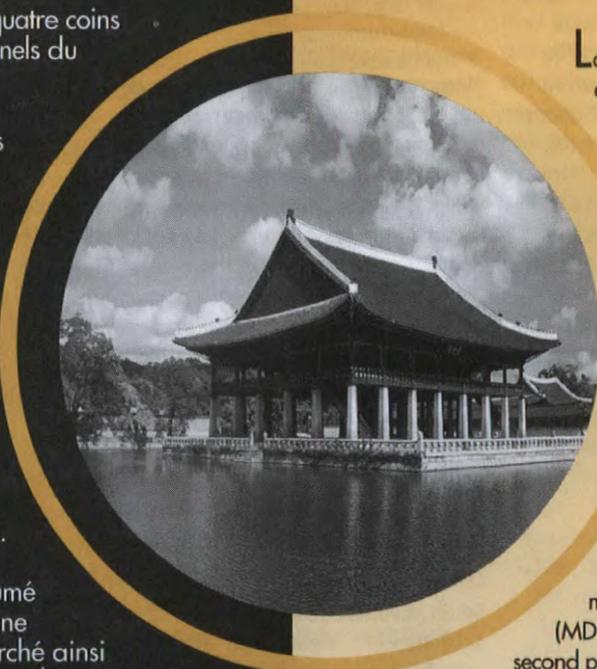
Équipe Canada inc - Team Canada Inc
1-888-811-1119
exportsource.gc.ca

RÉPUBLIQUE DE CORÉE

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 industries de l'environnement

La République de Corée développe actuellement son infrastructure environnementale, négligée durant les phases d'expansion économique rapide que ce pays a traversées. Le gouvernement coréen prévoit dépenser 98 milliards \$ dans des projets environnementaux entre 2000 et 2005; de cette somme, 45 milliards \$ sont réservés à la construction de 600 installations environnementales.

Aperçu du marché

Afin de remédier à la détérioration des conditions environnementales, le ministère coréen de l'Environnement (MDE) a annoncé la mise en œuvre de son second plan environnemental quinquennal. Les priorités du MDE sont axées sur la pollution de l'eau et de l'air et la gestion des déchets solides. À l'heure actuelle, 55 % des besoins de la Corée en stations d'épuration des eaux usées et 90 % de ses besoins en usines d'incinération des déchets ne sont pas couverts.

Les entreprises canadiennes contribuent pour environ 1 % aux importations coréennes de matériel environnemental. Parmi les

nombreuses entreprises canadiennes qui commercialisent leurs produits sur le marché coréen, 90 % d'entre elles exercent des activités liées au traitement de l'eau et des eaux usées. Les sociétés européennes, américaines et japonaises sont les principales concurrentes des entreprises canadiennes.

Qualité de l'air

Les composés organiques volatiles (COV) et l'ozone urbain constituent les principales préoccupations en matière de qualité de l'air. Des normes environnementales plus élevées et un respect rigoureux de ces dernières ont néanmoins permis de réduire la pollution de l'air dans les

Marché coréen de l'environnement (estimations), 2000-2003 (millions \$)

Année	Air	Eau/Sol	Déchets	Autres	Total	Variation
2000	1 836	5 735	4 172	351	12 094	-
2001	2 168	6 767	4 922	415	14 272	18 %
2002	2 493	7 782	5 661	475	16 411	15 %
2003	2 792	8 717	6 340	533	18 382	12 %

Source : U.S. Department of Commerce. Korea-U.S. Environmental Business Opportunities, 3 avril 2000.

Qualité de l'eau

La qualité de l'eau est particulièrement critique du fait de la détérioration des sources d'eau potable dans certaines grandes villes, dont Séoul. Le MDE envisage d'élever le taux d'épuration des eaux usées à 80 % d'ici 2005 (par rapport à 70 % en 2000). Pour atteindre cet objectif, on dépensera près de 22 milliards \$ dans des projets visant à améliorer la qualité de l'eau, notamment la construction de 320 stations d'épuration des eaux usées.

grandes villes. Bien que les installations industrielles aient traditionnellement constitué la première cause de pollution atmosphérique, des règlements de plus en plus sévères ont entraîné une réduction des polluants. Les automobiles constituent dorénavant la principale source de pollution de l'air en milieu urbain.

Débouchés

La Corée a libéralisé ses règles en ce qui concerne les investissements étrangers dans les projets d'infrastructure environnementale. Les entreprises canadiennes d'ingénierie disposant du capital et de la technologie nécessaires pourraient bénéficier de débouchés dans ce secteur. Des débouchés existent pour les

technologies environnementales canadiennes dans les domaines suivants :

- incinérateurs de déchets municipaux (sans dioxine)
- technologies modernes de traitement des eaux usées
- traitement des gaz d'enfouissement et technologies de réutilisation
- technologies de contrôle des COV
- technologies de décontamination du sol
- équipements/technologies de traitement des pollutions aux hydrocarbures.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire *Le marché des industries de l'environnement en Corée*. Ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux sont disponibles 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 de l'environnement dans la région de l'Asie-Pacifique.



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

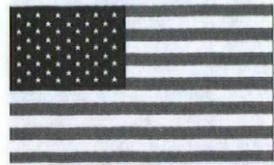
www.infoexport.gc.ca

www.infoexport.gc.ca

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

Le marché des industries
de l'environnement

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.

Les affaires reprennent après le 11 septembre

Mission bien « construite » bien reçue à Washington

On s'est demandé, après les attentats du 11 septembre 2001, s'il fallait maintenir la mission commerciale sur les matériaux de construction qui se préparait depuis des mois et qui devait se rendre à la région dynamique de Washington (D.C.). La réponse ne s'est pas fait attendre et demeure : mais bien sûr!

Finalment, l'Association de la construction du Québec (ACQ) (www.acq.org) et le World Trade Centre (WTC) Montréal (www.wtcmontreal.com), appuyés par Développement économique Canada (www.dec-ced.gc.ca), ont dirigé la mission commerciale sur les matériaux de construction à Washington et à Baltimore (Maryland), du 23 au 25 octobre 2001.

Une délégation de 14 membres de l'ACQ, représentant 8 entreprises, a participé à des colloques, des visites de chantier, des réunions de réseautage et des rencontres directes. La délégation était conduite par M. Louis Potvin, président-directeur général de LBL Skysystems (www.lblskysystems.com) qui, à la tête d'une entreprise déjà très présente sur le marché cible, faisait bénéficier les autres participants de son expérience.

Tous les participants ont été très rassurés d'apprendre que le marché local restait vivant et ouvert à de nouveaux venus. En fait, des représentants de la région et du secteur public ont exprimé leur conviction qu'en tout cas, l'activité sur le marché de la construction d'édifices publics augmenterait. Par exemple, l'utilité du renforcement ciblé des bâtiments, auquel se livrait

le Pentagone avant le 11 septembre, a été démontrée graphiquement, et le concept sera maintenant appliqué à d'autres bâtiments publics jugés à risque. Sur le marché



Photo : The Pentagon Renovation Program.

des matériaux de construction, les secteurs commercial et résidentiel, très vigoureux, demeurent dynamiques.

La touche personnelle

Étant donné que les Canadiens visaient le marché américain des matériaux de construction industriels, qui se développe à Washington, le clou de la mission a certainement été les rencontres directes avec des entrepreneurs généraux locaux. Des chefs de file de l'industrie étaient très

Dernier avis pour la mission Extus des 18-21 mars à FOSE 2002. Voir p. 15.

heureux de pouvoir rencontrer de nouveaux fournisseurs et sous-traitants potentiels et de voir leurs produits. Tous les participants américains ont souligné qu'il est important de pouvoir rencontrer les fournisseurs en personne avant de conclure des marchés.

Les colloques consacrés aux marchés local et public se sont avérés très utiles, car ils ont fourni de précieux renseignements qui aideront les entreprises à être plus efficaces dans les efforts qu'elles déploient pour pénétrer ces marchés. Un exposé sur le sujet tout à fait d'actualité des bâtiments écologiques a suscité un débat animé sur l'amélioration des produits fabriqués actuellement ainsi que sur la mise au point et la certification de nouveaux produits pour répondre aux normes de ce nouveau créneau.

À la réception de réseautage donnée à l'ambassade du Canada, des architectes et des ingénieurs ont pu s'entretenir avec des participants de la mission et des entrepreneurs locaux de tous niveaux.

Succès de la construction

Dans les mois qui ont suivi la mission, chacun des participants a été invité à faire de deux à six soumissions à des appels d'offres importants, et tous attendent les résultats finals. De plus, sur les conseils de participants américains, une entreprise au moins, Orbi Metal (www.orbimetal.com), envisage d'engager un représentant local dans la région du Mid-Atlantic.

Le président d'Orbi Metal, M. Carlos Stella, résume ainsi le succès de la mission : « Je recommande vivement ce type de mission aux exportateurs de ce secteur. Avec l'appui du WTC Montréal et du gouvernement canadien, nous avons pu

Voir page 7 - La construction

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 (CCC) a connu de nombreux changements depuis sa création en 1946. Toutefois, son souci de qualité dans son service à la clientèle demeure constant. Les amendements proposés à la Loi sur la Corporation commerciale canadienne renforceront l'image de marque commerciale de la Corporation.

Au cours des 50 dernières années, la CCC a acquis des compétences spécialisées en aidant des entreprises d'un bout à l'autre du Canada à accéder à des marchés publics dans le monde entier. En qualité d'organisme international de passation de marchés du Canada, la CCC met le pouvoir gouvernemental au service de chaque transaction à l'exportation qu'elle soutient.

Des milliers d'exportateurs canadiens ont bénéficié des compétences de la CCC en matière de passation de marchés et de son mécanisme de gouvernement à gouvernement pour s'assurer des contrats internationaux. Les taux de satisfaction de la clientèle de la CCC sont toujours demeurés élevés au fil des ans, mais la CCC savait qu'elle pourrait mieux servir ses clients si elle adoptait une orientation plus commerciale.

« Des modifications s'imposaient dans la structure de fonctionnement de la CCC pour qu'elle puisse adopter une orientation plus commerciale et répondre aux besoins des exportateurs canadiens en plus de renforcer sa structure de gouvernance, » de dire son président, M. Douglas Patriquin.

Le premier amendement prévoit la séparation des postes de président du conseil d'administration et de président, ce qui aligne la structure de gouvernance de l'organisation sur les pratiques modernes de gestion des entreprises et permet ainsi au conseil d'administration

La construction à Washington — Suite de la page 6

obtenir beaucoup plus d'attention en tant que groupe que nous n'en aurions eu individuellement.»

À venir

Les prochaines missions commerciales de l'ACQ aux États-Unis, consacrées aux matériaux de construction, cibleront Miami, les 18 et 19 avril 2002, et Boston, les 23 et 24 mai 2002. Pour renseignements, joindre M^{me} Julie Bourgoin, WTC Montréal, tél. : (514) 849-1385.

Mise à jour de la loi

Renforcement de la capacité de la CCC de servir ses clients

d'accroître son indépendance vis-à-vis de la direction.

La deuxième modification permettra à la CCC d'imposer des droits commerciaux sur la partie de ses services qui ne relève pas de l'Accord sur le partage de la production de défense (DPSA). En imposant des droits de services au titre de ses services non obligatoires, la CCC deviendra davantage autonome pour pouvoir élargir ses activités au-delà de la prestation d'assistance aux exportateurs canadiens qui veulent réaliser des ventes aux États-Unis.

Le troisième amendement autorise la Corporation à emprunter des fonds sur les marchés commerciaux. Cela permettra à la Corporation de réduire au minimum son exposition au risque, qui consiste à fournir des liquidités d'urgence à ses clients exportateurs avant de recevoir des acheteurs étrangers le flux des paiements convenus dans les contrats. Cela permet au client exportateur de la CCC de terminer son cycle de production et de livrer à l'acheteur les biens convenus dans les contrats, tout en réduisant au minimum la probabilité d'un recours à la garantie d'exécution de la CCC.

Comme le déclarait le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, « ces amendements renforceront la capacité de la CCC de fournir les services

spécialisés qui sont synonymes de succès sur les marchés d'exportation pour des milliers d'entreprises canadiennes et qui contribuent depuis de nombreuses années à la création d'emplois hautement qualifiés pour des Canadiens dans l'ensemble du pays.»

Pour plus de renseignements sur les mises à jour de la Loi sur la CCC, communiquer avec M^{me} Sylvie Germain, analyste en politique et planification, tél. : (613) 995-9144, téléc. : (613) 995-2121, courriel : sylvie.germain@ccc.ca

On trouvera les détails sur la Loi et les documents de base sur le site internet du MAECI : http://webapps.dfait-maeci.gc.ca/minpub/Publication.asp?FileSpec=/Min_Pub_Docs/104661.htm

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

Dans une étude récente, l'Université de Columbia classe la Finlande au premier rang mondial pour la protection de l'environnement. En conséquence, le 1^{er} mars 2000, sa Loi sur la protection de l'environnement mise à jour, la Finlande

La promotion de l'éco

L'environnement en Finlande

a choisi une approche intégrée de la prévention des dommages à l'environnement. Utiliser les meilleures techniques existantes (MTE) pour protéger l'environnement maintenant un des éléments clés des programmes des entreprises finlandaises qui ouvre des débouchés aux fournisseurs de solutions-créatives à prix concurrentiels.

La réglementation environnementale finlandaise révisée, qui a été harmonisée avec la Directive concernant la prévention de la pollution, est intégrée de la pollution du Conseil de l'Union européenne, s'applique à toutes les activités qui risquent de nuire à l'environnement. L'objectif est d'améliorer l'environnement en réduisant les MTE, sans avoir à durcir les exigences déjà strictes de la Finlande pour la protection de l'environnement.

En utilisant une approche intégrée pour réduire les émissions, au lieu de concentrer séparément sur l'eau et l'atmosphère, il est possible de mieux maîtriser les effets généraux des activités industrielles sur l'environnement.

Tendances

Dans les années 1990, l'investissement industriel dans l'environnement représentait de 5 % à 10 % des investissements totaux en Finlande. En 1998, la valeur du marché environnemental finlandais était estimée à 2,5 milliards de dollars. Aujourd'hui, les entreprises finlandaises fabriquent pour environ 2,7 à 4,6 milliards de dollars de produits de la technologie de l'environnement par an.

D'autres investissements dans la prévention des émissions sont à prévoir.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Au service des entreprises canadiennes à l'étranger

Au service des industries de l'environnement dans la région de l'Asie-Pacifique

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

 **Japon**
Osaka
Yoshio Horiuchi
Agent commercial
Consulat général du Canada
Osaka, Japon
T : (011-81-6) 6212-4910
F : (011-81-6) 6212-4914

 **Tokyo**
Noboru Aoki
Agent commercial
Ambassade du Canada
Tokyo, Japon
T : (011-81-3) 5412-6200
F : (011-81-3) 5412-6247

 **Malaisie**
Jean-Philippe Linteau
Délégué commercial
Haut-commissariat du Canada
Kuala Lumpur, Malaisie
T : (011-603) 2718-3352
F : (011-603) 2718-3391

 **Nouvelle-Zélande**
Brian Emsley
Agent commercial
Bureau commercial du gouvernement du Canada
Auckland, Nouvelle-Zélande
T : (011-64-9) 309-3690
F : (011-64-9) 307-3111

 **Pakistan**
Islamabad
John K. Burbridge
Délégué commercial
Haut-commissariat du Canada
Islamabad, Pakistan
T : (011-92-51) 227-9100
F : (011-92-51) 227-9111

Karachi
Azhar Kirmani
Agent commercial
Consulat du Canada
Karachi, Pakistan
T : (011-92-21) 561-0672
F : (011-92-21) 561-0684

 **Philippines**
Ramon Yazon
Agent commercial
Ambassade du Canada
Manille, Philippines
T : (011-63-2) 867-0102
F : (011-63-2) 810-1699

 **Singapour**
Jason L. W. Walsh
Délégué commercial
Haut-commissariat du Canada
Singapour, Singapour
T : (011-65) 325-3200
F : (011-65) 325-3294

 **Taiwan**
Joshua Hodgson
Délégué commercial
Bureau commercial du Canada
Taipei, Taïwan
T : (011-886-2) 2544-3000
F : (011-886-2) 2544-3595

 **Thaïlande**
Surin Thanalerkul
Agent commercial
Ambassade du Canada
Bangkok, Thaïlande
T : (011-66-2) 636-0560, poste 3356
F : (011-66-2) 636-0568

 **Viêt-nam**
Hanoï
Dang Anh Thu
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Hanoï, Viêt-nam
T : (011-84-4) 823-5500, poste 3452
F : (011-84-4) 823-5333

Ho Chi Minh - Ville
Trung Nhan Huynh
Agent commercial
Consulat général du Canada
Ho Chi Minh - Ville, Viêt-nam
T : (011-84-8) 824-5025, poste 3352
F : (011-84-8) 829-4528

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

CanadExport

Hiver 2002



LES FEMMES CHEFS D'ENTREPRISE À LA CONQUÊTE DES MARCHÉS MONDIAUX

ALLER DE L'AVANT

Au printemps 2000, notre premier supplément consacré aux exportatrices présentait des femmes d'affaires audacieuses de tout le Canada qui se taillaient une place sur les marchés étrangers. Deux ans plus tard, les femmes continuent de s'imposer sur la scène internationale et d'accroître la compétitivité du Canada par-delà ses frontières. Le présent supplément présente les profils d'exportatrices novatrices de divers domaines — de la conception de logiciels à la production de plastique — dont l'ambition et la confiance ont propulsé leurs entreprises vers de nouveaux sommets. Leur message est clair : « Si nous en sommes capables, vous l'êtes aussi. »

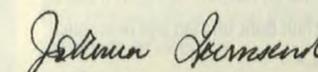
Au fil du temps, elles ont utilisé un nombre croissant de ressources et d'outils conçus afin de donner à plus de femmes la confiance nécessaire pour se lancer dans l'exportation. Qu'elles demandent conseil aux spécialistes compétents du réseau des délégués commerciaux du Canada à l'étranger ou se procurent une assurance afin de minimiser leurs risques, les femmes chefs d'entreprise qui réussissent savent qu'elles peuvent accroître leurs exportations en utilisant les services des secteurs public et privé. « Vous pouvez accéder à une foule de renseignements très utiles », déclare Tanya Shaw Weeks, propriétaire de plusieurs sociétés qui mettent au point des logiciels primés (voir page III). « Ne vous gênez pas, posez autant de questions que vous le pouvez ».

