

NON - CIRCULATING !
CONSULTER SUR PLACEDept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

JUN 3 1996

RETURN TO DEPARTMENT OF EXTERNAL AFFAIRS
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

CANADEXPORT

Vol.14 N° 10

3 juin 1996

Le Japon constitue un marché sans pareil pour les aliments et les boissons

Les changements d'envergure apportés aux modes de production, de transformation et de commercialisation des produits agroalimentaires au Japon offrent des débouchés sans précédent aux producteurs, aux transformateurs et aux exportateurs canadiens en quête de marchés étrangers et de capitaux d'investissement.

En plus du fait que le Japon soit déjà le plus important importateur net de produits alimentaires au monde, la structure du marché et la concurrence qui s'y exerce garantissent que, dans un avenir prévisible, les boissons et les aliments étrangers représenteront une part encore plus grande de la consommation japonaise.

Développements au Japon

Parmi les limites qui existent dans le secteur de la production de produits agroalimentaires du Japon, on trouve : la petite taille des exploitations agricoles (en moyenne, à peine 1,3 hectare), le coût élevé des terres (qui nuit gravement à leur regroupement éventuel), le grand nombre d'agriculteurs à temps partiel (seule-

ment 12 % des agriculteurs japonais exercent ce métier à plein temps) et le vieillissement rapide de la population agricole (60 % des agriculteurs japonais sont âgés de plus de 55 ans).

Les entreprises qui veulent être concurrentielles sur le marché japonais doivent composer avec les facteurs suivants : une forte appréciation de 240 % du yen durant la dernière décennie (un dollar US valait 238 yens en 1985, contre 100 yens en 1995), une protection à la baisse à la frontière (les droits de douane vont diminuer de plus d'un tiers entre 1995 et la fin de la décennie), les nouvelles habitudes d'achat des consommateurs (qui privilégient de plus en plus les aliments « à l'occidentale » et dont les

achats se font davantage en fonction de la valeur des produits), et des systèmes de distribution modifiés de fond en comble (pénétration accrue du marché par de grandes entreprises de vente au détail qui n'hésitent pas à importer directement des fournisseurs d'outre-mer).

En plus de ces limites structurelles et des défis que le marché pose aux concurrents, il y a le fait que les entreprises japonaises de transformation des aliments ont pris la décision d'éviter, chez elles, la pénurie des matières premières ainsi que les coûts élevés des intrants et de la main-d'œuvre en investissant massivement dans des installations de transformation outre-mer.

Voir page 15 – Le Japon

Projet de modernisation de l'aéroport de Dubaï : occasion pour les sociétés canadiennes de décoller

Une nouvelle façon de déterminer qui peut faire des soumissions pour un vaste projet de modernisation de l'aéroport international de Dubaï pourrait permettre à des sociétés canadiennes de prendre leur envol sur de nouveaux marchés.

L'approche nouvelle comprend l'organisation d'une foire commerciale – Construction et technologie aéroportuaires (du 27 au 29 octobre 1996) – durant laquelle tous les soumissionnaires seront invités à présenter leurs compétences, leurs produits et leurs services.

Une chose est assez claire : les sociétés qui prennent part à la foire font d'ores et déjà partie de la liste des soumissionnaires compétents; celles qui n'y participent pas ne seront prises en considération pour aucune des parties du projet.

Le projet

Et quel projet d'envergure!

La phase I, évaluée à 450 millions de \$ US, comprend :

- * une augmentation de la capacité de l'aéroport, qui passera à 15,5 millions de passagers par année.

Voir page 11 – Projet

CANADEXPORT

EN DIRECT

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/francais/news/newsletr/canex>

DANS CE NUMÉRO

LES TRUCS DU METIER	2
MISSION ALIMENTAIRE EN RUSSIE ...	3
LA ROUMANIE	4-5
EXPORTATION DE SERVICES	6
INTERNET : MOIS DE LA SCIENCE ...	7
FOIRES COMMERCIALES	8-11
OCCASIONS D'AFFAIRES	13
CALENDRIER/PUBLICATIONS ...	14-16

LES TRUCS DU MÉTIER

Un fabricant de moteurs d'aéronef du Québec prend de l'essor en Russie

Moins de deux ans après avoir formé une coentreprise en Russie, Pratt & Whitney Canada (P&WC) a livré ses premiers moteurs d'exploitation aux fabricants d'aéronefs de ce pays.

Ce n'est qu'en novembre 1993 que le fabricant de moteurs d'aéronef de Longueuil s'est associé avec la société Klimov de Saint-Petersbourg pour fournir des moteurs d'aéronef de haute qualité au marché de la Communauté des États indépendants (CEI).

Depuis lors, la coentreprise a mené des campagnes de commercialisation intensives et a reçu une réponse très favorable de clients éventuels.

Les fabricants d'aéronefs Aerorik et Beriev en sont devenus les premiers clients au début de 1995, et plus tard la même année l'appareil régional, le *Beriev Be32K*, équipé d'un moteur P&W/Klimov, a fait une démonstration en vol au salon de l'aéronautique de Moscou.

Par la suite, les moteurs P&W/Klimov seront montés sur des

hélicoptères légers comme le *Kamov K-115* et le *Kazan Ansat*.

Comment s'implanter sur le marché russe

« Pour participer pleinement à l'industrie aéronautique russe, » déclare la vice-présidente des Communications de P&WC, M^{me} Francine Osborne, « une société doit obtenir

« Quant à P&WC, ajoute Mme Osborne, nous accédons à un marché où une société nord-américaine ne peut pas vraiment s'implanter sans avoir un partenaire local, et avec celui-ci nous avons l'intention de devenir un fournisseur de petites turbines à gaz de premier plan dans la CEI. »

quatre certificats du Registre de l'aviation russe : promoteur, type de moteur, producteur, révision et réparation. »

La coentreprise P&W/Klimov a obtenu en novembre dernier son premier certificat de droits pour l'avia-

tion (promoteur).

Avantages réciproques

« P&WC et Klimov tireront un profit égal de cette coopération, annonce Mme Osborne, non seulement en se partageant les recettes mais aussi en augmentant considérablement leurs possibilités d'exportation. De plus, ajoute-t-elle, cette association aidera Klimov à passer des initiatives militaires traditionnelles à des entreprises commerciales. »

La coentreprise aidera aussi la Russie à accéder à une technologie des moteurs de niveau international sans avoir à investir des millions de dollars, ainsi qu'à s'implanter sur le marché mondial de l'aviation civile.

« Quant à P&WC, ajoute Mme Osborne, nous accédons à un marché où une société nord-américaine ne peut pas vraiment s'implanter sans avoir un partenaire local, et avec celui-ci nous avons l'intention de devenir un fournisseur de petites turbines à gaz de premier plan dans la CEI. »

Pour de plus amples renseignements sur la multinationale Pratt & Whitney Canada et ses activités en Russie, communiquer avec sa vice-présidente des Communications, Mme Francine Osborne, tél. : (514) 647-4117, fax : (514) 647-2353.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

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

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

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

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

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

Région extrême-orientale de la Russie :

Succès d'une mission agroalimentaire qui sera suivie d'une seconde

Une mission canadienne sur le commerce agroalimentaire, d'une durée de cinq jours, organisée dans la région extrême-orientale de la Russie à la fin de mars 1996, devrait être suivie d'une mission semblable plus tard cette année.

Depuis que la mission a eu lieu, des ventes modestes de produits alimentaires ont été enregistrées. Par ailleurs, une société canadienne devait revenir dans la région pour y discuter de la possibilité d'y établir une coentreprise.

Après la mission, l'ambassade du Canada à Moscou a pris connaissance que l'immeuble (d'une superficie de 760 m²) dans lequel doit se tenir une nouvelle foire commerciale, à Vladivostok, devait être équipé de meubles et de cloisons pour les stands.

L'ambassade a également constaté que la région s'intéressait à la technologie canadienne de fabrication de portes et de fenêtres et qu'on désirait y importer d'autres matériaux de construction canadiens.

Retombées de la mission

La mission a permis aux sociétés canadiennes d'approfondir la dynamique du marché de la région extrême-orientale de la Russie.

En plus de prendre part à une séance d'information sur la situation économique dans la région, la délégation a rencontré divers fonctionnaires du gouvernement et, à Khabarovsk, des cadres de l'Association de coopération commerciale

avec les pays de la région de l'Asie-Pacifique.

Elle a également assisté, à Vladivostok, à une réunion de la Chambre de commerce et de l'industrie Primorsk. Elle a en outre visité des marchés publics, des comptoirs alimentaires, plusieurs usines de transformation des aliments et un institut de formation du secteur alimentaire et, à Khabarovsk et à Vladivostok, elle a rencontré des dirigeants d'entreprises de transformation d'aliments, des distributeurs, des cadres de maisons de commerce et des importateurs.

Les membres de la délégation ont également fait des exposés sur leurs produits et sur leur désir de s'associer à des sociétés de la région extrême-orientale de la Russie.

Intérêts divers

Les sept sociétés qui ont pris part à la mission de mars s'intéressaient à toute une gamme de secteurs d'activité.

Une entreprise désirait établir une coentreprise dans le secteur de la pêche à la crevette. Les autres ont vanté les mérites de leurs produits et services tels : moissonneuses-batteuses, produits du bœuf, poulet déli et produits à base de porc, pommes de terre de consommation, pommes de terre de semence, produits à base de pommes de terre et techniques de culture de la pomme de terre, matériel pour miniboulangerie, techniques boulangères et farine, légumes congelés, pommes de terre frites et jus.

Organisateurs de la mission

La mission, à laquelle participaient des représentants de l'Association des exportateurs canadiens et du ministère de l'Agriculture de l'Alberta, était organisée par l'ambassade du Canada à Moscou, qui a reçu l'aide du Corps démocratique des citoyens de Khabarovsk et du Centre d'aide aux entreprises de l'USAID, de Vladivostok.

La mission organisée à Khabarovsk et à Vladivostok s'est tenue sous les auspices du Programme des nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS) du gouvernement du Canada. Ce programme vise avant tout à renseigner les sociétés canadiennes sur les nouveaux marchés. Les missions effectuées dans le cadre du Programme NEXOS ne sont pas censées produire des ventes sur-le-champ, mais, à la suite de la mission de mars, plusieurs expéditions ont été faites vers la région extrême-orientale de la Russie.

Personne-ressource

Le gouvernement du Canada envisage d'organiser, plus tard cette année, une mission de suivi NEXOS vers la région extrême-orientale de la Russie pour le secteur agroalimentaire.

Les parties intéressées et désireuses d'obtenir des renseignements additionnels peuvent communiquer avec M. Ben Gailor, au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, à Ottawa, tél. : (613) 992-8590, fax : (613) 995-1277, courrier électronique : ben.gailor@extott04.x400.gc.ca



WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

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

La Roumanie :

Un marché complexe qu'il vaut la peine de percer

La visite des 16 et 17 avril 1996 du premier ministre, M. Jean Chrétien, en Roumanie n'était pas seulement importante parce qu'elle coïncidait avec l'inauguration remarquée de l'unité I de la centrale nucléaire de Cernavoda, premier réacteur de conception occidentale utilisé en Europe de l'Est. Mais elle a également donné l'occasion au Premier ministre de cimenter les relations entre les deux pays et de démontrer qu'il appuie les entreprises canadiennes faisant des affaires en Roumanie.

Intérêts en Roumanie

Les gens d'affaires du Canada s'intéressent de plus en plus à faire des affaires en Roumanie et à tirer profit des nombreux débouchés commerciaux et possibilités d'investir qu'offre ce pays.

La Roumanie a amorcé un processus de modernisation de ses lois sur l'investissement. Des lois rendant plus accessibles les secteurs du pétrole, des banques et des télécommunications ont été adoptées récemment ou ont atteint les derniers stades du processus d'approbation.