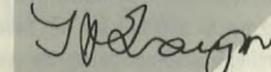
C'est précisément pour cette raison que le **ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI)** a récemment modernisé son site Web à l'intention des femmes d'affaires, à www.infoexport.gc.ca/businesswomen

(voir page VIII). Nous sommes à l'écoute des besoins des femmes d'affaires pour exporter leurs produits avec confiance et succès — contacts, occasions d'affaires, modèles de comportement, informations opportunes sur les missions et activités commerciales à venir — et nous leur proposons, pour y répondre, une source d'information unique et dynamique destinée aux femmes qui désirent se lancer sur les marchés d'exportation ou y améliorer leur position.

L'organisme fédéral qui offre des services de financement et de gestion des risques à l'exportation s'appelle maintenant **Exportation et développement Canada (EDC)**. Dotée d'un nouveau nom et d'un nouveau logo, EDC est immédiatement reconnue comme une entité canadienne et un allié solide pour l'expansion des exportations canadiennes.

Nous vous invitons donc à tirer parti de ces ressources personnalisées ainsi que des nombreux autres services décrits dans ces pages. Suivez l'exemple des exportatrices dynamiques, dont vous trouverez ici le profil, pour profiter des avantages de l'exportation!


JoAnna Townsend
Conseillère spéciale pour les petites et moyennes entreprises (PME)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international


Linda Graupner
Directrice, Exportateurs en essor
Exportation et développement Canada

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

 **EDC**
Exportation et développement Canada
Export Development Canada

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

Supplément préparé par la Direction des services à l'exportation pour les petites et moyennes entreprises (MAECI) et Exportation et développement Canada (EDC)

Canada

KAREN POTTLE

Présidente
Exploits Designs Inc.
St. John's (Terre-Neuve)

Tél. : (709) 579-1234
Courriel : kpottle@firstcity.net
Site Web : www.exploits.nf.ca
Année de création : 1997
Nombre d'employés : 9
Ventes à l'exportation : 25 %
Années d'expérience dans l'exportation : 2
Marché d'exportation : États-Unis



« L'exportation est le seul moyen de faire véritablement progresser l'entreprise. Je veux que ma marque soit connue; il faut donc que je sois présente sur le marché américain. Une fois que l'on s'est fait connaître dans une région des États-Unis, le pays dans son ensemble paraît moins grand. »

Meilleur moment

« Le premier coup de téléphone pour une nouvelle commande, quand l'acheteur américain m'a dit : "Nous avons beaucoup aimé votre produit et nous avons tout vendu. Nous voulons doubler la quantité pour la prochaine commande." On se dit alors qu'on a réussi. »

Conseils pour exporter

Faites-vous conseiller « intelligemment » avant de vous lancer dans l'exportation. « Assurez-vous que vos recherches sont faites par des experts du secteur d'activité concerné. »

Connaissez bien vos prix et soyez en mesure de les convertir en dollars US.

« Il importe d'être bien informé quant aux droits de douane qui s'appliquent à votre produit, puis de présenter tous les facteurs de façon très claire, de sorte que vos clients sachent ce pour quoi ils paient. Il est préférable d'indiquer les droits de douane dans le prix pour le marché américain. »

Pour profiter d'autres tuyaux intéressants de Karen Pottle, voir :

www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

Appel à toutes les inventrices

Si vous êtes une inventrice, vous aurez sous peu l'occasion d'être sous les feux de la rampe. En effet, le Women Inventors Project (WIP) est en voie d'établir d'un bout à l'autre du pays les Prix annuels décernés aux inventrices canadiennes (Canadian Woman Inventor of the Year Awards). Le WIP est un organisme à but non lucratif dont le mandat est d'accroître le nombre d'inventrices et d'entrepreneures qui réussissent au Canada. Pour en savoir plus : <http://www.interlog.com/~womenip>

Il y aura quatre catégories de prix :

- 1 Inventrice indépendante — produit existant déjà
- 2 Inventrice en milieu industriel ou universitaire — secteur privé
- 3 Jeune inventrice — deux prix (1^{re} à 8^e année et 9^e à 12^e année)
- 4 Nouvelle inventrice — startup ou idée judicieuse

Le 7 mars, à Toronto, au cours d'un événement organisé par l'Association canadienne des femmes cadres et entrepreneures (Canadian Association of Women Executives and Entrepreneurs) dans le cadre de la Journée internationale de la femme, on annoncera l'appel de candidatures pour les prix annuels. La première cérémonie de remise des prix aura lieu en mars 2003, à l'occasion de la Journée internationale de la femme. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Chips Klein, co-directrice du WIP, tél. : (905) 731-0328; courriel : c.klein@utoronto.ca

TANYA SHAW WEEKS

Présidente-directrice générale
Software Design Group Inc., Unique Patterns Design Ltd.
et Virtually Yours Inc.
Dartmouth (Nouvelle-Écosse)

Tél. : (902) 492-2106 ou 1 (877) 517-6602
Courriel : tsweeks@thevirtualyou.com
Sites Web : www.uniquepatterns.com
www.thevirtualyou.com
www.image-experts.com

Année de création : 1994
Nombre d'employés : 20
Ventes à l'exportation : 93 %
Années d'expérience dans l'exportation : 6
Marchés d'exportation : États-Unis, Singapour, Japon, Australie et Angleterre

Description

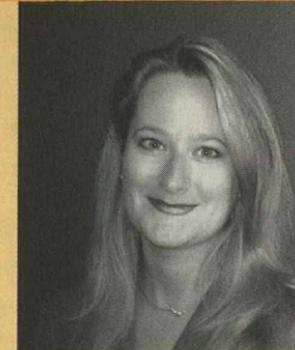
Unique Patterns est la seule société nord-américaine qui offre des patrons pour femmes, sur mesure, grâce à son logiciel maison. Plus de 12 000 personnes faisant de la couture à domicile reçoivent une cassette vidéo et un catalogue lorsqu'elles deviennent membres. Unique Patterns s'occupe aussi du service à la clientèle de Butterick/Vogue Patterns, de New York, et elle vient de commencer à travailler avec McCall's. Après avoir mis au point l'une des plus grandes banques de données de mesures féminines au monde, Tanya Shaw Weeks a créé, en 1999, une société sœur, Virtually Yours Inc., qui vient de se lancer dans la production commerciale. Son logiciel interactif permet aux clientes du détaillant d'essayer en ligne des vêtements sur une image photo réaliste.

Historique

Lorsque Tanya dirigeait une maison de couture pour femmes de carrière, on lui demandait sans cesse, à cause de son expérience de costumière, de modifier des patrons qui n'allaient pas. Elle a donc commencé à chercher un logiciel pour automatiser le processus. « La technologie m'a toujours intéressée, et quelqu'un m'a dit qu'on peut développer n'importe quel système pourvu que l'on puisse décrire le processus manuel. C'est ce qui a tout déclenché. » Après avoir essayé vainement de découvrir un logiciel adéquat, elle a commencé à travailler avec des ingénieurs de l'école polytechnique de la région et a mis au point le logiciel qui lui a permis de lancer Unique Patterns.

Principal défi

« L'expédition pose un véritable problème. Pour les ventes à l'étranger, nous avons essayé de trouver des solutions qui consistent notamment à imprimer les



« Notre succès sur le marché américain nous donne du crédit sur d'autres marchés étrangers. »

patrons dans d'autres pays ou à envoyer le produit électroniquement. Nous devons penser à d'autres moyens, comme le franchisage, pour prendre de l'expansion sur ces marchés. »

Aide sollicitée

Au fil des ans, Tanya a demandé conseil à Industrie Canada et au MAECI, et elle a mis à profit les ressources des consulats canadiens situés aux quatre coins des États-Unis pour trouver des débouchés et des clients. Certains de ses employés ont participé aux missions des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF). Elle a également tiré parti du PDME pour obtenir une aide à la commercialisation afin d'explorer de nouveaux secteurs et de découvrir des occasions d'affaires.

Principale leçon tirée

« Le fait que nous vendons principalement sur le marché américain nous donne, en tant qu'entreprise néo-écossaise, du crédit sur d'autres marchés étrangers et un meilleur accès. »

Meilleur moment

« Inviter Butterick/Vogue et McCall's, qui sont des sociétés américaines renommées, à discuter avec nous. Le fait d'être leur pourvoyeur de services confère, dans l'ensemble de l'industrie, énormément de crédit à notre entreprise beaucoup plus modeste de l'Est du Canada. »

Conseils pour exporter

Efforcez-vous de vous renseigner sur chaque marché. « Même aux États-Unis, soyez à l'affût pour comprendre les différences dans la démarche à adopter. Dans certaines régions, vous devrez peut-être établir plus de contacts personnels qu'ailleurs. »

Trouvez des partenaires stratégiques. « Dans la mesure du possible, travaillez avec un partenaire ou une société qui offre des produits complémentaires ou qui a des besoins semblables aux vôtres. Cela aidera votre entreprise à prendre rapidement de l'essor dans un nouveau marché. » La collaboration avec Butterick/Vogue en est un bon exemple.

Pour de plus amples renseignements, consulter le profil complet à : www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

TANYA CLAESSENS

Vice-présidente
Kutoka Interactive Inc.
Montréal (Québec)

Tél. : (514) 849-4800
Courriel : tclaessens@kutoka.com
Site Web : www.kutoka.com
Année de création : 1995
Nombre d'employés : 25
Ventes à l'exportation : 40%
Années d'expérience dans l'exportation : 6
Marchés d'exportation : États-Unis, Europe et Asie



« Pour réussir sur le marché international, vous devez absolument faire preuve d'originalité et vous démarquer de vos concurrents, surtout si vous faites face à des géants. »

aide. » Deuxièmement, Kutoka a utilisé le réseau de délégués commerciaux du MAECI dans divers pays pour chercher des sociétés étrangères désireuses de vendre ses produits sous licence et pour choisir les partenaires les plus prometteurs. (À présent, Kutoka travaille aussi avec un concessionnaire américain.)

Description

Fondée par Tanya et Richard Vincent (le président), la société Kutoka est un développeur et un éditeur de cédéroms ludo-éducatifs primés, destinés aux enfants. La collection Mia a remporté 58 prix dans le monde entier, notamment le Prix Or décerné par *Parent's Choice Magazine*, et elle a été acclamée par la critique dans *USA Today* et le *Washington Post*. Mia ainsi que d'autres produits de Kutoka sont vendus par l'intermédiaire de concessionnaires dans 26 pays, et offerts en 11 langues.

Historique

Tanya et Richard travaillaient pour une petite agence de publicité à Montréal au début des années 1990, lorsque Richard, mordu de technologie et de surcroît musicien, a participé à un salon commercial pour vendre un CD musical qu'il avait produit. Au salon, il a appris que des éditeurs désiraient vivement découvrir des concepteurs de jeux. Les Vincent ont travaillé des nuits et des fins de semaine afin de trouver des concepts pour des jeux et des démos. Au début de 1995, ils ont présenté leurs créations à E-3, le plus grand salon de l'industrie du multimédia. Les événements se sont alors précipités : ils ont accordé une licence à Compaq/ Fisher-Price et ont rencontré un représentant de Corel (d'Ottawa) à qui ils ont vendu une licence pour un autre jeu. « Ces deux premières années et demie, c'était vraiment fou », s'esclaffe Tanya.

Principal défi

Devenus éditeurs, les Richard devaient veiller à être payés pour les produits qu'ils expédiaient, particulièrement aux États-Unis. Dans les autres pays, où leurs produits étaient vendus par des concessionnaires, leur souci était de faire le bon choix. « Si la société est trop grande, notre titre ne sera qu'un autre produit dans un gros catalogue, précise Tanya, et si elle est trop petite, la société risque de ne pas avoir les ressources nécessaires pour commercialiser efficacement nos produits. »

Solutions

Premièrement, Kutoka a demandé à Exportation et développement Canada (EDC) d'assurer toutes ses ventes aux États-Unis : « Nous n'aurions pas réussi sans son

Avantage concurrentiel

Dès le départ, Kutoka a offert un produit très original et d'excellente qualité. « Au moment où nous avons lancé notre entreprise, la qualité de la plupart des jeux pour enfants se situait au niveau des films de série B, explique Tanya. Après 20 minutes, ils ennuyaient les enfants ou les décourageaient parce qu'ils étaient trop pédagogiques. Nous nous sommes concentrés sur la création d'un milieu interactif très riche. Mia, par exemple, a le don très particulier de faire sourire dans n'importe quelle langue. »

Conseils pour exporter

Participez aux foires commerciales de votre industrie. Dans le cas de Kutoka, le fait de participer dès le départ à des salons commerciaux présentant des ludiciels et des didacticiels a permis aux Richard de voir ce que leurs concurrents offraient, de découvrir ce qu'ils pouvaient améliorer et d'établir des contacts clés. À présent, ils se rendent chaque année dans de grands salons, comme ceux de Los Angeles et de Cannes.

Protégez vos ventes à l'étranger, en assurant l'un des principaux éléments de votre actif commercial, c'est-à-dire vos comptes clients. Grâce à sa collaboration avec EDC, Kutoka a pu s'implanter à l'étranger quand elle s'est lancée dans l'exportation.

Faites des recherches pour découvrir de bons partenaires étrangers. « Notre but est de choisir des concessionnaires qui vont se passionner autant que nous pour nos produits. »

Faites preuve d'originalité. « Pour réussir sur le marché international, vous devez absolument faire preuve d'originalité et vous démarquer de vos concurrents, surtout si vous faites face à des géants. »

Pour en savoir plus, voir :

www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

JULIANNE BIEN

Présidente
Spectrahue Light and Sound Inc.
Toronto (Ontario)

Tél. : (416) 340-0882
Courriel : julianne@artshouse.com
Site Web : www.spectrahue.com
Année de création : 1999
Ventes à l'exportation : 60 %
Marchés d'exportation : États-Unis, Mexique et Europe



« Ne divulguez pas vos secrets commerciaux. »

Description

La société Spectrahue conçoit, fabrique et distribue des produits de chromothérapie qui sont principalement utilisés dans les stations thermales et par les esthéticiennes pour favoriser la détente et une santé harmonieuse. Sa gamme LumaLight™ va des illuminateurs portatifs (souvent utilisés par les personnes souffrant de troubles affectifs saisonniers et de troubles liés à l'humeur) aux illuminateurs muraux et de plafond qui projettent des rayons de couleur à une distance allant jusqu'à 4,5 mètres (ordinairement utilisés dans les stations thermales, les établissements de soins de santé, les aires de réception et même les salles de repos des entreprises pour créer un décor aux couleurs apaisantes). Spectrahue offre des cours et a produit une série de vidéocassettes éducatives sur l'harmonie par les couleurs, intitulée Energetically Correct™. « La chromothérapie ne date pas d'hier; elle constitue un beau complément de la médecine traditionnelle et de la médecine douce. »

Historique

À certains égards, la création de Spectrahue a été une quête spirituelle pour Julianne, qui a créé son entreprise après avoir cherché des méthodes douces et non invasives pour guérir ses maux de dos. Elle a découvert la chromothérapie, méthode très répandue en Europe et qui utilise les ondes lumineuses pour favoriser la guérison. Au départ, elle a importé du matériel d'Allemagne, mais elle a vite reconnu qu'il lui fallait des produits de meilleure qualité, ce qui l'a décidée à les faire fabriquer au Canada.