Le premier ministre Chrétien a profité de ses rencontres avec les Roumains pour accorder un appui de haut niveau aux efforts déployés par les entreprises canadiennes, et a demandé aux Roumains de faire preuve de souplesse lorsqu'il s'agit des projets des entreprises canadiennes.

Développements commerciaux

En outre, la visite a été marquée par d'autres développements de nature commerciale.

Le Premier ministre a assisté à la signature d'un Accord sur la protection des investissements étrangers (APIE), qui signifie, haut et fort, que le Canada a des intérêts importants dans la région.

Le Premier ministre était également présent lors de la cérémonie de livraison du premier avion de Bombardier à la nouvelle société aérienne privée DAC AIR de Roumanie.

Le réacteur CANDU-6, construit sous la direction d'Énergie atomique du Canada Limitée, montre qu'en

Voir page 5 — Un marché

Le Canada et la Roumanie signent un accord sur l'investissement

L'ambassadeur du Canada à Bucarest, M. Gilles Duguay, et le ministre des Finances de Roumanie, M. Florin Georgescu, ont signé un Accord sur la promotion et la protection des investissements étrangers (APPIE) durant la visite du premier ministre Chrétien à Bucarest le 17 avril 1996.

L'accord, élément clé de la visite, vise à faciliter la circulation des investissements, entre les deux pays.

Lorsque l'APPIE sera en vigueur, les gens d'affaires du Canada pourront, avec plus de confiance, profiter des possibilités d'investissement en Roumanie et pourront compter sur la protection accrue des investissements garantie par l'APPIE. Il s'agit maintenant d'appliquer l'APPIE et d'informer de ses dispositions les sociétés et les investisseurs clés du Canada. L'accord devrait atténuer le risque non commercial que courent les sociétés canadiennes qui investissent en Roumanie.

Les APPIE sont des accords bilatéraux réciproques qui assurent la promotion et la protection des investissements étrangers en appliquant des droits et des obligations exécutoires concernant, entre autres, le traitement national, le traitement de la nation la plus favorisée, l'expropriation, les transferts de fonds, les mesures d'investissement lié au commerce, la transparence et le règlement de différends entre un investisseur et un État, et entre deux États.

Le Canada est le douzième plus important investisseur en Roumanie et l'investissement direct canadien, évalué actuellement à

42,8 millions de \$, devrait augmenter sensiblement en raison de l'accord.

Les investisseurs canadiens, dont Bombardier, Pratt et Whitney et Nortel, œuvrent dans les secteurs des transports, de l'énergie et des télécommunications.

Le Canada a déjà conclu, il y a plusieurs années, des APPIE avec, par exemple, la Hongrie, la Pologne, la République tchèque et l'Argentine. L'accord entre le Canada et la Roumanie s'inspire du nouveau modèle qu'utilise le Canada et qui incorpore des dispositions importantes du chapitre de l'ALENA sur les investissements; aux termes de cet accord, la Roumanie a pris des engagements beaucoup plus importants en matière de protection des investissements.

Des accords inspirés du nouveau modèle ont également été signés avec l'Ukraine, la Lettonie, Trinité-et-Tobago, les Philippines, l'Afrique du Sud et l'Équateur.

Amorcées, en 1994, sur la base du nouveau modèle, des négociations sont en cours avec plusieurs partenaires économiques clés, dont la Chine, l'Inde, l'Indonésie et la Colombie, où le Canada a déjà investi beaucoup et où il pourrait investir encore plus.

Pour plus d'information sur l'APPIE (ou d'autres accords) conclus entre le Canada et la Roumanie, communiquer avec Mme Diane Harper, Direction générale de la politique économique, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél. : (613) 992-0326; fax : (613) 944-0679.

La Roumanie :

Un marché complexe qu'il vaut la peine de percer

(Suite de la page 4)

faisant appel à la technologie des réacteurs nucléaires mise au point en Occident, l'énergie nucléaire sans risque peut s'implanter en Europe de l'Est.

Le genre de coopération qui a abouti à la cérémonie d'inauguration de l'unité I de Cernavoda pourrait inciter d'autres pays de l'Europe de l'Est à considérer sérieusement que le Canada est une source d'énergie sûre, efficace et propre et qu'ils peuvent s'associer à lui en toute quiétude dans le développement de l'énergie nucléaire.

Relations commerciales Roumanie-Canada

La Roumanie, qui compte 22,8 millions d'habitants et qui couvre une superficie de 237 500 km² est, après la Russie et la Pologne, le plus important partenaire commercial du Canada en Europe de l'Est.

En 1993, la valeur du commerce entre le Canada et la Roumanie a atteint 86 millions de \$; elle a augmenté considérablement en 1994 pour s'établir à 124 millions, mais a reculé en 1995 (81,2 millions).

En 1995, les importations de la République de Roumanie en provenance du Canada — surtout des médicaments, du minerai et du matériel de centrale nucléaire — ont atteint 21,4 millions de \$.

En 1995, les exportations roumaines vers le Canada — principalement des vêtements, des machines et des tissus — s'élevaient à 59,8 millions de \$, soit 18 % de moins que les exportations roumaines de 72,9 millions vers le Canada en 1994.

Des débouchés importants exis-

tent ou sont en train de prendre forme en Roumanie, dans les secteurs suivants : projets énergétiques (unité II de Cernavoda et valorisations par procédé ther-

Le premier ministre Chrétien a profité de ses rencontres avec les Roumains pour accorder un appui de haut niveau aux efforts déployés par les entreprises canadiennes, et a demandé aux Roumains de faire preuve de souplesse lorsqu'il s'agit des projets des entreprises canadiennes.

mique), pétrole et gaz (restructuration des installations existantes et nouveaux projets d'exploration), transports (aéronefs, modernisation des aéroports et restructuration du réseau ferroviaire), télécommunica-

tions et technologies de l'information, construction et matériaux de construction, protection de l'environnement et réduction de la pollution, machines aratoires et technologie de transformation des aliments.