Objectifs d'exportation

« Prendre rapidement de l'expansion, se lancer sur les marchés mondiaux et trouver un plus grand nombre de distributeurs qui participeront à des salons professionnels et présenteront des exposés lors de conférences. »

Principaux avantages de l'exportation

« Étendre mes activités à l'extérieur du pays élargit mes horizons. Je tends à avoir des buts humanitaires et le fait de savoir que j'ai aidé des gens en leur permettant de vivre sans douleur est l'aspect le plus motivant de mon travail. En outre, les Américains aiment les produits canadiens! Ils voient les Canadiens comme des gens très honnêtes. »

Principal défi

« La commercialisation stratégique, c'est-à-dire connaître la mentalité des clients de différentes régions et adapter le matériel publicitaire en conséquence. »

Solutions

Julianne a fait appel aux délégués commerciaux du MAECI pour l'aider à façonner son plan d'entreprise. Elle a utilisé le PDME pour participer à des salons professionnels aux États-Unis et pour l'aider à préparer le matériel publicitaire destiné au marché américain. « Je suis allée à New York dans le cadre du PDME et mon chiffre d'affaires a triplé. De plus, la Banque de développement du Canada m'a grandement aidée en m'accordant un prêt qui m'a permis de financer la production de ma série de vidéocassettes. »

Meilleur moment

« Quand des gens de l'étranger m'appellent après avoir lu un des nombreux articles que j'ai rédigés pour des magazines, et qui me remercient pour mon produit. C'est ce qui est le plus gratifiant. »

Conseils pour exporter

Évitez de faire entièrement crédit aux distributeurs. « Faites-vous payer ou exigez un virement bancaire avant d'expédier le produit. N'attribuez pas un territoire à un distributeur avant qu'il ait atteint un certain volume, sinon vous risquez d'y perdre. »

Protégez votre recherche-développement (R-D). « Ne divulguez pas vos secrets commerciaux. Si vous avez investi dans la R-D et que vous avez confié la fabrication de vos produits à des sous-traitants, signez un arrangement de non-concurrence avec le fabricant. »

Gardez un équilibre. « N'oubliez jamais que vous êtes une femme et que c'est là un formidable outil de vente dans le monde d'hommes qu'est l'exportation. Si vous vous respectez, les autres ne peuvent faire autrement que de vous respecter aussi. »

Pour profiter d'autres conseils de Julianne Bien, rendez-vous à :

www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

GARNETTE WEBER

**Copropriétaire et vice-présidente exécutive
Interactive Tracking Systems (Itracks)**
Saskatoon (Saskatchewan)

Tél. : (306) 665-5026, poste 203
Courriel : gweber@itracks.com
Site Web : www.itracks.com
Année de création : 1996
Ventes à l'exportation : 85 %
Nombre d'employés : 45
**Années d'expérience
dans l'exportation :** 5
Marchés d'exportation : États-Unis et Europe



« Peu importe l'importance
de vos recherches et de votre travail de
planification, vous devez travailler dur... »

Principal défi

Lors de la création de leur entreprise, Garnette et Dan ont dû régler le problème de la distance entre leur société établie à Saskatoon et leur principal marché cible aux États-Unis, tant pour vendre à de nouveaux clients que pour offrir des services à leur clientèle existante.

Solution

Ils ont profité de l'aide offerte par le Saskatchewan Trade and Export Partnership et par le réseau du Service des délégués commerciaux du MAECI à l'étranger pour repérer des clients et nouer des contacts dans des marchés clés, tels que New York, Buffalo, Seattle et San Jose. Ils viennent de signer un contrat de revente avec un gros client qui possède des bureaux dans le monde entier, ce qui devrait faciliter les ventes et la prestation de services à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

Meilleur moment

« Il y a quelques années, un important client potentiel de Rochester (New York) nous a téléphoné, car il désirait être invité à une démonstration. Nous pensions naturellement qu'il s'agissait d'une démonstration sur Internet. Quelques minutes plus tard, il a rappelé pour demander où se trouvait l'aéroport le plus proche de Saskatoon! Cela montre à quel point il était intéressé! »

Conseils pour exporter

Il faut absolument persévérer. « Peu importe l'importance de vos recherches et de votre travail de planification, vous devez travailler dur... nouer des contacts, vendre et assurer un suivi. »

Investissez dans les meilleurs employés que vous pouvez vous offrir. « Dès le départ, nos employés ont contribué autant que nous au succès de notre entreprise. »

Pour de plus amples renseignements, voir :
www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

Description

Cette société, qui a obtenu de nombreuses distinctions, conçoit et offre des logiciels et des services d'étude de marché en direct, entièrement adaptables, qui permettent aux clients d'effectuer des études qualitatives et quantitatives et de trouver des groupes de discussion en se servant d'Internet et des technologies de cyberbavardage. Elle vient de lancer Satisfaction Compass, un outil en temps réel et en direct qui sert à mesurer la satisfaction des clients, des vendeurs et des employés.

Historique

Garnette Weber et son mari Dan ont fondé Itracks essentiellement avec un produit (leur premier outil de recherche en ligne) et un site Web. Ils ont essayé de commercialiser leur produit dans l'Ouest canadien, mais leur propre étude de marché a révélé que c'était aux États-Unis qu'ils trouveraient les meilleurs débouchés. Itracks a eu sa première occasion d'affaires lorsqu'une grande entreprise américaine spécialisée dans les études de marché a découvert son site Web et accepté de tester le produit. Aujourd'hui, près de 80 % du chiffre d'affaires provient des ventes aux États-Unis, et Itracks compte parmi ses clients certaines des plus grandes entreprises du secteur, comme A.C. Nielsen et Ipsos-Reid, ainsi que plusieurs sociétés du groupe Fortune 500.

Principal avantage concurrentiel

Garnette attribue la réussite d'Itracks au fait que son mari et elle-même ont décidé de se concentrer sur le volet de la collecte de données des études de marché, alors que d'autres entreprises optaient pour la commercialisation de services complets comprenant la conception de l'étude, la collecte de données et l'analyse de l'information. Ces entreprises sont donc des clients potentiels au lieu d'être des concurrents. « Nous nous sommes positionnés comme chef de file technique. »



Comment prendre de l'expansion.

Prov. Code postal

On'exporte pas actuellement

3.

Par téléphone au 1 866 857-6031,
ou par cette carte-réponse.



« Vous visez le marché du Tiers-Monde, quel que
soit le pays, vous devez prendre conseil de personnes
qui connaissent bien. Tout le système — banques,
services publics, structures des ONG — est
très différent et souvent très
compliqué, particulièrement
pour les petites entreprises. »

employés au Bangladesh pour former le
personnel de l'usine de fabrication des filtres. La société a
développé la production et les moules, et a accueilli les

Bangladais venus suivre une formation dans son usine de Crossfields, à une
distance de quarante kilomètres au nord de Calgary.

Description

PRKL fabrique et distribue des produits de matière plastique sur mesure destinés aux marchés agricoles, notamment des systèmes de ventilation pour les exploitations d'élevage. De plus, en collaboration avec une organisation non gouvernementale (ONG) du Bangladesh, Proshika, l'entreprise gère une usine de fabrication d'appareils de filtration d'eau pour usage résidentiel (invention de M. David Manz, professeur de génie de l'Université de l'Alberta — www.davnor.com), conçus pour purifier l'eau potable de ce pays qui contient des traces d'arsenic.

Historique

Joanne, qui a travaillé pendant des années dans le secteur pétrolier, et son mari ont trouvé leur plus gros marché dans la ceinture agricole du Midwest américain, grâce à leurs contacts au sein des communautés hutériennes très unies de l'Alberta. « Cela a surtout été une opération de bouche à oreille, entre les membres de la communauté établis en Alberta et leurs familles et amis de l'autre côté de la frontière. »

En travaillant avec le professeur Manz à l'élaboration de son appareil novateur de filtration d'eau, les Penner ont découvert que le véritable marché des filtres pour usage résidentiel était les pays en développement, qui manquent d'eau pure et d'infrastructures permettant de filtrer l'eau. Grâce à l'aide de Fred Richards, président d'une coentreprise canadienne du secteur privé, les Penner sont entrés en contact avec Proshika, leur partenaire local. Cette dernière a fourni les fonds de démarrage qui ont permis de construire et de mettre en marche l'usine du Bangladesh. M. Richards travaillait avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et le haut-commissariat à Dhaka.

À la fin de sa première année d'exploitation, l'usine du Bangladesh enregistrait des recettes d'environ 80 000 \$CAN, atteignant tout juste le seuil de rentabilité. Comme l'entreprise ne fera pas de profit avant un certain temps encore, PRKL a obtenu des actions de la coentreprise en échange de leur temps et de leur savoir-faire.

Principal défi

« Le plus dur est de trouver une base à l'étranger. Il est tellement facile d'exporter aux États-Unis! Trouver le temps et l'argent nécessaires à l'essor de l'entreprise est un autre grand défi. »

Solution

Trouver le bon partenaire. « Nous avons eu la chance de trouver un contact idéal sur place, avec le concours du haut-commissariat au Bangladesh qui nous a mis en liaison avec les personnes voulues. » Joanne (qui est d'origine cri) attribue également sa réussite à l'aide « immense » que lui a fournie le programme Entreprise autochtone Canada d'Industrie Canada en lui offrant des fonds de développement et des conseils. La coentreprise canadienne envisage maintenant d'émettre des titres dans le public afin de financer son expansion. « Pour nous, l'accès au capital n'a pas été un problème, mais il est plus difficile d'arriver à réaliser des profits dans la période voulue. Il nous faut trouver des investisseurs qui croient dans notre projet à long terme. »

Pour de plus amples renseignements, consulter le profil complet à :
www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

Les femmes et le commerce international - Ontario (WITO)



La première section canadienne d'une organisation internationale ayant vocation à améliorer les débouchés commerciaux des femmes dans plus de 30 pays. Pour plus d'information, contacter : **Candice Rice**, tél. : (416) 973-5157, courriel : rice.candice@ic.gc.ca, site Web : www.wito.ca

Le saviez-vous?

Selon une récente enquête de Statistique Canada, 33,9 % des PME appartiennent à des femmes (à plus de 50 %). En 2000, 8,9 % de ces entreprises avaient vendu ou exporté leurs produits ou services à l'étranger.

GARNETTE WEBER

**Copropriétaire et vice-présidente exécutive
Interactive Tracking Systems (Itracks)**
Saskatoon (Saskatchewan)

Tél. : (306) 665-5026, poste 203
Courriel : gweber@itracks.com
Site Web : www.itracks.com
Année de création : 1996
Ventes à l'exportation : 85 %
Nombre d'employés : 45
**Années d'expérience
dans l'exportation :** 5
Marchés d'exportation : États-Unis et Europe

Description

Cette société, qui a obtenu de nombreuses distinctions, conçoit et offre des logiciels et des services d'étude de marché en direct, entièrement adaptables, qui permettent aux clients d'effectuer des études qualitatives et quantitatives et de trouver des groupes de discussion en se servant d'Internet et des technologies de cyberbavardage. Elle vient de lancer Satisfaction Compass, un outil en temps réel et en direct qui sert à mesurer la satisfaction des clients, des vendeurs et des employés.

Historique

Garnette Weber et son mari Dan ont fondé Itracks essentiellement avec un produit (leur premier outil de recherche en ligne) et un site Web. Ils ont essayé de commercialiser leur produit dans l'Ouest canadien, mais leur propre étude de marché a révélé que c'était aux États-Unis qu'ils trouveraient les meilleurs débouchés. Itracks a eu sa première occasion d'affaires lorsqu'une grande entreprise américaine spécialisée dans les études de marché a découvert son site Web et accepté de tester le produit. Aujourd'hui, près de 80 % du chiffre d'affaires provient des ventes aux États-Unis, et Itracks compte parmi ses clients certaines des plus grandes entreprises du secteur, comme A.C. Nielsen et Ipsos-Reid, ainsi que plusieurs sociétés du groupe Fortune 500.

Principal avantage concurrentiel

Garnette attribue la réussite d'Itracks au fait que son mari et elle-même ont décidé de se concentrer sur le volet de la collecte de données des études de marché, alors que d'autres entreprises optaient pour la commercialisation de services complets comprenant la conception de l'étude, la collecte de données et l'analyse de l'information. Ces entreprises sont donc des clients potentiels au lieu d'être des concurrents. « Nous nous sommes positionnés comme chef de file technique. »



**Composez le 1 866 857-6031
aujourd'hui.**

Visitez notre site Web à www.edc.ca/info

Princip

Lors de la de la dista aux États-Unis, tant pour vendre à de nouveaux clients que pour offrir des services à leur clientèle existante.

Solution

Ils ont profité de l'aide offerte par le Saskatchewan Trade and Export Partnership et par le réseau du Service des délégués commerciaux du MAECI à l'étranger pour repérer des clients et nouer des contacts dans des marchés clés, tels que New York, Buffalo, Seattle et San Jose. Ils viennent de signer un contrat de revente avec un gros client qui possède des bureaux dans le monde entier, ce qui devrait faciliter les ventes et la prestation de services à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

Meilleur moment

« Il y a quelques années, un important client potentiel de Rochester (New York) nous a téléphoné, car il désirait être invité à une démonstration. Nous pensions naturellement qu'il s'agissait d'une démonstration sur Internet. Quelques minutes plus tard, il a rappelé pour demander où se trouvait l'aéroport le plus proche de Saskatoon! Cela montre à quel point il était intéressé! »

Conseils pour exporter

Il faut absolument persévérer. « Peu importe l'importance de vos recherches et de votre travail de planification, vous devez travailler dur... nouer des contacts, vendre et assurer un suivi. »

Investissez dans les meilleurs employés que vous pouvez vous offrir. « Dès le départ, nos employés ont contribué autant que nous au succès de notre entreprise. »

Pour de plus amples renseignements, voir :
www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

Oui, je souhaite savoir plus précisément comment prendre de l'expansion.

Nom	Titre		
Société	Courriel		
Adresse	Ville	Prov.	Code postal
Téléphone	Télécopieur		

Veuillez indiquer votre chiffre d'affaires annuel à l'exportation :

moins de 1 M\$ 1 M\$ à 5 M\$ plus de 5 M\$ n'exporte pas actuellement

Principaux marchés d'exportation :

1. _____ 2. _____ 3. _____

Pour plus de renseignements, communiquez avec nous par téléphone au 1 866 857-6031, ou par télécopieur au 1 866 220-4138, ou retournez-nous cette carte-réponse.

Canada

EDC

vous visez le marché du Tiers-Monde, quel que
ys, vous devez prendre conseil de personnes
naissent bien. Tout le système — banques,
voirs publics, structures des ONG — est
lement complexe, particulièrement
pour les petites entreprises. »

employés au Bangladesh pour former le
usine de fabrication des filtres. La société a
production et les moules, et a accueilli les

Bangladais venus suivre une formation dans son usine de Crossfields, à une trentaine de kilomètres au nord de Calgary.

Description

PRKL fabrique et distribue des produits de matière plastique sur mesure destinés aux marchés agricoles, notamment des systèmes de ventilation pour les exploitations d'élevage. De plus, en collaboration avec une organisation non gouvernementale (ONG) du Bangladesh, Proshika, l'entreprise gère une usine de fabrication d'appareils de filtration d'eau pour usage résidentiel (invention de M. David Manz, professeur de génie de l'Université de l'Alberta — www.davnor.com), conçus pour purifier l'eau potable de ce pays qui contient des traces d'arsenic.

Historique

Joanne, qui a travaillé pendant des années dans le secteur pétrolier, et son mari ont trouvé leur plus gros marché dans la ceinture agricole du Midwest américain, grâce à leurs contacts au sein des communautés hutériennes très unies de l'Alberta. « Cela a surtout été une opération de bouche à oreille, entre les membres de la communauté établis en Alberta et leurs familles et amis de l'autre côté de la frontière. »

En travaillant avec le professeur Manz à l'élaboration de son appareil novateur de filtration d'eau, les Penner ont découvert que le véritable marché des filtres pour usage résidentiel était les pays en développement, qui manquent d'eau pure et d'infrastructures permettant de filtrer l'eau. Grâce à l'aide de Fred Richards, président d'une coentreprise canadienne du secteur privé, les Penner sont entrés en contact avec Proshika, leur partenaire local. Cette dernière a fourni les fonds de démarrage qui ont permis de construire et de mettre en marche l'usine du Bangladesh. M. Richards travaillait avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et le haut-commissariat à Dhaka.

À la fin de sa première année d'exploitation, l'usine du Bangladesh enregistrait des recettes d'environ 80 000 \$CAN, atteignant tout juste le seuil de rentabilité. Comme l'entreprise ne fera pas de profit avant un certain temps encore, PRKL a obtenu des actions de la coentreprise en échange de leur temps et de leur savoir-faire.

Principal défi

« Le plus dur est de trouver une base à l'étranger. Il est tellement facile d'exporter aux États-Unis! Trouver le temps et l'argent nécessaires à l'essor de l'entreprise est un autre grand défi. »

Solution

Trouver le bon partenaire. « Nous avons eu la chance de trouver un contact idéal sur place, avec le concours du haut-commissariat au Bangladesh qui nous a mis en liaison avec les personnes voulues. » Joanne (qui est d'origine cri) attribue également sa réussite à l'aide « immense » que lui a fournie le programme Entreprise autochtone Canada d'Industrie Canada en lui offrant des fonds de développement et des conseils. La coentreprise canadienne envisage maintenant d'émettre des titres dans le public afin de financer son expansion. « Pour nous, l'accès au capital n'a pas été un problème, mais il est plus difficile d'arriver à réaliser des profits dans la période voulue. Il nous faut trouver des investisseurs qui croient dans notre projet à long terme. »

Pour de plus amples renseignements, consulter le profil complet à :
www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

Les femmes et le commerce international – Ontario (WITO)



La première section canadienne d'une organisation internationale ayant vocation à améliorer les débouchés commerciaux des femmes dans plus de 30 pays. Pour plus d'information, contacter : **Candice Rice**, tél. : (416) 973-5157, courriel : rice.candice@ic.gc.ca, site Web : www.wito.ca

Le saviez-vous?