Depuis 1989, des sociétés canadiennes ont investi plus de 60 millions de \$ en Roumanie et y ont établi plus de 400 coentreprises.

Personne-ressource

Pour obtenir plus d'information sur le commerce Canada-Roumanie, communiquer avec M. Drew McVey, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél. : (613) 992-6902.

Le PREE en Roumanie

Le Programme Renaissance Europe de l'Est (PREE) a été créé en 1990 pour aider les sociétés canadiennes à percer les nouveaux marchés en expansion de l'Europe centrale, de l'Europe de l'Est et de l'ancienne Union soviétique.

Grâce à l'investissement en participation des sociétés canadiennes dans ces pays, et grâce également au transfert technologique et à l'introduction des pratiques commerciales occidentales, ces pays sont mieux en mesure d'effectuer une transition vers l'économie de marché.

Le PREE est un programme à coûts partagés, et la contribution maximale est de 100 000 \$ par projet.

A ce jour, 33 projets, d'une valeur totale de 1 290 833 \$, ont été approuvés en Roumanie dans le cadre du PREE. Les gens d'affaires ont surtout manifesté de l'intérêt dans les secteurs de la construction (8 projets), du pétrole et du gaz (4 projets) et de la haute technologie (6 projets). Les projets entrepris en Roumanie affichent un taux de réussite d'environ 75 %.

Pour plus d'information sur le Programme Renaissance Europe de l'Est, tel qu'il est appliqué en Roumanie, communiquer avec M. Jan Sczaghino, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél. : (613) 996-0101, fax : (613) 995-8783.

Un nouveau logiciel procure un avantage concurrentiel aux exportateurs de services

Dans l'économie mondiale actuelle, la clé de la croissance et de la réussite d'une société réside souvent dans sa capacité de soutenir la concurrence sur le marché international.

Toutefois, certaines entreprises canadiennes, surtout les PME du secteur tertiaire, ne se voient pas comme des exportatrices en puissance, ou elles trouvent déroutante l'idée de vendre leurs compétences à l'étranger.

Comment savoir si d'autres pays ont besoin de vos compétences? Comment fait-on pour vendre quelque chose qui n'a pas nécessairement de forme? Ce sont là des questions que même les exportateurs de services chevronnés se sont posées.

Grâce à un nouveau logiciel intitulé *Une approche mondiale... Exportez vos services*, les réponses à ces questions pourraient maintenant se trouver sur l'écran de votre ordinateur.

Ce logiciel interactif et perfectionné, produit conjointement par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Industrie Canada et le secteur privé, réunit toute l'information dont vous avez besoin pour exporter et, ce qui plus est, la met à votre portée.

Le logiciel s'adresse à toutes les sociétés de services, quelle que soit leur spécialité
Qui peut tirer parti de ce logiciel?

L'industrie canadienne des services couvre une vaste gamme de professions. Architectes, avocats, spécialistes de la construction, comptables, « génies » de la technolo-

gie de l'information, consultants dans les domaines de l'environnement et de l'agriculture, voilà seulement quelques-uns des nombreux prestataires de service qui contribuent à notre économie.

Ils jouent un rôle vital. En effet, en 1994, les sociétés de services ont généré 75 % du produit intérieur brut (PIB) et 80 % de tous les emplois.

Sur le plan des exportations, les industries de services arrivent au second rang des exportateurs canadiens, immédiatement après le secteur de l'automobile. Alors, quelle que soit la taille d'une société de services, les possibilités qu'offre le marché mondial sont plus intéressantes que jamais.

Le marché mondial des services connaît une expansion rapide – les services fortement axés sur les connaissances représentent actuellement plus de 20 % du commerce mondial. Pourtant, en dépit de cette situation favorable, la part que détient le Canada est inférieure à 2 %.

L'intérêt que suscite l'exportation est présent un peu partout, mais un grand nombre de sociétés de services de petite et moyenne taille ne savent pas comment obtenir l'information dont elles ont besoin pour choisir un marché et tenter d'y percer.

« C'est la raison pour laquelle nous avons mis au point *Une approche mondiale... Exportez vos services*, » indique Mme Doreen Conrad, directrice adjointe du groupe des Industries de services du MAECI. « Ce logiciel donne aux sociétés toute l'information nécessaire pour se lancer. »

M. Les Arany, agent principal à la Direction générale du secteur des services et grands projets, d'Industrie Canada, estime que les deux tiers du travail accompli par un exportateur, qui réussit, se font avant de quitter le Canada.

« Beaucoup croient, à tort, qu'il faut partir immédiatement à la recherche de nouveaux débouchés, précise-t-il. En réalité, c'est tout à fait le contraire – il est préférable de « bien faire ses devoirs » avant de partir. Et c'est précisément là le rôle de ce logiciel facile à utiliser. »

Un logiciel facile et agréable à utiliser

Le logiciel *Une approche mondiale... Exportez vos services* contient une mine d'information répartie sur six disquettes que l'on peut charger rapidement. Il décrit le processus d'exportation, aide les sociétés à élaborer des plans d'exportation adaptés à leurs besoins, fait ressortir les 10 erreurs les plus communes que peut commettre l'exportateur novice, et donne des renseignements sur la façon de créer des réseaux et des partenariats, et sur les relations en vue de la vente.

Le logiciel comprend des questionnaires détaillés qui aident les sociétés à déterminer si elles sont prêtes à exporter, à mettre au point des plans d'action fondés sur leurs réponses, à cerner leurs points forts et leurs lacunes, et à les améliorer.

Il comporte des études approfondies sur la manière dont une société peut faire des affaires dans huit pays en particulier, études qui sont accompagnées de renseignements détaillés sur les considéra-

Voir page 7 – **Nouveau logiciel**

Le mois de la science sur l'Internet cible la recherche conjointe Autriche-Canada

Une page d'accueil sur l'Internet, visant à faire naître des projets de recherche conjointe parmi les universitaires et les chercheurs des secteurs privés et publics du Canada et de l'Autriche, a reçu plus de 1 000 « visiteurs » par jour depuis sa mise en réseau le 15 mai 1996, à Vienne, en Autriche.