Selon une récente enquête de Statistique Canada, 33,9 % des PME appartiennent à des femmes (à plus de 50 %). En 2000, 8,9 % de ces entreprises avaient vendu ou exporté leurs produits ou services à l'étranger.

GARNETTE WEBER

Copropriétaire et vice-présidente exé
Interactive Tracking Systems (Itracks)
Saskatoon (Saskatchewan)

Tél. : (306) 66
Courriel : gweber@
Site Web : www.itr
Année de création : 1996
Ventes à l'exportation : 85 %
Nombre d'employés : 45
Années d'expérience
dans l'exportation : 5
Marchés d'exportation : États-Un

Description

Cette société, qui a obtenu de nombreuses distinctions, conçoit et offre des logiciels et des services d'étude de marché en direct, entièrement adaptables, qui permettent aux clients d'effectuer des études qualitatives et quantitatives et de trouver des groupes de discussion en se servant d'Internet et des technologies de cyberbavardage. Elle vient de lancer Satisfaction Compass, un outil en temps réel et en direct qui sert à mesurer la satisfaction des clients, des vendeurs et des employés.

Historique

Garnette Weber et son mari Dan ont fondé Itracks essentiellement avec un produit (leur premier outil de recherche en ligne) et un site Web. Ils ont essayé de commercialiser leur produit dans l'Ouest canadien, mais leur propre étude de marché a révélé que c'était aux États-Unis qu'ils trouveraient les meilleurs débouchés. Itracks a eu sa première occasion d'affaires lorsqu'une grande entreprise américaine spécialisée dans les études de marché a découvert son site Web et accepté de tester le produit. Aujourd'hui, près de 80 % du chiffre d'affaires provient des ventes aux États-Unis, et Itracks compte parmi ses clients certaines des plus grandes entreprises du secteur, comme A.C. Nielsen et Ipsos-Reid, ainsi que plusieurs sociétés du groupe Fortune 500.

Principal avantage concurrentiel

Garnette attribue la réussite d'Itracks au fait que son mari et elle-même ont décidé de se concentrer sur le volet de la collecte de données des études de marché, alors que d'autres entreprises optaient pour la commercialisation de services complets comprenant la conception de l'étude, la collecte de données et l'analyse de l'information. Ces entreprises sont donc des clients potentiels au lieu d'être des concurrents. « Nous nous sommes positionnés comme chef de file technique. »



0184194799-K1A1K3-BR01

EDC
151 O'CONNOR ST
OTTAWA ON K1A 9Z9

aux États-Unis, tant pour vendre à de nouveaux clients que pour offrir des services à leur clientèle existante.

Solution

Ils ont profité de l'aide offerte par le Saskatchewan Trade and Export Partnership et par le réseau du Service des délégués commerciaux du MAECI à l'étranger pour repérer des clients et nouer des contacts dans des marchés clés, tels que New York, Buffalo, Seattle et San Jose. Ils viennent de signer un contrat de revente avec un gros client qui possède des bureaux dans le monde entier, ce qui devrait faciliter les ventes et la prestation de services à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

Meilleur moment

« Il y a quelques années, un important client potentiel de Rochester (New York) nous a téléphoné, car il désirait être invité à une démonstration. Nous pensions naturellement qu'il s'agissait d'une démonstration sur Internet. Quelques minutes plus tard, il a rappelé pour demander où se trouvait l'aéroport le plus proche de Saskatoon! Cela montre à quel point il était intéressé! »

Conseils pour exporter

Il faut absolument persévérer. « Peu importe l'importance de vos recherches et de votre travail de planification, vous devez travailler dur... nouer des contacts, vendre et assurer un suivi. »

Investissez dans les meilleurs employés que vous pouvez vous offrir. « Dès le départ, nos employés ont contribué autant que nous au succès de notre entreprise. »

Pour de plus amples renseignements, voir :
www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

À LA CONQUÊTE DES MARCHÉS MONDIAUX

JOANNE PENNER

Présidente
Plastic Rotational Kontainers Ltd. (PRKL)
Crossfield (Alberta)

Tél. : (403) 946-4808
Courriel : penner@telusplanet.net
Année de création : 1995
Nombre d'employés : 8
Ventes à l'exportation : 23 %
Années d'expérience
dans l'exportation : 4
Marchés d'exportation : États-Unis et Bangladesh



« Si vous visez le marché du Tiers-Monde, quel que soit le pays, vous devez prendre conseil de personnes qui le connaissent bien. Tout le système — banques, pouvoirs publics, structures des ONG — est incroyablement complexe, particulièrement pour les petites entreprises. »

Depuis 1998, PRKL a envoyé ses employés au Bangladesh pour former le personnel local et pour établir l'usine de fabrication des filtres. La société a également fourni le matériel de production et les moules, et a accueilli les Bangladais venus suivre une formation dans son usine de Crossfields, à une trentaine de kilomètres au nord de Calgary.

À la fin de sa première année d'exploitation, l'usine du Bangladesh enregistrait des recettes d'environ 80 000 \$CAN, atteignant tout juste le seuil de rentabilité. Comme l'entreprise ne fera pas de profit avant un certain temps encore, PRKL a obtenu des actions de la coentreprise en échange de leur temps et de leur savoir-faire.

Principal défi

« Le plus dur est de trouver une base à l'étranger. Il est tellement facile d'exporter aux États-Unis! Trouver le temps et l'argent nécessaires à l'essor de l'entreprise est un autre grand défi. »

Solution

Trouver le bon partenaire. « Nous avons eu la chance de trouver un contact idéal sur place, avec le concours du haut-commissariat au Bangladesh qui nous a mis en liaison avec les personnes voulues. » Joanne (qui est d'origine cri) attribue également sa réussite à l'aide « immense » que lui a fournie le programme Entreprise autochtone Canada d'Industrie Canada en lui offrant des fonds de développement et des conseils. La coentreprise canadienne envisage maintenant d'émettre des titres dans le public afin de financer son expansion. « Pour nous, l'accès au capital n'a pas été un problème, mais il est plus difficile d'arriver à réaliser des profits dans la période voulue. Il nous faut trouver des investisseurs qui croient dans notre projet à long terme. »

Pour de plus amples renseignements, consulter le profil complet à :
www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/successstories-f.asp

Les femmes et le commerce international - Ontario (WITO)



La première section canadienne d'une organisation internationale ayant vocation à améliorer les débouchés commerciaux des femmes dans plus de 30 pays. Pour plus d'information, contacter : **Candice Rice**, tél. : (416) 973-5157, courriel : rice.candice@ic.gc.ca, site Web : www.wito.ca

Le saviez-vous?

Selon une récente enquête de Statistique Canada, 33,9 % des PME appartiennent à des femmes (à plus de 50 %). En 2000, 8,9 % de ces entreprises avaient vendu ou exporté leurs produits ou services à l'étranger.

EXPORTER avec confiance

Plus que jamais, se lancer sur les marchés mondiaux est une option attrayante pour les entreprises canadiennes. Or, si l'exportation peut faire prospérer votre entreprise, elle n'est toutefois pas sans comporter de risques. Et le plus important de ces risques est que vous pourriez ne pas être payée. Mais heureusement, Exportation et développement Canada (EDC) est là pour vous aider. EDC est une société d'État qui fonctionne comme une institution financière commerciale. Elle fournit des services de financement du commerce extérieur et d'assurance aux exportateurs et aux investisseurs canadiens (dont 90 % sont des PME). Vous pouvez recourir à l'éventail de ses services financiers pour étendre vos activités tout en étant sûr d'être payée.

Votre entreprise et EDC

EDC a aidé un nombre incalculable de petits exportateurs à prendre de l'expansion sur les marchés mondiaux — parfois même à leur grande surprise. Voici seulement quelques-uns des services spécialisés qu'EDC offre aux petites entreprises et qui leur donnent plus de poids et de confiance pour atteindre de nouveaux sommets en matière de commerce extérieur.

- **Assurance-crédit.** Ce type d'assurance protège vos ventes à crédit à court terme contre le défaut de paiement de vos acheteurs — la couverture allant jusqu'à 90 % de la perte. En outre, votre banque vous accordera souvent un prêt en prenant en garantie vos créances assurées par EDC, ce qui vous laissera un fonds de roulement mieux garni.

- **Garantie générale sur les créances.** Ce service permet aux exportateurs dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 10 millions de dollars d'obtenir du financement supplémentaire sous forme de ligne de crédit — pouvant aller jusqu'à 500 000 \$ — auprès de l'une des neuf institutions financières participantes. EDC prend en garantie vos créances à l'étranger.
- **Vérif-Export et Protexport.** Ces deux services en ligne permettent aux exportateurs de vérifier le crédit de leurs acheteurs potentiels et d'obtenir de l'assurance pour une transaction en particulier. Grâce à la base internationale de données d'EDC sur 64 millions d'entreprises, Vérif-Export permet aux clients de vérifier si les ventes d'un acheteur potentiel sont assurables. Si c'est le cas, Protexport soumet immédiatement une proposition d'assurance d'EDC.
- **Prêts directs à des acheteurs étrangers.** Ce service permet de transformer une vente à crédit en une vente au comptant pour l'exportateur canadien. Si vous vendez des biens d'équipement et des services connexes, EDC peut offrir du financement à moyen et à long terme à votre acheteur étranger. Cependant, l'argent ne quitte jamais le Canada. EDC paie l'exportateur canadien, tout en assumant les risques de non-remboursement par l'acheteur étranger.



Pour obtenir plus de renseignements, appelez la ligne directe d'EDC : **1 (866) 857-6031** ou visitez le site Web à l'adresse **www.edc.ca**

POUR BIEN VOYAGER, voyez ces ressources.

Il arrive parfois que des craintes touchant leur sécurité personnelle empêchent des femmes d'affaires de voyager et d'explorer les marchés internationaux. Cependant, il y a de nombreuses ressources utiles donnant des conseils sur la manière de voyager de façon pratique, sûre et confortable, de sorte que l'on puisse concentrer ses efforts sur les objectifs visés en matière de commercialisation à l'étranger. Assurez-vous de consulter les sources qui suivent, particulièrement utiles pour les femmes qui voyagent.

- **www.infoexport.gc.ca/businesswomen/exportlibrary/femaletravel-f.asp**
Ce site offre des renseignements généraux — depuis les moyens de réduire le choc culturel jusqu'à des conseils de sécurité — tirés de la publication intitulée *Voyager au féminin — Conseils pour la femme qui voyage*, laquelle a été préparée par la conseillère en voyages Evelyn Hannon, qui exploite aussi le site Web très visité **journeywoman.com**

- **www.voyage.gc.ca/destinations/menu_f.htm**
Ce site offre des Conseils aux voyageurs pour les pays étrangers et mentionne les avertissements en vigueur pour certaines destinations. La page d'accueil contient des liens avec les rapports sur les pays et offre une section intitulée ATTENTION! qui indique les destinations caractérisées par un taux de criminalité élevé ou l'instabilité politique. Les Conseils aux voyageurs, qui donnent des renseignements sur la sécurité, les questions de santé et les conditions d'entrée pour plus de 220 destinations peuvent aussi être obtenus **par téléphone** : 1 (800) 267-6788 ou (613) 944-6788 **ou par télécopieur** 1 (800) 575-2500 ou (613) 944-2500 On peut obtenir les renseignements 24 heures sur 24, 365 jours par an.
- **www.SanteVoyage.gc.ca**
Le Programme de médecine des voyages de Santé Canada donne des renseignements sur la santé spécialement conçus pour les Canadiens qui envisagent de voyager à l'étranger.

Un guichet unique pour vos exportations

Le site Les femmes d'affaires et le commerce du MAECI a une nouvelle allure. Il renferme de l'information visant à répondre aux besoins spécifiques des dirigeantes de PME et à les aider. Vous pouvez le visiter à l'adresse : **www.infoexport.gc.ca/BusinessWomen/index-F.asp**

Adapté aux besoins des entreprises qui veulent commencer à exporter ou améliorer leurs résultats à

l'exportation, ce site présente des conseils pratiques d'exportatrices chevronnées, des avis annonçant des événements commerciaux et des occasions d'affaires. Il contient également des liens vers des contacts clés au sein d'associations canadiennes et étrangères, des organismes d'aide publics et des institutions financières.



Des FEMMES qui foncent

L'un des principaux obstacles que doivent surmonter les femmes qui veulent entrer sur le marché mondial est probablement la peur de l'inconnu. Cependant, il y a des pionnières qui y sont parvenues et qui depuis font le tour du monde. Elles ont fait augmenter leurs ventes et élargi leurs horizons comme jamais auparavant. Lisez ce qui suit pour en savoir plus sur ces femmes audacieuses et sur les produits et services non traditionnels qu'elles offrent dans des marchés lointains.

... Fervente promotrice de la micro-entreprise et des entreprises à domicile, **Barbara Mowat**, présidente d'Impact Communications Ltd., d'Abbotsford, en Colombie-Britannique, et fondatrice de Uniquely Canada, est sortie des sentiers battus depuis un an et s'est rendue dans des pays comme la Slovaquie, le Maroc, le Brunei et la Thaïlande pour faire connaître le programme **Uniquely Canada**. Ce programme novateur de développement commercial aide les producteurs d'articles-cadeaux et les micro-entreprises à percer sur les marchés de gros et à bénéficier des débouchés commerciaux sur le marché mondial. Renseignements : **www.uniquelycanada.com**

... **Shannon Byrne**, présidente et directrice générale de **Paradata Systems Inc.**, entreprise qui a des bureaux à Vancouver, à Whistler, à Toronto et à Zurich, a voyagé aux États-Unis, en Europe de l'Ouest, en Chine et à Singapour pour promouvoir et vendre aux institutions financières et à leurs clients partout dans le monde des systèmes intégrés de paiement à l'échelle internationale. Elle a participé à une tournée de conférences en Chine en novembre 2001 pour parler du marché nord-américain et européen du commerce électronique avec les représentants de grandes institutions et entreprises du secteur financier. Renseignements : **www.paradata.com**

... Située à Toronto, l'entreprise de **Jodi Weisleder**, **Jodi International Ltd.**, confectionne dans de fins tissus importés des tailleurs coquets, sexy ou classiques pour les élégantes soucieuses de la mode. Elle a réussi à entrer sur le marché d'Israël et sur celui de la Belgique et elle présente ses collections à Paris deux fois par an. Renseignements : **www.jodicollections.com**

... À l'occasion d'une rapide visite de trois jours à Téhéran l'an dernier, **Laraine Kaminsky**, propriétaire et présidente de la firme de consultation d'Ottawa **MALKAM Cross-Cultural Training**, a animé deux séminaires sur le mentorat, les activités commerciales interculturelles et la constitution de réseaux. Ayant parcouru un itinéraire de plus de 20 000 kilomètres pendant ces trois jours, Laraine a depuis travaillé en Italie, en Angleterre et aux Pays-Bas dans le cadre de contrats obtenus pendant cette visite. Renseignements : **www.malkam.com**



Danielle Medina, de **Medina Foods Inc.**, se déplace continuellement pour exporter vers les destinations étrangères les plus éloignées.

... **Danielle Medina**, de **Medina Foods Inc.**, société de Montréal, est présente dans 95 aéroports situés partout dans le monde : Amérique du Nord, Amérique du Sud, Antilles, Afrique, Asie, Moyen-Orient et Europe. Sa société de services, qui a maintenant 21 ans, est spécialisée dans la vérification de services de traiteur et dans le contrôle de la qualité des aliments pour des compagnies aériennes telles qu'Air Canada, KLM et Northwest Airlines. Renseignements : **www.medinainternational.com**

... **Chips Klein**, présidente de **Chipco Canada Inc.**, de Toronto, voyage en Russie et en Ukraine pour développer des technologies pour les marchés de l'Amérique du Nord et donne de la formation dans diverses organisations sur des sujets comme les communications, les pratiques commerciales et la sensibilisation aux différences entre les sexes. La firme Chipco facilite le transfert, vers l'Ukraine et la Russie, de technologies qui donnent aux entreprises de ces pays la possibilité de fabriquer des produits métallurgiques semi-finis dont la fabrication est achevée au Canada et aux États-Unis. Une partie de la production canadienne est réexportée aux États-Unis. Renseignements : **c.klein@utoronto.ca**

... Éditrice de livre éducatifs, **Ginette Tremblay**, présidente de la société **Les Éditions Artichaut Inc.**, située à Rimouski, au Québec, a pris des moyens audacieux pour entrer sur le marché international. Après avoir connu une réussite éclatante au Canada, la société exporte maintenant en France, en Belgique, en Suisse et au Sénégal ses publications éducatives très prisées. Renseignements : **www.artichaut.ca**

... Propriétaire de la société **Jellet Biotek Ltd.**, de Dartmouth (N.-É.), qui met au point et fabrique des trousseaux de diagnostic rapide servant à détecter les toxines dans les crustacés et coquillages —, **M^{me} Joanne Jellett** a effectué de nombreux voyages inhabituels. Son approche concrète pour la création d'une entreprise devenue un leader mondial dans le développement de trousseaux de diagnostic novatrices, qui permettent de remplacer les essais sur des animaux vivants, l'a menée des Philippines jusqu'à l'île Kodiak, en Alaska. La société Jellett Biotek exporte ses produits aux États-Unis, au Chili, au Japon, à Singapour, à Hong Kong, en Chine, en Inde, au Vietnam, en Europe, au Royaume-Uni, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Renseignements : **www.jellettbiotek.ca**

Posez immédiatement votre candidature aux prix d'excellence à l'exportation canadienne

Qui est admissible? Toutes les sociétés ou filiales établies au Canada qui exportent leurs produits ou services depuis au moins trois ans peuvent poser leur candidature. Pour choisir les finalistes et les lauréats, le comité de sélection tient compte des réalisations des sociétés dans des domaines tels que : l'augmentation importante des ventes à l'exportation au cours des trois dernières années financières; l'introduction réussie de nouveaux produits ou services sur les marchés étrangers; le succès dans le développement de nouveaux marchés; l'importance du contenu canadien, la gamme de marchés, le maintien sur les marchés face à une forte concurrence étrangère; le rapport entre le chiffre de ventes d'exportation et le chiffre de ventes totales; le caractère unique du produit ou du service ainsi que la recherche et le développement menant à l'augmentation des exportations.