Toutes ces activités font partie du **Mois de la science sur l'Internet**, et les Canadiens désireux de profiter de la possibilité de faire des recherches conjointes avec leurs homologues autrichiens sont invités à consulter la page d'accueil. On espère que cet exercice de cyberspace fera naître de nouveaux projets de recherche conjointe entre les deux pays, mais aussi qu'il permettra à ces derniers d'unir leurs efforts pour réaliser des projets dans l'Union européenne (UE).

Pour ce qui est de l'UE et pour favoriser ces recherches, il existe un *Programme STEP – Horizon le monde*. Grâce à ce programme, qui sert de catalyseur, des fonds sont accordés à des chercheurs canadiens et européens (y compris pour leurs déplacements) pour qu'ils puissent entreprendre de nouveaux projets de recherche conjointe et soumettre leurs projets aux responsables du programme-cadre Canada-UE.

La page d'accueil comprendra cinq sujets clés : l'environnement, l'énergie, l'utilisation durable des sols, l'informatique et la technologie de l'information, et les sciences culturelles et sociales.

Chaque sujet comprendra un certain nombre de sous-thèmes visant à susciter l'intérêt des chercheurs qui œuvrent dans des domaines précis. Une section intitulée « autres » per-

mettra d'aborder des sujets autres que les cinq sujets clés.

Des universités, des institutions et des sociétés seront présentées, de même que des chercheurs et les projets qui les intéressent.

Les résultats du **Mois de la science** seront analysés et publiés. Selon l'ampleur et la qualité de l'intérêt suscité, un exercice de suivi favorisant la recherche conjointe pourrait avoir lieu au Canada.

Voici l'adresse Internet du **Mois de la science Canada-Autriche** : <http://www.bmwf.gv.at>

Pour obtenir de l'information sur le Programme *STEP* seulement, communiquer avec M^{me} Emily Adcock, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, courrier électronique : emily.adcock@extott04.x400.gc.ca

Nouveau logiciel pour mieux exporter les services

(Suite de la page 6)

tions culturelles, les stratégies d'entrée sur le marché et les ressources disponibles. Il renferme également un ensemble de 64 grilles qui permettent aux sociétés de repérer rapidement les nouveaux marchés.

Le logiciel présente des entrevues avec des exportateurs de services qui ont réussi. Ceux-ci parlent de leur propre expérience, discutent des enseignements qu'ils ont tirés au cours des ans, et expliquent comment éviter certains écueils qu'on risque de trouver sur son chemin.

Le logiciel est également assorti d'une bibliothèque de ressources exhaustive contenant des renseignements sur des centaines de publications récentes, des banques de données, des programmes gouvernementaux et des initiatives du secteur privé, des personnes-ressources clés

et d'autres documents susceptibles d'aider les exportateurs de services.

« En tant que directrice d'une entreprise à domicile, spécialisée dans la commercialisation de services et de logiciels éducatifs, je suis toujours à la recherche de moyens et de techniques qui peuvent m'aider à être plus efficace », déclare M^{me} Diane Girard, consultante en commercialisation de Calgary.

« Je suis ravie d'avoir *Une approche mondiale... Exportez vos services*, ajoute-t-elle. Il m'aurait fallu des mois de recherche pour trouver l'information que j'ai maintenant grâce à ce logiciel. Je continue à découvrir des contacts, des publications et des programmes dont je n'aurais jamais soupçonné l'existence. »

NOTE : Pour utiliser le logiciel

Une approche mondiale... Exportez vos services, il faut un ordinateur personnel IBM ou compatible ayant au minimum un processeur 386 et au moins 4Mo de mémoire vive, 15Mo d'espace disque, un moniteur VGA et Windows 3.1 ou Windows 95. Les utilisateurs de Macintosh peuvent se servir du logiciel au moyen de Softwindows.

Le logiciel coûte 49,95 \$, plus les frais d'expédition et de manutention et la TPS.

Pour le commander, s'adresser au Groupe Communication Canada en composant le (819) 956-4800, et donner le numéro de catalogue E74-67/1995F-MR1 pour la version française), ou (E74-67/1995E-MR1 pour la version anglaise.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

SMAU '96 L'autoroute de la TIC mène à Milan

MILAN, ITALIE — Tous les chemins mènent peut-être à Rome, mais l'autoroute de l'information mène à Milan — en particulier pour les sociétés qui veulent percer les marchés de la technologie de l'information et des communications (TIC) en Italie et autour de la Méditerranée.

Ces sociétés d'expérience savent également que la circulation sera tout particulièrement lourde du 18 au 22 octobre 1996. C'est pourquoi elles prennent d'ores et déjà leurs dispositions.

Cet embouteillage est causé par SMAU '96, la 33^e Exposition internationale de la technologie de l'information et des communications, à laquelle le Canada aura (comme depuis 1984) un pavillon national pouvant accueillir de 10 à 12 sociétés canadiennes.

Réputation enviable

Depuis ses débuts en 1964, SMAU a acquis la réputation d'être l'endroit le plus branché — SMAU '95 a accueilli plus de 300 000 visiteurs — pour voir les plus récentes découvertes dans le domaine de la technologie de l'information et des communications répondant aux besoins des entreprises et des particuliers.

Mais, encore plus important, SMAU donne aux sociétés participantes l'occasion unique de percer un marché (l'Italie, la Méditerranée et toute l'Europe) où les gens d'affaires sont hautement qualifiés et très motivés.

Qui plus est, les exposants, qui y viennent des quatre coins du monde — il y en avait 2 200 à SMAU '95 (dont 11 au pavillon du Canada) — entrent en contact avec des clients éventuels, contacts qui aboutissent à

des ventes! (Les sociétés canadiennes qui étaient présentes à SMAU '95 ont signalé y avoir réalisé, à ce jour, des ventes se situant entre 3,5 et 4 millions de \$).