Comment faire pour poser votre candidature? Les entreprises sont invitées à poser leur candidature par courriel. Elles trouveront les formulaires et la marche à suivre sur le site Web consacré aux Prix d'excellence à l'exportation canadienne, à **www.infoexport.gc.ca/awards-prix**.

L'ÉCHÉANCE FIXÉE POUR LA RÉCEPTION DES CANDIDATURES EST LE 31 MARS 2002.

Pour de plus amples informations, communiquer avec **Lucille Latremouille-Dyett**, tél. : (613) 944-2395, courriel : **lucille.latremouille-dyett@dfait-maeci.gc.ca**

Et les LAURÉATES sont...

Les associations et groupes de femmes d'affaires de tout le Canada décernent une foule de prix aux femmes propriétaires d'entreprise pour célébrer leur esprit d'initiative et leurs réalisations. Certaines étoiles montantes dans l'univers de l'exportation figurent parmi les femmes chefs d'entreprises qui ont été récompensées l'année dernière. De l'élevage du bétail à l'entraînement professionnel d'athlètes, ces brillantes femmes d'affaires se taillent une réputation sur la scène internationale grâce aux produits et services qu'elles offrent.



Rosemary Marr reçoit le prix d'excellence à l'exportation remis par Ron Dahms, premier vice-président, Développement des entreprises, EDC, à la cérémonie de remise des prix 2001 Rotman Canadian Woman Entrepreneur of the Year Awards décernées aux femmes entrepreneures.

Voici un aperçu des principaux prix décernés d'un océan à l'autre en 2001

- Le 5 novembre 2001, plus de 200 femmes ont assisté au dîner de gala pour la remise des prix aux femmes chefs d'entreprise, organisé par la **NLOWE – Newfoundland and Labrador Organization of Women Entrepreneurs** (www.nlowe.org). L'exportatrice **Kimberly Crosbie**, présidente de **IES Health Technologies** à South River et St. John's, a obtenu le **Grand Prix de l'Entrepreneur pour la région de l'Est**. La société, qui produit des jeux vidéo éducatifs, se spécialise dans l'information sur la santé et exporte aux États-Unis ses jeux vidéo renseignant les enfants sur l'asthme. La **NLOWE**, qui a elle-même fortement contribué au succès des femmes d'affaires dans la province depuis 1997, a remporté le prix **Excellence in Fostering Entrepreneurship**, à l'occasion de la première cérémonie de remise des Community Economic Development Awards du gouvernement de Terre-Neuve, qui a eu lieu en octobre 2001.
- Gagnant du **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** pour l'année 2001, le **Mermaid Theatre of Nova Scotia** (www.mermaidtheatre.ns.ca) a été cofondé par sa directrice générale, Sara Lee Lewis. La société, établie à Windsor (N.-É.), exporte les trésors d'ingéniosité et de créativité des Maritimes dans le monde entier, notamment à Hong Kong, au Japon, en Australie, en Europe, au Mexique et aux États-Unis, grâce à son théâtre pour enfants qui fait vibrer à l'unisson les familles de toute la planète.
- Pour célébrer son 20^e anniversaire, le **Réseau des femmes d'affaires du Québec** (www.rfaq.ca) a créé un prix qui sera décerné chaque année pour récompenser des Québécoises qui incarnent l'excellence dans le monde des affaires. En 2001, le prix honorant une **femme d'affaires ayant réussi sur les**

marchés étrangers a été attribué à **Liette Labbé**, copropriétaire de **Lystel Holstein** (www.lystel.com), qui se spécialise dans l'élevage de bétail (animaux vivants et embryons). La société est présente dans plus de 15 pays et participe à des foires commerciales dans le monde entier.

- La **Women Entrepreneurs of Saskatchewan Inc. (W.E.)** a attribué le titre **Member of the Year Award** pour l'année 2001 (dans la catégorie des entreprises existantes) à l'entraîneuse sportive professionnelle, **Sandra Greenough**, présidente de **Greenough & Associates Inc.** (www.careerpassion.com), établie à Regina, qui exporte ses services aux États-Unis. La distinction **Award for the Emerging Business** a été accordée à **Irene Friesen** et **Linda Hitching** de **GardenWARE Canada Distributors Ltd.** (www.gardenware.net), de Saskatoon. Ces deux femmes ont conçu un tonneau « vert » pour récolter l'eau de pluie, qui est vendu dans tout le Canada et aux États-Unis. W.E. (www.womenentrepreneurs.sk.ca) est une association sans but lucratif aidant les femmes qui envisagent de faire carrière dans les affaires, de fonder une entreprise ou de diriger une société existante. Lors de son assemblée annuelle, elle décerne des prix pour couronner le succès de ses membres.
- Le prix **Rotman Canadian Woman Entrepreneur of the Year Export Award** (www.cweya.com) a été décerné par EDC, à l'occasion d'un gala qui a eu lieu à Toronto en novembre, à **Rosemary Marr**, présidente-directrice générale du **Transera Group of Companies** (www.transera-intl.com), de Calgary. Transera est une agence d'expédition de marchandises qui jouit d'une excellente réputation en matière de gestion logistique dans les secteurs minier et pétrolier. Cette société est un chef de file dans le domaine de la logistique du transport vers l'ex-Union soviétique, et elle coordonne régulièrement des expéditions globales par voie aérienne, terrestre et maritime. Plus de 40 % de son chiffre de ventes totales, qui s'élève à plus de 40 millions de dollars, provient de ses ventes à l'exportation. Ce prix d'excellence à l'exportation rend hommage à une exportatrice canadienne qui a fait preuve d'innovation, effectue au moins 30 % de ses ventes à l'extérieur du Canada et a accru ses ventes en développant de nouveaux marchés dans le monde.
- Theresa Carboneau**, présidente-directrice générale de **fSONA Communications**, une société spécialisée dans la technologie des communications sans fil (www.fsona.com) qui exporte ses produits aux États-Unis, au Mexique, en Italie, à Taïpeh, au Venezuela et au Royaume-Uni, a obtenu le titre de **Wired Woman of the Year** pour l'année 2002. Cette distinction lui a été attribuée à l'occasion du quatrième Annual Spotlight Awards Gala™ 2002, qui a eu lieu à Vancouver en février. Décerné par la **Wired Woman Society** et **Women in Film and Video Vancouver**, ce prix récompense des personnalités remarquables qui se sont illustrées par leur excellence dans les domaines convergents de la technologie, du divertissement et des nouveaux médias, et il souligne le rôle que les lauréates peuvent jouer comme modèles et comme guides. La **Wired Woman Society** (www.wiredwoman.com) crée un milieu ouvert qui incite les femmes à explorer les possibilités qu'offre la technologie et à embrasser des carrières qui leur permettront de contribuer dynamiquement à l'avènement de l'ère de l'information. La société, qui possède des bureaux dans tout le Canada, compte plus de 2 000 membres d'un océan à l'autre.

Une date À RETENIR!

Le SOMMET MONDIAL DES FEMMES de 2002 aura lieu en Espagne

Les activités de réseautage et les partenariats commerciaux issus du Sommet mondial des femmes qui s'est tenu en 2001 à Hong Kong continuent de progresser, et le **Sommet de 2002 aura lieu en Espagne du 11 au 13 juillet**. Plus de 400 femmes d'affaires, entrepreneures et chefs de gouvernement de tous les pays et plusieurs secteurs d'activité s'y retrouveront pour discuter des pratiques commerciales et des stratégies susceptibles de favoriser le développement économique des femmes. Le Sommet sera axé sur la liberté d'action des femmes dans la sphère économique, et en particulier sur les moyens d'aider celles-ci à tirer parti des technologies pour assurer la croissance de leur entreprise. Le programme prévoit notamment des sessions sur le cybercommerce et sur l'utilisation d'Internet pour créer des liens commerciaux avec des femmes d'autres régions du monde, ainsi que sur les pratiques exemplaires, traditionnelles ou nouvelles, dans le domaine du financement des entreprises appartenant à des femmes, et une table ronde d'entrepreneures qui s'occupent d'échanges commerciaux. Renseignements : www.globewomen.com

L'ALLIANCE INTERNATIONALE DES FEMMES CADRES ET DES FEMMES PROFESSIONNELLES sera à Hong Kong et à Beijing, du 4 au 11 mai 2002.

Les femmes d'affaires canadiennes sont invitées à se joindre à la International Alliance of Executive and Professional Women (TIA), qui va effectuer une mission internationale à Hong Kong et en Chine cette année. En tant que membre canadien de la TIA, l'association canadienne des femmes cadres et entrepreneures [Canadian Association of Women Executives and Entrepreneurs – CAWEE] participera encore cette année à cette mission.

Chaque année, la TIA effectue une mission pour permettre à ses membres de différents pays de se rencontrer et d'avoir des échanges de vues sur leurs objectifs. Les missions qui ont eu lieu dans le passé en Norvège, en Allemagne, en République tchèque, en Angleterre et en Irlande ont offert d'excellentes possibilités de constituer des réseaux d'affaires. En 2002, la mission vous donnera l'occasion de rencontrer des femmes d'affaires de Hong Kong, mais aussi d'Indonésie, des Philippines et de Panama, et de participer à des activités spéciales de formation de réseaux, à des dîners et à des réceptions. Après Hong Kong, la délégation se rendra à Beijing, où elle sera accueillie par la Fédération panchinoise des femmes (FPF). Renseignements : www.t-i-a.com

Contactez Tour East à Toronto au 1 800 667-3951 si vous souhaitez faire des réservations d'avion et d'hôtel. Renseignements : **Maxine Westaway**, présidente de la Conférence, **tél.** : (416) 929-6132.

Une magnifique possibilité de réseautage dans l'OUEST!

L'Alberta Women's Enterprise Initiative Association (AWEIA) sera l'hôte d'IMPACT! La Pan West Conference for Women Entrepreneurs, qui réunira des femmes chefs d'entreprise en provenance de toute la région de l'Ouest, se tiendra du 24 au 26 avril 2002, à l'hôtel Westin, à Calgary (Alberta). Elle offrira notamment des séances en ateliers, des allocutions thématiques, des occasions de découvrir des modes innovateurs d'apprentissage et des possibilités de réseautage, qui sont toutes destinées à avoir un IMPACT sur votre entreprise et votre vie.



Sommet mondial des femmes de 2001, à Hong Kong : Lois McIntosh (à gauche), PDG de Micro-Max Products, et Ann Sherry (à droite), PDG de la Banque de Melbourne (Australie), en compagnie de deux déléguées sud-africaines.

Soyez prêtes à retrousser vos manches et à glaner certaines idées précieuses dont pourrait profiter votre entreprise. Les thèmes de la conférence traiteront notamment de l'information sur la concurrence, la vente stratégique et la gestion financière. Cette conférence annuelle rassemble des femmes propriétaires d'entreprises de tout l'Ouest canadien pour les aider à acquérir des compétences et à créer des réseaux, ainsi que pour leur donner des idées. Inscriptions en ligne : www.aweia.ab.ca. Renseignements : **Shawna Bourke**, gestionnaire des communications, **tél.** : 1 (800) 713-3558, **courriel** : shawna.bourke@aweia.ab.ca.

Faire des affaires dans l'HÉMISPHERE SUD

Étendez vos contacts d'affaires à l'Australie et faites l'expérience de l'hospitalité de l'hémisphère austral en participant à la Semaine nationale des femmes [National Women's Week] à Sydney, du 11 au 15 juin. Organisée par l'Australian Businesswomen's Network [Réseau des femmes d'affaires d'Australie] et soutenue par l'Alliance bancaire internationale pour les femmes et par le réseau des femmes entrepreneures de l'APEC [APEC Women Leaders' Network], cette Semaine nationale sera la première manifestation commerciale internationale pour les femmes. En tant que participante venue de l'étranger, vous vous verrez offrir la possibilité de commercialiser vos produits ou services et d'établir des contacts avec d'éventuels partenaires commerciaux. Renseignements : **Elizabeth Lahey**, **tél.** : (613) 996-4785, **courriel** : elizabeth.lahey@dfait-maeci.gc.ca

Célébration de la JOURNÉE INTERNATIONALE DE LA FEMME

Susan Sweeney, experte en commercialisation pour le cybercommerce et l'Internet, présidente de Connex Network Inc. et auteure de *The e-Business Formula for Success* et *101 Ways to Promote Your Web Site*, dirigera, le 7 mars, à Toronto, un atelier consacré à la commercialisation sur l'Internet et à l'amélioration des sites Web. Cette activité d'une demi-journée, coparrainée par Industrie Canada et Women in International Trade-Ontario (WITO), soulignera la Journée internationale de la femme. Les droits de participation sont fixés à 25 \$ pour les membres de la WITO et à 35 \$ pour les non-membres. Pour vous inscrire, prière de communiquer avec **Patricia Sagl**, **Tél.** : (416) 973-6154, **courriel** : sagl.patricia@ic.gc.ca

LE GOUVERNEMENT DU CANADA OFFRE UN ÉVENTAIL DE PROGRAMMES DANS LE BUT D'AIDER LES EXPORTATEURS À EXPLOITER DE NOUVEAUX MARCHÉS.

Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) – E-Leads®

Par l'intermédiaire du COAI, les entreprises canadiennes sont invitées à s'inscrire gratuitement au service de repérage électronique du Centre, E-Leads®, en donnant un profil qui indique leurs préférences en matière d'exportation par produit, par service et par marché prioritaire.

Steve Guertin
Tél. : (613) 944-2009 Téléc. : (613) 996-2635
Courriel : steve.guertin@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : www.iboc.gc.ca/eleads

Exportation États-Unis

Exportation États-Unis comprend trois programmes : NEEF, EXPORT - É.-U et NEEF Inverses, lesquels, par les efforts des partenaires d'Équipe Canada Inc., soutiennent les initiatives gouvernementales en vue de faire augmenter le nombre d'exportateurs actifs vers les États-Unis. Depuis 1984, plus de 15 000 entreprises canadiennes ont participé à ces programmes d'exportation.

Centre local de commerce international
Site Web : strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html

Missions d'Équipe Canada

Pour faciliter l'accès des entreprises canadiennes aux marchés internationaux et les aider à intensifier leurs échanges commerciaux à l'étranger, ce partenariat des secteurs public et privé organise dans des pays choisis des missions qui ciblent des secteurs spécifiques.

Missions commerciales
Tél. : (613) 944-2520
Site Web : www.tcm-mec.gc.ca

Nouveaux exportateurs vers l'Amérique du Sud (NEXSA)

Conçu pour les entreprises qui sont prêtes à exporter, ce programme offre aux entreprises canadiennes une formation touchant le marché, puis commandite une mission commerciale de cinq jours dans deux marchés importants d'Amérique du Sud

Centre local de commerce international
Site Web : strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html

Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS)

Ces missions font connaître aux entreprises canadiennes les marchés européens. Elles sont conçues en fonction d'une manifestation telle qu'une foire commerciale internationale et comportent une journée entière de séances d'information qui servent à répondre à des questions sur l'exportation.

Emmanuel Skoulas
Tél. : (613) 995-6565 Téléc. : (613) 944-1008
Courriel : emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca

Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)

Ce programme d'assistance au développement du commerce international partage le coût des activités que les petites entreprises ne pourraient régler seules. Les entreprises admissibles au programme ont un chiffre d'affaires qui se situe entre 250 000 \$ et 10 millions de dollars et elles doivent présenter un plan de développement du marché.

Centre local de commerce international
Site Web : strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html
PDME: www.infoexport.gc.ca/pemd/menu-f.asp

WIN Exports

Les entreprises canadiennes sont invitées à s'inscrire dans cette base de données pour se faire connaître sur les marchés internationaux. Les délégués commerciaux en poste dans les missions utilisent cette base pour mettre les acheteurs étrangers en contact avec des fournisseurs canadiens.

Debbie Laplante
Tél. : (613) 996-5701 Téléc. : (613) 1-800-667-3802
Courriel : debbie.laplante@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : www.infoexport.gc.ca/winexports

Exportation et développement Canada

EDC offre aux exportateurs et aux investisseurs canadiens des services de financement du commerce extérieur et de gestion des risques sur quelque 200 marchés.

Ligne directe d'EDC 1-866-857-6031
Site Web : www.edc.ca

Pour entrer en contact avec des spécialistes du commerce international au sein du secteur public, qui sont en mesure d'aider les exportatrices partout au Canada, voici une **LISTE DE PERSONNES-RESSOURCES** qui travaillent dans les **CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL**.