Comptes rendus de première main

La société Andyne Computing, qui faisait partie du pavillon du Canada l'an dernier, a déclaré : « Nous avons établi des liens avec nos partenaires, nous avons rencontré de nouveaux clients éventuels et nous en avons profité pour conclure des alliances stratégiques. Ces contacts nous permettront assurément de percer avec succès le marché de la TI de l'Italie ».

Selon une autre société qui faisait partie du pavillon du Canada, Farabi Technology Corp. : « L'exposition a été très profitable. Nous avons pu conclure des ententes avec deux nouveaux distributeurs tout en mettant nos distributeurs existants en contact avec de nombreuses personnes-ressources. À la suite de notre participation à SMAU, nous nous sommes associés à un distributeur espagnol, et nous espérons signer un contrat avec un distributeur portugais. »

Et de dire la Corel Corporation : « Une des facettes les plus importantes de SMAU est le très grand nombre d'ententes de réseau qui y sont conclues entre les intervenants nouveaux et de plus en plus nombreux qui y viennent. J'ai pu rencontrer directement de nombreux éditeurs commerciaux, éditeurs et journalistes clés de ce marché en plein essor. SMAU offre également une abondance de renseignements sur les nouveaux produits, les nouveaux distributeurs et les concurrents à venir. Ainsi, chaque année, nous pouvons prendre le pas sur les tendances de l'in-

dustrie et du marché ».

Secteurs représentés

Parmi les secteurs représentés à SMAU — l'exposition comprend également des conférences et des prix dans des domaines de pointe — il y a trois secteurs majeurs de la TIC : le matériel et les logiciels pour systèmes d'information, les télécommunications, et les produits et systèmes de bureautique.

L'exposition couvre également des secteurs spécialisés, dont les noms décrivent assez bien les champs d'activité : le monde des imprimantes, le SMAU de la finance, les hôpitaux intelligents, publiSmau, le monde du logiciel et les rouages des réseaux et d'Internet.

De nouveaux secteurs seront représentés à SMAU '96 :

Galerie Multimédia — consacré à certaines des meilleures et des nouvelles technologies multimédia pour les produits récréatifs et éducatifs destinés au marché de la consommation en plein essor;

Nouveaux médias — consacré à l'édition, à la gestion documentaire et à la production multimédia destinées au marché commercial;

Planète Internet — le « réseau des réseaux », l'accent étant mis sur les passerelles et les plates-formes Internet, la technologie d'accès, les fournisseurs de services et les services à valeur ajoutée comme la consultation, la publication et l'intégration des systèmes.

Conditions à remplir et renseignements

Pour faire partie du pavillon du Canada, les sociétés doivent remplir

Voir page 11 — SMAU

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Le Big 5 Show de Dubaï, une occasion de faire de grosses affaires

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — Plus de 700 entreprises de 37 pays, dont le Canada, sont attendues à l'événement que l'on appelle maintenant couramment dans l'industrie le **Big 5 Show**.

Ce salon annuel, qui attire plus de 17 500 visiteurs (principalement de l'industrie de la construction), se tiendra du 29 septembre au 3 octobre 1996, au Dubai World Trade Centre.

Le Canada qui, parmi les participants d'Amérique du Nord, y avait l'an passé le kiosque le mieux organisé et le plus grand (126 m²), sera

représenté cette année encore, mais avec un kiosque deux fois plus grand, pour répondre aux besoins des participants de 1996!

Le **Big 5 Show**, qui est financé par le gouvernement de Dubaï, est axé sur cinq grands thèmes, soit la construction, le verre et le métal, la technologie de l'eau, le nettoyage, et la maintenance et l'air climatisation et la réfrigération.

Expansion des marchés

L'explosion démographique qu'a connue la région a amené un boom de la construction qui, selon les prévisions, devrait se poursuivre

bien après l'an 2000. Le secteur privé investit massivement dans la construction de centres commerciaux, d'hôtels de luxe, d'immeubles d'habitation, de tours de bureaux et de villas — pour lesquels la prestation de services de nettoyage, d'entretien et de maintenance est nécessaire. Une expansion parallèle dans le secteur public s'est traduite par la construction d'aéroports, d'hôpitaux, d'écoles, d'universités, d'installations de télécommunications et de centres du commerce, pour lesquels on a utilisé des matériaux, des accessoires fixes et des raccords qui satisfont le plus possible aux normes internationales.

Le **Big 5 Show** est, en outre, pour les fabricants et les fournisseurs de matériel d'air climatisation et de réfrigération une occasion de commercialiser leurs produits et de conclure des ventes de plusieurs millions de dollars.

L'industrie de la gestion des ressources en eau offre de multiples débouchés. Les seuls Émirats arabes unis dépenseront, au cours des 25 prochaines années, 7 milliards de \$ US pour la mise en valeur de leurs ressources en eau.

Personne-ressource

Pour de plus amples renseignements, notamment sur l'inscription à cette activité (la date limite approche à grands pas), communiquer avec M. George S. Chrysomilides, Canadian Showhouse Consortium, Vancouver, tél. : (604) 263-6146, fax : (604) 263-1652.

Salon de l'agriculture et de la pêche à Dubaï

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — 1996 — Financé par le gouvernement de Dubaï et les Émirats arabes unis, le salon **Arab Agri-Business'96** se tiendra du 28 septembre au 1^{er} octobre, au Dubai World Trade Centre.

Ce salon international de l'agriculture et de la pêche attire des spécialistes de l'industrie des Émirats arabes unis, d'Arabie saoudite, du Koweït, d'Oman, d'Égypte, de Syrie, du Yémen, d'Inde, d'Iran, du Pakistan et de pays d'Extrême-Orient.

Le salon **Arab Agri-Business'96** sera axé sur les produits agrochimiques, l'équipement mécanique, les serres, les systèmes d'irrigation, la mise en conserve et la transformation, la réfrigération et l'entreposage, les bateaux de pêche et le matériel connexe.