Patricia Williams
Agente de secteur/déléguée commerciale,
St John's (Terre-Neuve)
Tél. : (709) 772-4590 Téléc. : (709) 772-5093
Courriel : williams.patricia@ic.gc.ca

Shelley Clark
Agent de liaison des missions commerciales,
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
Tél. : (902) 566-7488 Téléc. : (902) 566-7098
Courriel : sclark@acoa-apeca.gc.ca

Darlene Duggan
Déléguée commerciale, Halifax (Nouvelle-Écosse)
Tél. : (902) 426-6658 Téléc. : (902) 426-5218
Courriel : duggan.darlene@ic.gc.ca

Marcia Browne
Déléguée commerciale, Moncton (Nouveau-Brunswick)
Tél. : (506) 851-6468 Téléc. : (506) 851-6429
Courriel : browne.marcia@ic.gc.ca

Manon Limoges
Déléguée commerciale, Montréal (Québec)
Tél. : (514) 283-7856 Téléc. : (514) 283-8794
Courriel : limoges.manon@ic.gc.ca

Candice Rice
Déléguée commerciale, Toronto (Ontario)
Tél. : (416) 973-5157 Téléc. : (416) 973-8161
Courriel : rice.candice@ic.gc.ca

Suzanne Cormie
Déléguée commerciale, Winnipeg (Manitoba)
Tél. : (204) 983-2594 Téléc. : (204) 983-3182
Courriel : cormie.suzanne@ic.gc.ca

Mona Taylor
Déléguée commerciale, Regina (Saskatchewan)
Tél. : (306) 780-6124 Téléc. : (306) 780-8797
Courriel : taylor.mona@ic.gc.ca

Dee Pannu
Déléguée commerciale, Edmonton (Alberta)
Tél. : (780) 495-3329 Téléc. : (780) 495-4507
Courriel : pannu.dee@ic.gc.ca

Bill Johnston
Délégué commercial, Vancouver (C.-B.)
Tél. : (604) 666-1443 Téléc. : (604) 666-0954
Courriel : johnston.william@ic.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères et du
Commerce international (MAECI)
Elizabeth Lahey, déléguée commerciale (Femmes d'affaires)
Tél. : (613) 996-4785
Courriel : elizabeth.lahey@dfait-maeci.gc.ca

Exportation et développement Canada (EDC)
Ligne directe d'EDC
Tél. : 1 (866) 857-6031
Site Web : www.edc.ca

Rédactrice
Bay Communications
Courriel : sbaka@interlog.com



Au service des industries de l'environnement

Événement(s) à venir au Canada

Globe 2002
du 13 au 15 mars 2002
Vancouver, C.B.
www.globe2002.com

Associations nationales

L'Association canadienne des entreprises de géomatique
www.giac.ca

L'Association canadienne des industries de l'environnement (ACIE)
www.ceia-acie.ca

Le Conseil canadien des ressources humaines de l'industrie de l'environnement (CCHREI)
www.cchrei.ca

Personne-ressource au Service des délégués commerciaux

Jeffrey Tracey
Délégué commercial
Industries de l'environnement
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario), K1A 0G2
T : (613) 996-3644
F : (613) 943-1103
C : jeffrey.tracey@dfait-maeci.gc.ca

Études de marchés et profils sectoriels* disponibles pour la région de l'Asie-Pacifique

- Corée**
 - Le marché des industries de l'environnement
- Australie**
 - Profil du secteur de l'environnement

L'AVANTAGE EUROPE

de traiter éventuellement 90 % des effluents dans des stations d'épuration (moyenne de l'UE). Une telle situation a ouvert des perspectives dans le secteur de la planification des sols et des ressources, ainsi qu'au niveau de la fourniture de connaissances, d'équipements et de services.

créneaux spécialisés sur le marché portugais de trouver un agent ou un partenaire local.

Principaux concurrents

Dans le secteur de l'alimentation en eau, des concessions ont déjà été accordées à

Débouchés : approvisionnement en eau, épuration des eaux usées

L'environnement est à saisir au Portugal

Gestion des déchets solides industriels ou urbains — Le gouvernement a ouvert la gestion des déchets solides au secteur privé. Un grand nombre de petites entreprises fournissent maintenant des services comme le nettoyage des rues et le ramassage des matières recyclables. La gestion des déchets solides d'origine industrielle est toutefois le problème le plus grave, du fait qu'un grand nombre d'industries déchargent actuellement leurs déchets dans des municipalités très mal équipées pour les traiter. Il est donc urgent de trouver des solutions pour prévenir la création de déchets industriels, et d'avoir recours à des technologies plus propres et des techniques d'aval.

Qualité de l'approvisionnement en eau potable — La quantité d'eau potable qui est captée et mise à la disposition de chaque habitant du Portugal est d'environ 85 m³, le volume le plus faible dans l'UE. Seulement 80 % de cette eau fait l'objet d'un contrôle de qualité. Il y aura indubitablement dans les années à venir un marché florissant pour l'eau douce potable, largement soutenu par les crédits de l'UE et du secteur public. À l'heure actuelle, l'octroi de concessions au secteur privé pour le captage, le traitement et la distribution à usage domestique de l'eau ne se fait qu'au compte-goutte, étant donné l'énorme investissement de capitaux nécessaires.

Problèmes d'accès au marché

Il est essentiel pour les entreprises canadiennes qui œuvrent dans le domaine de l'environnement et qui cherchent des

de grands entrepreneurs locaux comme la Générale des Eaux (Portugal) Ltée, Lusaqua (Vivendi, Lyonnaise des Eaux), Aguapor (IPE Group), AGS (Somague Group) et Indáqua (Mota & Ca.). Ces contrats de concession concernent 12 % de la population. Des entreprises françaises, allemandes et italiennes sont également à l'œuvre dans d'autres domaines, notamment les équipements de traitement des eaux de distribution ou d'épuration des eaux usées, ainsi que de recyclage et de traitement des déchets solides industriels ou urbains.

Les entreprises canadiennes doivent noter que les ministères de l'Environnement et des Finances, ainsi que les municipalités qui réglementent le secteur, énoncent les politiques et attribuent les contrats.

Sites internet utiles

- Portail du secteur de l'environnement portugais : www.netmais.pt/ambiente
- Direction générale de l'environnement de la Commission européenne : http://europa.eu.int/comm/dgs/environment/index_fr.htm
- Réseau européen d'information et d'observation pour l'environnement : www.dga.min-amb.pt/eionet.htm
- Ministère portugais de l'Environnement : www.dga.min-amb.pt/rama.html

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Carlos Lindo da Silva, agent de commerce, ambassade du Canada à Lisbonne, tél. : (011-351-21) 316-4600, téléc. : (011-351-21) 316-4695, courriel : carlos.silva@dfait-maeci.gc.ca

LE GOUVERNEMENT DU CANADA OFFRE UN ÉVENTAIL DE PROGRAMMES DANS LE BUT D'AI À EXPLOITER DE NOUVEAUX MARCHÉS.

Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) – E-Leads®

Par l'intermédiaire du COAI, les entreprises canadiennes sont invitées à s'inscrire gratuitement au service de repérage électronique du Centre, E-Leads®, en donnant un profil qui indique leurs préférences en matière d'exportation par produit, par service et par marché prioritaire.

Steve Guertin
Tél. : (613) 944-2009 Téléc. : (613) 996-2635
Courriel : steve.guertin@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : www.iboc.gc.ca/eleads

Exportation États-Unis

Exportation États-Unis comprend trois programmes : NEEF, EXPORT - É.-U. et NEEF Inverses, lesquels, par les efforts des partenaires d'Équipe Canada Inc., soutiennent les initiatives gouvernementales en vue de faire augmenter le nombre d'exportateurs actifs vers les États-Unis. Depuis 1984, plus de 15 000 entreprises canadiennes ont participé à ces programmes d'exportation.

Centre local de commerce international
Site Web : strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html

Missions d'Équipe Canada

Pour faciliter l'accès des entreprises canadiennes aux marchés internationaux et les aider à intensifier leurs échanges commerciaux à l'étranger, ce partenariat des secteurs public et privé organise dans des pays choisis des missions qui ciblent des secteurs spécifiques.

Missions commerciales
Tél. : (613) 944-2520
Site Web : www.tcm-mec.gc.ca

Nouveaux exportateurs vers l'Amérique du Sud (NEXSA)

Conçu pour les entreprises qui sont prêtes à exporter, ce programme offre aux entreprises canadiennes une formation touchant le marché, puis commandite une mission commerciale de cinq jours dans deux marchés importants d'Amérique du Sud.

Centre local de commerce international
Site Web : strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html

Nouveaux exportateur

Ces missions font connaître au monde les entreprises canadiennes conçues en fonction d'une maquette comportant une journée entière de questions sur l'exportation.

Emmanuel Skoulas
Tél. : (613) 995-6565 Téléc. : (613) 995-6565
Courriel : emmanuel.skoulas@dfait-maeci.gc.ca

Programme de dévelop

Ce programme d'assistance aux entreprises canadiennes vise à aider les petites entreprises à développer leur présence commerciale à l'étranger. Les entreprises doivent présenter un plan d'affaires.

Centre local de commerce international
Site Web : strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html
PDME : www.infoexport.gc.ca

WIN Exports

Les entreprises canadiennes qui exportent vers les marchés internationaux utilisent cette base pour mettre en évidence leurs produits.

Debbie Laplante
Tél. : (613) 996-5701 Téléc. : (613) 996-5701
Courriel : debbie.laplante@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : www.infoexport.gc.ca

Exportation et dévelop

EDC offre aux exportateurs et aux entreprises canadiennes une assistance en matière de commerce extérieur et de développement international.

Ligne directe d'EDC 1-866-951-2262
Site Web : www.edc.ca



Brunei Darussalam

- Profil du secteur de l'environnement

Chine

- Le changement climatique et le marché de l'efficacité énergétique
- Le marché des industries de l'environnement
- Profil du secteur de l'environnement

Hong Kong

- Le marché des industries de l'environnement

Inde

- Le marché de la gestion des déchets
- Profil du secteur de l'environnement

Indonésie

- Profil du secteur de l'environnement

Japon

- Le marché de la restauration des sites au Japon
- Le marché des déchets dangereux
- Profil du secteur de l'environnement

Malaisie

- Profil du secteur de l'environnement

Pakistan

- Profil du secteur de l'environnement

Philippines

- Profil du secteur de l'environnement

Thaïlande

- Profil du secteur de l'environnement

Viêt-nam

- Profil du secteur de l'environnement

* Produits par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du Canada. Pour les consulter, visitez :

www.infoexport.gc.ca

L'AVANTAGE EUROPE

Des études indiquent que les Portugais se montrent de plus en plus préoccupés par les questions environnementales, notamment l'épuration des eaux usées, la qualité de l'eau potable, les dommages écologiques provoqués par les feux de forêt et la pollution des rivières. Selon de récentes statistiques, seulement 42 % de la population du Portugal est alimentée en eau potable de bonne qualité, et seuls 27 % des effluents aqueux et 75 % des déchets solides urbains sont traités adéquatement. Comme la pollution industrielle au Portugal correspond à une population de 26 millions d'habitants — plus de deux fois et demi la population réelle — le besoin de nouvelles techniques de protection de l'environnement est urgent.

Débouchés

L'assainissement des eaux et le traitement des résidus, le recyclage et le traitement des déchets solides industriels ou urbains, viennent en tête de la liste des débouchés qui s'ouvrent dans le secteur de l'environnement. Le Portugal a réservé 11,67 milliards de dollars d'ici 2006 au règlement de ses problèmes environnementaux, dont 4,17 milliards seront financés par l'Union européenne (UE). Le reliquat, qui sera assumé par le gouvernement et le secteur privé portugais, sera consacré à améliorer les conditions sanitaires au Portugal pour qu'elles soient conformes aux normes européennes.

EUROPE

Comme le Portugal est tenu de contenir la dette publique, des débouchés se sont ouverts pour le secteur privé. Pour attirer les investissements dans la réduction de la pollution de l'air et le traitement des déchets solides et des effluents, le gouvernement portugais offre, depuis 1999, des crédits d'impôt égaux à 8 % des investissements dans des actifs comme les équipements d'usage écologique. Le crédit est limité à 20 % de l'impôt net sur les bénéfices, jusqu'à concurrence de 80 000 \$.

Épuration des eaux usées — À peu près les trois quarts des Portugais ont un logement relié à un réseau quelconque d'effluents aqueux. Toutefois, les eaux usées de seulement 55 % de la population sont traitées dans des stations d'épuration, ce qui est bien loin de l'objectif du Portugal

de traiter éventuellement 90 % des effluents dans des stations d'épuration (moyenne de l'UE). Une telle situation a ouvert des perspectives dans le secteur de la planification des sols et des ressources, ainsi qu'au niveau de la fourniture de connaissances, d'équipements et de services.

Débouchés : approvisionnement en eau, épuration des eaux usées

L'environnement est à saisir au Portugal

Gestion des déchets solides industriels ou urbains — Le gouvernement a ouvert la gestion des déchets solides au secteur privé. Un grand nombre de petites entreprises fournissent maintenant des services comme le nettoyage des rues et le ramassage des matières recyclables. La gestion des déchets solides d'origine industrielle est toutefois le problème le plus grave, du fait qu'un grand nombre d'industries déchargent actuellement leurs déchets dans des municipalités très mal équipées pour les traiter. Il est donc urgent de trouver des solutions pour prévenir la création de déchets industriels, et d'avoir recours à des technologies plus propres et des techniques d'aval.

Qualité de l'approvisionnement en eau potable — La quantité d'eau potable qui est captée et mise à la disposition de chaque habitant du Portugal est d'environ 85 m³, le volume le plus faible dans l'UE. Seulement 80 % de cette eau fait l'objet d'un contrôle de qualité. Il y aura indubitablement dans les années à venir un marché florissant pour l'eau douce potable, largement soutenu par les crédits de l'UE et du secteur public. À l'heure actuelle, l'octroi de concessions au secteur privé pour le captage, le traitement et la distribution à usage domestique de l'eau ne se fait qu'au compte-goutte, étant donné l'énorme investissement de capitaux nécessaires.

Problèmes d'accès au marché

Il est essentiel pour les entreprises canadiennes qui œuvrent dans le domaine de l'environnement et qui cherchent des

créneaux spécialisés sur le marché portugais de trouver un agent ou un partenaire local.

Principaux concurrents

Dans le secteur de l'alimentation en eau, des concessions ont déjà été accordées à

de grands entrepreneurs locaux comme la Générale des Eaux (Portugal) Ltée, Lusaqua (Vivendi, Lyonnaise des Eaux), Aguapor (IPE Group), AGS (Somague Group) et Indáqua (Mota & Ca.). Ces contrats de concession concernent 12 % de la population. Des entreprises françaises, allemandes et italiennes sont également à l'œuvre dans d'autres domaines, notamment les équipements de traitement des eaux de distribution ou d'épuration des eaux usées, ainsi que de recyclage et de traitement des déchets solides industriels ou urbains.

Les entreprises canadiennes doivent noter que les ministères de l'Environnement et des Finances, ainsi que les municipalités qui réglementent le secteur, énoncent les politiques et attribuent les contrats.

Sites internet utiles

- Portail du secteur de l'environnement portugais : www.netmais.pt/ambiente
- Direction générale de l'environnement de la Commission européenne : http://europa.eu.int/comm/dgs/environment/index_fr.htm
- Réseau européen d'information et d'observation pour l'environnement : www.dga.min-amb.pt/eionet.htm
- Ministère portugais de l'Environnement : www.dga.min-amb.pt/rama.html

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Carlos Lindo da Silva, agent de commerce, ambassade du Canada à Lisbonne, tél. : (011-351-21) 316-4600, téléc. : (011-351-21) 316-4695, courriel : carlos.silva@dfait-maeci.gc.ca

Pour entrer en contact avec des spécialistes du commerce international au sein du secteur public, partout au Canada, voici une **LISTE DE PERSONNES-RESSOURCES** qui travaillent dans les CENTRES

Patricia Williams
Agente de secteur/déléguée commerciale,
St John's (Terre-Neuve)
Tél. : (709) 772-4590 Téléc. : (709) 772-5093
Courriel : williams.patricia@ic.gc.ca

Shelley Clark
Agent de liaison des missions commerciales,
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
Tél. : (902) 566-7488 Téléc. : (902) 566-7098
Courriel : sclark@acoa-apeca.gc.ca

Darlene Duggan
Déléguée commerciale, Halifax (Nouvelle-Écosse)
Tél. : (902) 426-6658 Téléc. : (902) 426-5218
Courriel : duggan.darlene@ic.gc.ca

Marcia Browne
Déléguée commerciale, Moncton (Nouveau-Brunswick)
Tél. : (506) 851-6468 Téléc. : (506) 851-6429
Courriel : browne.marcia@ic.gc.ca

Manon Limoges
Déléguée commerciale, Montréal (Québec)
Tél. : (514) 283-7856 Téléc. : (514) 283-8794
Courriel : limoges.manon@ic.gc.ca

Candice Rice
Déléguée commerciale, Toronto (Ontario)
Tél. : (416) 973-5157 Téléc. : (416) 973-8161
Courriel : rice.candice@ic.gc.ca

Suzanne Cormie
Déléguée commerciale, Winnipeg (Manitoba)
Tél. : (204) 983-2594 Téléc. : (204) 983-3182
Courriel : cormie.suzanne@ic.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères et du
Commerce international (MAECI)
Elizabeth Lahey, déléguée commerciale (Femmes d'affaires)
Tél. : (613) 996-4785
Courriel : elizabeth.lahey@dfait-maeci.gc.ca

Exportation et développement Canada (EDC)
Ligne directe d'EDC
Tél. : 1 (866) 857-6031
Site Web : www.edc.ca

Le programme ambitieux relatif à l'accession de la Chine à l'OMC représente un énorme bond en avant, mais sa mise en œuvre sera passionnante et aura d'énormes répercussions intérieures. Les entreprises canadiennes devront se montrer déterminées, et prudentes, pour poser

d'encre, les télécopieurs, les résistances et les circuits intégrés. Les contingents tarifaires (volumes d'importation) pour le blé passeront de 0,9 million de tonnes en 2000 à 9,6 millions de tonnes d'ici 2004, et le tarif contingentaire sera de 1 %.