Pour plus d'information ou s'inscrire, communiquer avec M. George S. Chrysomilides, Cosmos Pacific Investment and Consulting Inc., Vancouver, tél. : (604) 263-6146, fax : (604) 263-1652.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Exposition internationale en technologie aux Philippines

MANILLE, PHILIPPINES — La première exposition internationale sur la technologie de l'information et l'informatique (**COMPEX/Philippines'96**) se tiendra ici, du 29 au 31 août 1996. L'échéance pour réserver de l'espace pour l'exposition et faire ses paiements est le 30 juin 1996.

L'exposition est un lieu de rendez-vous pour les sociétés étrangères désireuses d'exposer des produits de pointe liés à la technologie de l'information et à l'informatique ainsi qu'aux télécommunications, en vue de coentreprises, d'accords de licence, d'ententes pour le montage, de franchises de distribution et de

concessions aux Philippines.

La manifestation, qui se tiendra durant ce qu'on a convenu d'appeler « l'année de la technologie de l'information aux Philippines », est considérée comme une étape de l'objectif du président Fidel V. Ramos qui consiste à faire des Philippines un pays nouvellement industrialisé d'ici l'an 2000.

Le pays, qui est l'une des économies qui croît le plus rapidement en Asie, est prêt à devenir le centre du commerce et des conférences de la région — un pays où la technologie de l'information est vue comme une ressource stratégique et vitale.

Parallèlement à l'exposition se tiendra une conférence qui fera connaître les solutions technologiques, les multimédias, la publication assistée par ordinateur, l'Internet, la réglementation de l'État, et les pratiques commerciales de distribution.

Pour exposer ou participer à **COMPEX/Philippines'96**, communiquer avec la Philippine Trade Commission, Toronto; tél. : (416) 967-1788 ou (416) 967-1798; fax : (416) 967-6236, à l'attention de M^{me} Maria Roseni M. Alvero, déléguée commerciale.

L'Inde est l'hôte du sommet sur l'investissement

NEW DELHI, INDE — Les possibilités d'investissement et d'applications de la technologie en Inde figurent parmi les sujets de discussion au sommet mondial sur les possibilités d'investissement (**Global Summit on Investment Opportunities**) qui se tiendra ici, les 10 et 11 septembre 1996.

Le sommet est conçu pour servir de tribune permettant de négocier les projets d'investissement, que ce soit dans le secteur de la fabrication, des infrastructures ou des services. Il couvrira également les nombreux changements pragmatiques de politique survenus au cours des cinq dernières années, et permettra d'explorer les possibilités futures d'activité commerciale en Inde.

On mettra l'accent sur six « secteurs en expansion » : la technologie de l'information et les logiciels; l'énergie; les infrastructures de transport; l'agrinégoce et la transformation des aliments; les services financiers; et les technologies de protection de l'environnement.

Pour de plus amples renseignements — les formalités d'inscrip-

tion doivent être achevées d'ici le 31 juillet 1996 — communiquer avec Hasmukh Adhia, directeur, Department of Industrial Policy and

Promotion, Ministry of Industry, Government of India, Udyog Bhawan, New Delhi 110011; tél. : 91-11-3014820; fax : 91-11-3017223.

Foire de l'Afrique du Sud sur l'eau et l'assainissement

JOHANNESBURG, AFRIQUE DU SUD — Une importante activité commerciale se tiendra ici, du 2 au 5 septembre 1996, pour les fournisseurs d'équipement et de services à la recherche d'une part du marché sub-saharien de l'Afrique, en ce qui concerne l'industrie en pleine expansion de l'eau et de l'assainissement.

Il s'agit d'**AFRIWATER '96** (Exposition et conférence internationales sur les technologies relatives à l'eau, aux eaux usées et à l'environnement), qu'endosse l'institut de l'eau de l'Afrique du Sud (Water Institute of Southern Africa) et que soutiennent tous les

principaux instituts et associations commerciaux et techniques dans les secteurs de l'eau et de l'assainissement.

Un groupe d'exposants canadiens est en train de s'organiser pour participer à **AFRIWATER '96**. Vu qu'on s'attend à une forte demande d'espace pour des kiosques, les participants éventuels sont avisés de s'inscrire tôt.

Pour une brochure complète ou pour plus de détails, communiquer avec le représentant canadien de l'exposition, UNILINK 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ont.) M1S 5A8; tél. : (416) 291-6359; fax : (416) 291-0025.

Construire aux Émirats arabes unis

Les sociétés canadiennes habitées de l'esprit d'Équipe Canada sauront tirer avantage d'un vaste projet de construction aux Émirats arabes unis.

Ce projet urgent, dont la société américaine CRSS doit établir le plan directeur, prévoit la construction d'habitations destinées au personnel de plus en plus nombreux du complexe pétrochimique de la Abu Dhabi National Oil Company (ADNOC) qui fait l'objet de travaux d'agrandissement.

Le projet prévoit la construction de 1 700 unités d'habitation dont 1 000 villas (maisons unifamiliales de trois à cinq chambres à coucher), de 700 appartements (de une à trois chambres à coucher), d'écoles, d'un centre commercial, de routes et de

toute l'infrastructure connexe.

Facteurs à considérer

Dans cette région, toutes les habitations sont des constructions à poteaux et à poutres de béton armé, avec des planchers et des plafonds dalles et des cloisons en blocs de cendre ou de terre cuite. Les fenêtres sont à simple vitrage et à cadre d'aluminium ou d'acier. Il s'agit d'habitations à faible rendement énergétique et leur construction nécessite beaucoup de temps et de main-d'œuvre.

Avec quelques modifications pour les adapter au climat et aux coutumes locales, les maisons préfabriquées canadiennes à haut rendement énergétique sont idéales pour ce projet de

FADNOC, d'autant plus qu'elles doivent être construites rapidement. Ces habitations devront entre autres être pourvues de systèmes de ventilation centralisés de première qualité, d'une toiture en pente pouvant être revêtue de tuiles en céramique ou en terre cuite, de dalles de fondation (avec la possibilité d'aménager un sous-sol), de systèmes et de câbles électriques de 240 V, d'un système de vitrage très réfléchissant vers l'extérieur et de murs d'enceinte d'une hauteur d'au moins deux mètres.