Parmi les questions posées : À quoi peuvent s'attendre les banques canadiennes qui ont des bureaux à Hong Kong et à Guangzhou avec l'ouverture des marchés chinois des services financiers? Les nouveaux engagements en ce qui concerne la propriété intellectuelle peuvent-ils protéger le vin de glace VQA canadien qui arrive à Hong Kong et empêcher qu'il soit copié en Chine méridionale? Que signifie l'accession pour les fournisseurs de pommes de terre de l'île-du-Prince-Édouard ou de bœuf de l'Alberta? Quelle approche la Chine et le reste du monde

prendront-ils par rapport aux produits contenant des organismes génétiquement modifiés (OGM) qui entrent en Chine? Quelle sera la position d'une entreprise d'électronique qui offre des produits et des services de soutien, étant donné que les règles d'établissement sont différentes pour les deux en Chine?

Il faut bien réfléchir et bien connaître la situation pour répondre à ces questions complexes, mais les agents commerciaux canadiens sont mieux équipés à présent pour le faire.

Liens utiles

Pour en savoir plus sur la Chine et l'OMC : www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/WTO-CC-f.asp

Pour des rapports d'analyses sectorielles sur l'OMC : www.infoexport.gc.ca puis suivre les liens jusqu'à la page de la Chine.

Pour plus de renseignements sur le gouvernement canadien en Chine, cliquer sur les sites internet suivants :

- Guangzhou — « L'OMC en Chine méridionale : perspective de Guangzhou » : www.canada.org.cn/guangzhou/index.htm
- Hong Kong — www.dfait-maeci.gc.ca/dfait/missions/hongkong/index.htm
- Beijing — www.canada.org.cn/beijing/index.htm
- Shanghai — www.shanghai.gc.ca/
- Chongqing — www.canada.org.cn/chongqing/index.htm

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-0905, téléc. : (613) 943-1068, courriel : pcm@dfait-maeci.gc.ca



Bénéficiaire de l'accession de la Chine à l'OMC Les agents commerciaux du Canada à votre service

des jalons dans le nouvel environnement économique en pleine mutation de la Chine. Pour profiter de l'immense potentiel qui se dévoile maintenant, les exportateurs canadiens devront aussi disposer de renseignements à jour. C'est là que le personnel qualifié du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) peut être d'un grand secours.

Les fournisseurs de certains des principaux produits et de services canadiens exportés vers la Chine devraient bénéficier de la libéralisation importante du marché qui accompagne l'accession.

Les restrictions qui pèsent sur l'entrée sur le marché seront sensiblement réduites pour plusieurs industries de services, y compris les télécommunications et les services financiers. Bientôt, les banques seront autorisées à effectuer un éventail plus large de transactions en monnaie locale (renminbi - RMB) et les restrictions géographiques seront peu à peu levées pour les banques et les sociétés d'assurances, ce qui leur permettra un plus grand accès aux consommateurs chinois. Les documents d'accession clarifient et améliorent également l'accès des étrangers au marché chinois dans divers autres secteurs de services, dont ceux de l'environnement.

Les tarifs seront considérablement réduits pour la plupart des exportations canadiennes. Ainsi, d'ici 2005, ils seront éliminés pour 251 produits de la technologie de l'information, notamment les stations de base et les commutateurs pour télécommunications mobiles, les ordinateurs, les imprimantes laser et à jet

Le tarif chinois moyen sur certaines pièces d'automobiles en provenance du Canada passera de 21,1 % à 11,5 % d'ici 2006.

Les agents commerciaux du Canada formés pour aider

Ces produits et ces services figuraient parmi les nombreux autres traités pendant les séances de formation de deux jours organisées en novembre dernier pour le personnel du Service des délégués commerciaux du Canada en poste en Chine et à Hong Kong. Ces séances comprenaient des discussions sur les engagements, l'opportunité, les débouchés, les adaptations, les défis et, surtout, ce que tout cela signifie pour les entreprises canadiennes en Chine.

Les séances de formation, qui étaient organisées par la Direction de la Chine du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), étaient dirigées par des spécialistes internes tels que M. Terry Collins-Williams, représentant permanent adjoint du Canada auprès de l'OMC, ainsi que des agents d'Ottawa et de l'ambassade du Canada à Beijing. Parmi les sujets traités figuraient les principes généraux et le cadre de l'accession ainsi que les engagements particuliers qui changeront le cadre commercial en Chine pour un certain nombre de secteurs, dont l'électronique, l'automobile, l'agriculture, le change et les services.

Le contenu des séances et les discussions qui ont suivi reflétaient les préoccupations commerciales des exportateurs qui se préparent à profiter des immenses possibilités qui se présentent maintenant en Chine.

La réforme au Japon

— Suite de la page 1

Le Canada participe activement au processus de la réforme de la réglementation depuis le début et prend acte des progrès accomplis par le Conseil sur certaines questions, en particulier, sur le dernier plan triennal de déréglementation et son récent rapport provisoire portant sur six domaines importants. Le Canada félicite le Japon des propositions prioritaires formulées par ce dernier à l'égard de six secteurs importants, notamment les soins de santé, le bien-être et le soin des enfants, les ressources humaines, l'éducation, l'environnement ainsi que le renouveau urbain.

Encouragé par les initiatives de réforme de la réglementation entreprises par le gouvernement actuel du Japon, et dans le but d'accélérer la reprise économique du Japon, le Canada demande instamment de supprimer les obstacles réglementaires imposés aux investissements étrangers.

Points principaux de l'exposé

Dans le même cadre de suppression des obstacles aux investissements, l'exposé du Canada comporte aussi des commentaires sur les télécommunications, les services financiers, le code commercial, la réforme judiciaire, les services juridiques, la politique de la concurrence, la politique relative au transport aérien et l'énergie ainsi que sur les problèmes particuliers de produits concernant les matériaux de construction, les instruments médicaux et les produits pharmaceutiques et la vérification de la teneur en formaldéhyde des matériaux entrant dans la confection des vêtements pour enfants.

Voici des extraits de l'exposé du Canada : **Télécommunications** — Le Canada encourage les mesures suivantes :

- accès équitable aux terrains et aux installations appartenant aux services publics, ou contrôlés par eux, pour faciliter la construction et l'expansion des infrastructures sur les terres et les installations publiques;
- mise en place d'un système efficace et rapide de médiation et d'arbitrage en

cas de désaccord ou de différend concernant les emprises;

- suppression des prescriptions par trop contraignantes relativement au dépôt de tarifs et d'avis;
- constant respect de la réglementation concernant le transporteur dominant.

Services financiers — Le Canada appuie les efforts déployés par le gouvernement du premier ministre, M. Koizumi, en vue de rationaliser et de privatiser les institutions financières bénéficiant d'un soutien public.

Code commercial — Le Canada demande au Japon d'encourager les entreprises japonaises à incorporer les dirigeants étrangers et de suivre de près les progrès accomplis à ce chapitre.

Réforme judiciaire — Le Canada demande au Japon de renforcer la responsabilisation des organismes administratifs au moyen d'un pouvoir accru des tribunaux pour procéder à un contrôle judiciaire des décisions prises par ces organismes.

Services juridiques — Le Canada demande au Japon d'abolir les restrictions actuelles sur l'emploi et les partenariats entre les avocats japonais et les avocats étrangers et de lever l'interdiction faite actuellement aux avocats étrangers de donner des conseils juridiques sur leur pays d'origine ou sur des tiers quand leurs compétences en ce domaine sont reconnues.

Politique de la concurrence — Le Canada demande au Japon de donner suffisamment de ressources et de pouvoirs à la Japan Fair Trade Commission (JFTC) pour qu'elle puisse s'acquitter de son rôle accru d'autorité compétente en matière de concurrence sur le marché japonais.

Politique relative au transport aérien — Le Canada demande au Japon de revoir la stratégie envisagée pour la nouvelle piste de l'aéroport de Narita en vue de maximiser la capacité de cet aéroport.

Énergie — Le Canada aimerait encourager un meilleur dialogue avec le Japon sur les questions d'énergie et sur le cadre réglementaire.

Produits de construction — Le Canada fait de nombreuses suggestions visant à



faciliter aux exportateurs l'introduction de technologies et de produits nouveaux sur le marché japonais.

Réformes concernant d'autres produits — Le Canada exhorte le Japon à rendre conformes ses procédés d'homologation des instruments médicaux et des produits pharmaceutiques à ceux régis par les normes internationales et à faciliter l'utilisation des données cliniques étrangères.

Le Canada appuie le processus de réforme de la réglementation du Japon et contribue à la reprise économique de ce pays en le faisant bénéficier de sa propre expérience dans ce domaine. Le Canada espère ainsi attirer plus d'entreprises canadiennes et encourager d'un investissement canadien au Japon.

La version intégrale des Commentaires et propositions du Canada au Conseil de la réforme de la réglementation est publiée sur l'internet par le MAECI, Direction du Japon, à : www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/political/new-dereg-e.asp

Pour plus de renseignements, joindre M^{me} Illya Shimizu, agente des relations avec les médias, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6200, poste 3336, courriel : illya.shimizu@dfait-maeci.gc.ca ou M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2467, téléc. : (613) 944-2397, courriel : jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca



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.



Gitex 2001 (www.gitex.com), qui a eu lieu du 14 au 18 octobre 2001 au centre de commerce mondial de Dubaï, est la plus grande et la plus prestigieuse exposition des technologies de l'information (TI) au Moyen-Orient — l'un des marchés des TI les plus dynamiques au monde. La participation canadienne à Gitex, organisée par le consulat du Canada à Dubaï, s'est accrue considérablement au cours des six dernières années, ce qui témoigne de l'extraordinaire renommée du Canada dans le secteur des TI.

Un pavillon du Canada et un pavillon du Québec étaient mis à la disposition des exposants au salon. Les dix entreprises suivantes ont exposé au pavillon du Canada : **SLM Soft, META Group, Identicam, Worldsites Network, Xplore Technologies, Hyperchip Inc., Pulse Software and Consulting Inc., Entrust Inc., Proxymedia, et Plaintree Systems Inc.** Une délégation de dix entreprises, dont **NSI Global Inc.**, occupait le pavillon du Québec.

Selon tous les participants, la qualité de la planification et de l'organisation assurées par le consulat avaient contribué

directement aux pistes de clients éventuels et aux contacts qu'ils avaient établis et au succès qu'ils avaient connu.

NSI Global s'installe à Dubaï
NSI Global Inc. (www.nsicomm.com), de Pointe-Claire (Québec), fabricant de matériel de télécommunications et de gestion

GITEX — Carrefour mondial des TI

de réseaux bidirectionnels par satellite, appelé microstations terriennes (VSAT), a confirmé qu'il ouvrirait bientôt un bureau à Dubai Internet City (DIC). DIC est un complexe logeant quelque 300 entreprises de médias, de TI et de secteurs connexes.

Le directeur du Développement des affaires chez NSI, M. David Owers, prévoit que l'ouverture d'un bureau régional permettra à l'entreprise d'accroître sensiblement ses ventes : « Nous avons déjà des clients au Yémen et au Liban, et je suis convaincu que lorsque la nouvelle équipe de vente sera installée, nos ventes dans la région augmenteront encore plus. »

Hyperchip achemine ses routeurs à Dubaï
Hyperchip Inc. (www.hyperchip.com), fabricant québécois de routeurs haute-vitesse, a établi des contacts en vue de fournir des produits permettant une connexion internet haute vitesse.

Le consulat du Canada à Dubaï a convaincu Hyperchip d'exposer ses produits à Gitex et lui a fourni des renseignements sur les entreprises de Dubaï, en plus de présenter des partenaires potentiels à l'entreprise.

« C'était la première fois que nous nous rendions au Moyen-Orient. Cela valait certainement la peine de participer à Gitex, » a affirmé M. Remi Makhoul, vice-président du Développement des affaires à Hyperchip. « Nous nous proposons d'ouvrir un bureau dans les mois qui viennent et nous espérons, dans un proche avenir, avoir beaucoup de succès au Moyen-Orient. »

commerce et l'investissement tenu à jour par la Direction du Mexique (Commerce) du MAECI, est un excellent point de départ. En outre, des rapports de marché détaillés portant sur une variété de secteurs sont disponibles sur le site internet du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) (www.infoexport.gc.ca). Par ailleurs, le site internet de l'ambassade du Canada au Mexique (www.canada.org.mx/trade/english/menu.asp) fournit une grande diversité de renseignements généraux et un instrument très pratique « Quick Links for Canadian Exporters & Investors » (www.canada.org.mx/trade/english/links.asp).

Enfin, le site internet de l'EDC (www.edc.ca/proodserv/online/exportcheck/index_f.htm) donne un nombre croissant d'instruments électroniques, notamment Vérif-EXPORT, qui permet aux utilisateurs de faire des vérifications sur 64 millions d'entreprises réparties dans 70 marchés d'exportation clés, dont le Mexique.

Pour renseignements, joindre M. Carlos Rojas-Arbulú, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 995-8804, téléc. : (613) 996-6142, courriel : carlos.rojas-arbulu@dfait-maeci.gc.ca

Le Mexique, un point de mire
 Désireux d'avoir des indications quant à la tournure que les choses vont prendre dans ce marché prometteur, un nombre croissant de gens d'affaires canadiens ont l'œil sur le Mexique et sur les sites internet clés susceptibles de leur offrir une mine d'informations. Viva Mexico (www.dfait-maeci.gc.ca/mexico), le portail d'informations sur le

Exportation et développement Canada (EDC) a parrainé trois étudiants qui ont participé à la mission commerciale d'Équipe Canada Junior qui a accompagné la délégation principale en Russie.

Les étudiants ont été choisis pour représenter le Canada en raison des initiatives qu'ils ont prises en faisant la promotion des avantages du commerce international à leur retour de missions précédentes à l'étranger. Il s'agit de Nathan Liss, 19 ans, de Blind River (Ontario); Pamela Suneja, 17 ans, de Woodbridge (Ontario); et Guillaume Parent, 18 ans, de Québec. Ils poursuivent des études en commerce et en commerce international.

« EDC, qui est notre partenaire national, reconnaît et apprécie la génération montante en lui donnant l'occasion de montrer ce que la jeunesse canadienne

peut offrir » a déclaré M^{me} Amy Giroux, directrice d'Équipe Canada Junior. Le parrainage des missions commerciales d'Équipe Canada Junior fait partie

de donner des conseils aux entreprises qui s'intéressent à ces marchés. La mission avait également pour but de permettre à EDC d'entretenir des contacts

Équipe Canada Junior en mission en Russie Une commandite EDC

de la Stratégie éducation et emploi jeunesse mise sur pied par EDC pour sensibiliser les jeunes Canadiens au commerce international et augmenter les possibilités d'emploi dans ce domaine.

EDC a participé à la mission commerciale en Russie et en Allemagne afin d'établir des relations dans ces pays et

importants avec le gouvernement russe ainsi qu'avec des banques et des industries clés de ce pays, au nom d'entreprises canadiennes.



Pour plus de renseignements sur la participation des étudiants à la mission d'Équipe Canada Junior, cliquer sur le site internet www.gvconnects.com

Rendez-vous au Carrefour international du bois

NANTES, FRANCE — 29-31 mai 2002 — La septième édition du Carrefour international du bois aura lieu ce printemps. Ce salon commercial est axé exclusivement sur le commerce du bois, ce qui en fait une excellente vitrine pour les intervenants canadiens de l'industrie du bois qui veulent faire connaître leurs produits et leurs services.

Cette année on attend plus de 350 exposants et 9 000 visiteurs couvrant toute la gamme des produits du bois. Le visiteur du Carrefour est principalement un décisionnaire, responsable des achats pour son entreprise. L'ambassade du Canada en France y sera aussi.

Le salon mise sur la présence d'une soixantaine de pays. Il est à noter également que des conférences seront organisées sur les aspects économiques et les tendances du marché dans ce secteur.

Le Carrefour est organisé en partenariat avec de nombreux organismes. Seul salon en France valorisant la production et l'importation de sciure et de panneaux, il est en étroite relation avec les fédérations françaises qui représentent ces secteurs, la FNB (www.fnbois.com/ndex.htm) et le Commerce du Bois (www.lecommercedubois.com).

Pour plus de renseignements sur ce salon, communiquer avec M^{me} Cécile Bourdages, agente de commerce, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33)

Hôpital Expo/Intermedica et Medica 2002

PARIS, FRANCE — 21-24 mai 2002 — Hôpital Expo/Intermedica —

DÜSSELDORF, ALLEMAGNE — 20-23 novembre 2002 — Medica 2002 — Toute entreprise canadienne dans le secteur de la technologie de la santé qui s'intéresse au marché européen devrait se joindre à l'une, sinon à toutes les deux prochaines délégations organisées par ExportMed International.

ExportMed offre un service clé en main adapté aux besoins des exportateurs canadiens. Les délégués tireront profit de l'expérience des salons commerciaux internationaux d'ExportMed, et profiteront d'une meilleure visibilité que procure le regroupement de plusieurs entreprises canadiennes sous un

même pavillon canadien. Les inscriptions aux deux salons sont en cours.

Pour plus de renseignements sur Hôpital Expo/Intermedica à Paris, cliquer sur : www.hopitalexpo.com

Pour plus de renseignements sur Medica 2002 à Düsseldorf, cliquer sur : www.medica.de et <http://strategis.ic.gc.ca/medica>

Pour plus de renseignements sur ExportMed International, communiquer avec M^{me} Virginie Morin, tél. : (514) 383-3241 ou 1-866-770-3217, courriel : info@exportmed.com internet : www.exportmed.com

1.44.43.23.74, téléc. : (011-33) 1.44.43.29.98, courriel : cecile.bourdages@dfait-maeci.gc.ca

Pour s'inscrire au salon, communiquer avec M^{me} Samantha Padden, tél. : (011-33) 2.40.73.01.68, téléc. : (011-33) 2.40.73.03.01, courriel : sam@timbershow.com ou info@timbershow.com internet : www.carrefourdubois.com/fr/accueilfr.htm

Secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire

Mission auprès de la Banque mondiale et de la Banque interaméricaine de développement

WASHINGTON (D.C.) — 10-12 avril 2002 — Le World Trade Centre Montréal (www.wtcmontreal.com), en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (<http://agr.gc.ca>) et Équipe Canada inc (http://exportsource.gc.ca/heading_e.cfm?HDG_ID=57), organise une mission commerciale pour les entreprises et les organisations qui souhaitent explorer des occasions de collaboration commerciale et professionnelle avec la Banque mondiale (www.worldbank.com) et la Banque interaméricaine de développement (www.iadb.org) dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire.

Dans le cadre de cette mission, les participants pourront se familiariser avec les stratégies et les priorités en matière de développement, les mécanismes d'attribution de contrats, le « cycle des projets » et la façon dont les 35 milliards de dollars américains investis annuellement par ces

institutions dans les économies en développement génèrent des occasions d'affaires pour les Canadiens.

Le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire est un des principaux secteurs d'investissement pour les banques multilatérales de développement. Les participants auront l'occasion de rencontrer des spécialistes sectoriels, de même que des représentants canadiens de haut niveau de ces deux institutions, ce qui leur permettra d'en savoir plus sur les meilleures façons d'y réussir. Les participants bénéficieront aussi de l'appui et des occasions de réseautage du WTC Montréal.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Stephen Curran, WTC Montréal, tél. : (514) 849-6695 ou 1 877 590-4040, courriel : scurran@wtcmontreal.com ✪

Secteur de la santé (VIH/sida et maladies infectieuses)

La Banque mondiale et les Nations Unies vous attendent

WASHINGTON (D.C.) — 1^{er}-3 mai 2002 — Le World Trade Centre Montréal (www.wtcmontreal.com), en collaboration avec Équipe Canada inc (http://exportsource.gc.ca/heading_f.cfm?HDG_ID=57), organise une mission commerciale à la Banque mondiale (www.banquemondiale.org) et aux Nations Unies (www.un.org) à l'intention des fournisseurs de produits et

de services de santé, plus particulièrement ceux liés au VIH/sida et aux maladies infectieuses.

Les participants auront l'occasion de se familiariser avec les procédures d'appel d'offres et d'octroi de contrats des institutions internationales, de bénéficier d'information récente sur les projets de ces institutions dans le secteur de la santé et d'établir des contacts avec des intervenants clés grâce à des activités de réseautage.

L'approche communautaire et participative du système de santé canadien est très prisée à l'échelle mondiale. Par conséquent, les entreprises et organismes canadiens du secteur de la santé sont bien placés pour tirer profit des occasions d'affaires offertes par ces institutions.

Ces occasions sont importantes. En 2001, la Banque mondiale a approuvé

Investir et faire affaires en Égypte

MONTREAL — 4-12 avril 2002 — Une mission commerciale égyptienne composée de hauts responsables gouvernementaux et de dirigeants d'entreprises d'Égypte, organisée par le ministère égyptien du Commerce extérieur et le Centre du commerce canadien, doit visiter Montréal du 8 au 11 avril 2002 lors du salon de l'investissement et de l'immobilier (**Investment and Real Estate Show**), qui se tiendra à l'hôtel Crown Plaza Montréal, sous le parrainage de la Banque nationale d'Égypte, du 4 au 8 avril 2002.

Dans le but de fournir de nouvelles occasions de réseautage commercial, de commerce et d'investissement en Égypte, un colloque sur les activités commerciales en Égypte aura lieu le 8 avril à 10 h, dans le même hôtel, suivi de rencontres individuelles en après-midi.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Fayez Ezeldin, courriel : ctc@ezeldin.net ou le Centre du commerce canadien, tél. : (514) 685-2637, téléc. : (514) 684-6225 ou le Caire, tél. : (011-20-2) 452-1440, téléc. : (011-20-2) 290-6482. ✪

17 nouveaux projets d'appui à des programmes et à des services portant sur le VIH/sida, la tuberculose, la malaria et la lèpre, soit un investissement de plus de 610 millions de dollars américains. La plupart de ces fonds sont investis en coopération avec les Nations Unies, comme en témoignent les partenariats de l'ONUSIDA (www.unaids.org), ainsi que « Faire reculer le paludisme » et « Halte à la tuberculose ». En outre, la Fondation des Nations Unies (www.unfoundation.org/campaigns/aids/index.asp) a récemment créé le Fonds mondial pour la lutte contre le sida, la tuberculose et la malaria financé par des contributions publiques et privées de plus de 1,4 milliard de dollars américains.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Élise Laferrière, WTC Montréal, tél. : (514) 849-3593 ou 1 877 590-4040, courriel : elaferriere@wtcmontreal.com ✪

Salons et conférences au calendrier

Pour plus de détails sur les événements ci-dessous, voir *canadexport* en direct à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».

WASHINGTON (D.C.) — 18-21 mars 2002 — Mission EXTUS à FOSE 2002 (Federal Office Systems Exposition). Pour renseignements ou pour s'inscrire, joindre le Centre de commerce international le plus proche ou M. Gerard Brathwaite-Sturgeon, ambassade du Canada à Washington, gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca

DUBLIN, IRLANDE — 9-11 avril 2002 — ICT Expo. Pour renseignements : M. John Sullivan, ambassade du Canada en Irlande, john.sullivan@dfait-maeci.gc.ca

BEYROUTH, LIBAN — 9-13 avril 2002 — Salon Horeca 2002. Pour renseignements : www.hospitalityservices.com.lb/ ou info@hospitalityservices.com.lb ou M^{me} Grace Dib, ambassade du Canada à Beyrouth, grace.dib@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/lb

BEYROUTH, LIBAN — 11-14 avril 2002 — Exposition Arab World Travel and Tourism Exchange (AWITTE). Pour renseignements : www.ifpexpo.com/awwtt02/ ou l'ambassade du Canada à Beyrouth, berut-td@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/lb

HANOVRE, ALLEMAGNE — 15-20 avril 2002 — L'exposition Hannover Messe chapeaute 7 foires industrielles : Factory Automation, MicroTechnology, CeMAT, SurfaceTechnology, Energy, SubconTechnology, et Research and Technology. Pour renseignements : 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

HIGH POINT (CAROLINE DU NORD) — 16-21 avril 2002 — Mission Extus « Five Years in Five Days ». Pour renseignements : M. William Stolz, consulat général du Canada à Atlanta, william.stolz@dfait-maeci.gc.ca

TORONTO (ONTARIO) — 17-19 avril 2002 — Salon Chinese Business Expo and Conference. Pour renseignements : www.chinesebusinessexpo.com

GLASGOW, ÉCOSSE — 18-20 avril 2002 — Salon Aquaculture International 2002. Pour renseignements : M. Ian Thomson, haut-commissariat du Canada à Londres, ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca

GLASGOW, ÉCOSSE — 18-20 avril 2002 — Salon de la pêche Fishing. Pour renseignements : M. Ian Thomson, haut-commissariat du Canada à Londres, ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca

BRUXELLES, BELGIQUE — 20-24 avril 2002 — Salon AUTOTECHNICA Benelux 2002. Pour renseignements : 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

MASCATE, OMAN — 21-24 avril 2002 — Salon Oil & Gas West Asia Conference and Exhibition. Pour renseignements : www.ogwaexpo.com.om ou M. Imad Ararat, ambassade du Canada à Riyad, imad.ararat@dfait-maeci.gc.ca ou M. Maher Abou-Guendia, MAECI, maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca

BRUXELLES, BELGIQUE — 23-25 avril 2002 — Salons European Seafood Exposition et Seafood Processing Europe. Pour renseignements : food@divcom.com ou www.euroseafood.com or www.europrocessing.com ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/be

DUBLIN, IRLANDE — 23-25 avril 2002 — IFEX 2002, la 15^e Exposition internationale des aliments, des boissons et de la restauration. Pour renseignements : M. John Sullivan, ambassade du Canada à Dublin, john.sullivan@dfait-maeci.gc.ca

BEYROUTH, LIBAN — 24-28 avril 2002 — Exposition-conférence internationale sur la technologie de l'information et la bureautique pour le Moyen-Orient Telecom Middle East 2002 et CompEX 2002, et exposition-conférence internationale sur le commerce électronique pour le Moyen-Orient E-Commerce Middle East 2002.

Pour renseignements : www.ifp.com.lb/telecom02/ ou www.ifp.com.lb/compex02/ ou www.ifp.com.lb/ecommerce02/ ou M^{me} Sophie Legendre, ambassade du Canada à Beyrouth, sophie.legendre@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/lb

DUBLIN, IRLANDE — 30 avril-1^{er} mai 2002 — Salon EirTronics. Pour renseignements : M. John Sullivan, ambassade du Canada à Dublin, john.sullivan@dfait-maeci.gc.ca

TORONTO (ONTARIO) — 3-5 mai 2002 — Exposition Canadian International Automotive Show — Pour renseignements ou pour s'inscrire : M^{me} Kristina Cluff, AIA Canada, (613) 728-5821 poste 230, kristina@aiacanada.com ou www.aiacanada.com

BOLOGNE, ITALIE — 7-9 mai 2002 — Lineapelle — 7-10 mai 2002 — Simac. Pour renseignements : lineapelle@unic.it ou www.lineapelle-fair.it et www.assomac.it ou www.simac-fair.com ou M^{me} Carmen Travagin, consulat général du Canada à Milan, milan-td@dfait-maeci.gc.ca ou www.canada.it

MELBOURNE, AUSTRALIE — 7-9 mai 2002 — Salon TCF International, Giftware International, and Homeware & Furnishing International. Pour renseignements : M^{me} Sharon Lethbridge, slethbridge@ausexhibit.com.au ou www.ausexhibit.com.au

NOVI SAD, YOUGOSLAVIE — 12-20 mai 2002 — Foire internationale de l'agriculture International Agricultural Fair. Pour renseignements : www.nsfair.com/kalendar/poljoprivredapro/epoziv.html ou M^{me} Tatjana Grujicic, ambassade du Canada à Belgrade, tatjana.grujicic@dfait-maeci.gc.ca

BRUXELLES, BELGIQUE — 14-16 mai 2002 — Telecom cITy (anciennement TM@B). Pour renseignements : info@tmab.be et www.tmab.be ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/be

GENÈVE, SUISSE — 14-16 mai 2002 — Exposition-conférence Vitafoods International. Pour renseignements : Voir page 16 — Salons



IFI net est votre porte d'accès internet aux activités d'approvisionnement financées par les Institutions financières internationales (IFI) et les organismes de l'ONU.
www.infoexport.gc.ca/ifinet/menu-f.asp

Salons et conférences au calendrier

— Suite de la page 15

www.vitafoods.co.uk ou **info@palexpo.ch** ou M. Werner Naef, ambassade du Canada à Berne, **werner.naef@dfait-maeci.gc.ca** ou **www.canada-ambassade.ch**

LIMA, PÉROU — 14-17 mai 2002 — **Peru Gold**, 5^e symposium et salon international sur l'or. Pour renseignements ou pour s'inscrire au pavillon du Canada : **CAMESE**, (905) 513-0046, **minesupply@camese.org** ou **www.camese.org**

BEYROUTH, LIBAN — 14-18 mai 2002 — Salon professionnel international sur la technologie de la construction, les produits du bâtiment, l'équipement et la technologie environnementale pour le Liban et le Moyen-Orient **Project Lebanon**; et salon professionnel international du Moyen-Orient sur l'électricité, les commandes, l'éclairage et la climatisation pour le Moyen-Orient **Elecon Middle East**. Pour renseignements : **www.ifp.com.lb/pl02/** et **www.ifp.com.lb/elecon02/** ou M^{me} Grace Dib, ambassade du Canada à Beyrouth, **grace.dib@dfait-maeci.gc.ca** ou **www.infoexport.gc.ca/lb**

DUBLIN, IRLANDE — 15-16 mai 2002 — **The Energy Show**. Pour renseignements : M. John Sullivan, ambassade du Canada en Irlande, **john.sullivan@dfait-maeci.gc.ca**

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

Agriculture et Agroalimentaire Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international organisent la participation canadienne à ces deux salons. Pour renseignements : M. Mike Price, Agriculture et Agroalimentaire Canada, (613) 759-7509, **pricewm@em.agr.ca**

TEL AVIV, ISRAËL — 20-22 mai 2002 — Salon du bricolage **DIY 2002**. Pour renseignements : M^{me} Leora Elkies, Israel Trade Fairs and Convention Centre, **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**

BRUNÉI DARUSSALAM — 27-30 mai 2002 — **GASEX 2002**, 7^e conférence-exposition pour l'échange d'informations sur le gaz. Pour renseignements : M^{me} Mew Yee Yap, haut-commissariat du Canada à Brunéi Darussalam, **mewyee.yap@dfait-maeci.gc.ca** ou **www.gasex2002.com** ou pour s'inscrire : **michael@bruneibay.net**

SYDNEY, AUSTRALIE — 28-30 mai 2002 — Salon **CeBIT Australia**. Pour renseignements : M. Robert Grison, Canadian Export Development Inc., (613) 825-9916, ou **cced@sympatico.ca**

MELBOURNE, AUSTRALIE — 2-5 juin 2002 — Salon **Designbuild**. Pour renseignements : **designbuild@ausexhibit.com.au** ou **www.designbuildexpo.com.au** ou M. Kevin Skauge, consulat général du Canada à Sydney, **kevin.skauge@dfait-maeci.gc.ca**

TORONTO (ONTARIO) — 8-12 juin 2002 — Salon **BIO 2002**. Pour renseignements : **www.bio2002.org** ou M^{me} Yvonne Gruenthaler, MAECI, **yvonne.gruenthaler@dfait-maeci.gc.ca**

BIRMINGHAM, R.-U. — 9-11 juin 2002 — Salon de mets ethniques **European Ethnic Food Show**. Pour renseignements : M. Ian Thomson, haut-commissariat du Canada à Londres, **ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca**

HONG KONG — 11-14 juin 2002 — **Asian Elenex 2002**, 10^e exposition asiatique internationale sur l'électricité, le génie électronique, la technologie de l'éclairage, la ventilation et le chauffage, et **Asian Securitex 2002**, 7^e exposition-conférence asiatique internationale sur la sécurité, la prévention et la protection contre l'incendie. Pour renseignements : **info@unilinkfairs.com** ou **www.unilinkfairs.com** ou (613) 549-0404 ou M^{me} Eunice Wong, consulat général du Canada à Hong Kong, **eunice.wong@dfait-maeci.gc.ca**

ALGER, ALGÉRIE — 13-24 juin 2002 — **Algiers International Fair (FIA)**, 35^e salon international d'Alger. Pour renseignements : **www.safex.com.dz** ou l'ambassade du Canada à Alger, **alger-td@dfait-maeci.gc.ca**

LE CAIRE, ÉGYPTÉ — 17-19 juin 2002 — Exposition-conférence **Healthcare Middle East 2002** et exposition **Beauty and Fitness 2002**. Pour renseignements : **info@trade-links.org** ou **www.trade-links.org** ou M. Magdy Ghazal, ambassade du Canada au Caire, **magdy.ghazal@dfait-maeci.gc.ca** 🌟

Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : **944-4000**) ou par télécopieur au (613) 996-9709; en appelant le service FaxLink à partir d'un

téléphone au (613) 996-9709 ou par télécopieur au (613) 996-9709; en appelant le service FaxLink à partir d'un t du MAECI à **www.dfait-maeci.gc.ca**

SXCI/B1

1E

1F

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