Communiquer avec M. Robert Farrell, consul et délégué commercial principal, ambassade du Canada à Dubai, Émirats arabes unis, tél. : (011-971) 4-521717, fax : (011-971) 4-517722.

Projet de modernisation de l'aéroport de Dubaï

(Suite de la page 1)

* 28 nouvelles portes (avec des ponts d'embarquement) et 22 portes éloignées.

* 160 salles d'étiquetage et d'enregistrement et 9 carrousels de délivrance des bagages. Les passagers se déplaceront sur des tapis roulants, qui les mèneront rapidement d'un endroit à un autre dans l'aéroport.

* un terrain de stationnement pour 2 300 voitures.

* un nouvel hôtel de 100 chambres, avec studio de santé, piscine et restaurant.

* des boutiques de vente au détail et des boutiques franchises, d'une superficie de 8 000 m².

* des aires de restauration, d'une superficie de 2 000 m².

* un centre d'affaires et de conférence, d'une superficie de 1 000 m².

* un centre récréatif, d'une superficie de 400 m².

* une tour de contrôle de la circulation aérienne.

La phase II comprendra la construction d'un parc thématique de 500 millions de \$ US qui sera situé à proximité de l'aéroport. Le complexe doit être inauguré en 1998.

Gestionnaire du projet

La société International Bechtel Inc. est le gestionnaire du projet. En voici

les personnes-ressources : M. Neil Brownrigg, Vice-Président et Program Manager, ou M. Alexander Clayton, Site Design Manager, tél. : (971) 4-823745; fax : (971) 4-823296.

Organisateur de la foire

Le Centre du commerce international de Dubaï est l'organisateur de la foire Construction et technologie aéroportuaires. La responsable de la foire est M^{me} Joanne Evans, Interna-

tional Project Manager, tél. : (971) 4-306-4013 (direct) ou (971) 4-314200 (standard), fax : (971) 4-318034 ou (971) 4-306-4089. Pour prendre part à Construction et technologie aéroportuaires, communiquer avec M. Roger Beare, Direction de l'expansion du commerce avec l'Afrique et le Moyen-Orient, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél. : (613) 944-6983, fax : (613) 944-7431.

SMAU '96

(Suite de la page 8)

certaines conditions. Pour se renseigner sur ces conditions et pour obtenir d'autres renseignements sur la participation à

SMAU '96, communiquer avec

M. Norman Lomow, Consul et Délégué commercial principal, responsable de la participation canadienne, consulat général du Canada, à Milan, tél. : (011-39-2) 6758-1, fax : (011-39-2) 6758-3900; adresse du site web : <http://www.agera.stm.it/canada>

On peut aussi obtenir des renseignements auprès de M. Paul

Connors, MAECI à Ottawa, tél. : (613) 996-5555; fax : (613) 944-1008.

Pour des renseignements sur

SMAU autres que la participation canadienne, communiquer avec la Chambre de commerce italienne au Canada (Montréal), tél. : 1-800-263-4372 ou (514) 844-4249; fax : (514) 844-4875; courrier électronique : camit@magnet.ca.

SMAU est aussi sur l'Internet

<http://www.smau.it/magellano> de même que sur courrier électronique : international.mktg@smau.it

Les industries de services du Canada affirment leur présence sur les marchés de l'exportation

Qu'il s'agisse d'enseigner à des pilotes comment sortir sain et sauf d'un avion tombé en mer ou d'effectuer des vérifications environnementales pour une société minière, les industries de services du Canada se distinguent tant au pays qu'à l'étranger.

« Les industries de services canadiennes apportent une contribution considérable à l'économie du Canada », déclare M. Les Arany, agent principal à la Direction générale du secteur des services et grands projets, d'Industrie Canada. « Elles sont la source de 75 % de notre produit intérieur brut (PIB), de 80 % de l'emploi et d'environ 90 % de la création d'emplois. »

Le terme « services » couvre toute une gamme de professions. Avocats, architectes, comptables, consultants en construction, moniteurs de formation, « génies » de la technologie de l'information, experts-conseils dans les domaines de l'agriculture et de l'environnement ne sont que quelques-uns des prestataires de services.

Une petite part du marché mondial

Les services commerciaux et professionnels représentent plus de 40 % du secteur tertiaire.

Selon M. Arany, bien que ce secteur, dont les recettes dépassent 12 milliards de \$, connaisse une croissance rapide et qu'il arrive au deuxième rang des exportations canadiennes, après le secteur de l'automobile, il ne détient qu'une part minuscule du marché mondial des services.

« Les services axés sur les connaissances représentent 20 % du commerce mondial, dont ils constituent la composante la plus dynamique, avec un taux de croissance annuel moyen d'environ 8 %, ajoute M. Arany. Notre part de ce marché est inférieure à 2 %. »

M. Arany estime que cette part du marché augmentera à mesure que les sociétés de services canadiennes prendront conscience de l'énorme potentiel de croissance qu'offre l'exportation. « Les possibilités sont illimitées, surtout dans les nouveaux marchés tels que l'Amérique latine, la Chine et l'Europe de l'Est », précise-t-il.

Les petites sociétés pourraient avoir besoin d'aide

Les PME sont à l'origine de 48 % de tous les revenus du secteur des services et de 47 % des exportations de services du Canada. Contrairement aux grandes sociétés, qui ont souvent des contacts commerciaux bien établis et même des bureaux dans les pays étrangers, les sociétés plus petites ne possèdent souvent pas l'infrastructure ou les compétences en commercialisation nécessaires pour percer sur de nouveaux marchés.

« Dans le secteur canadien des services, de nombreuses sociétés sont très petites, axées sur la technique et peu versées dans la commercialisation », déclare M^{me} Doreen Conrad, directrice adjointe du groupe des Industries de services du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

« La vente d'un service est très différente de celle d'un produit dont on peut vanter les avantages; elle mise plutôt sur les relations avec l'acheteur dont on veut gagner la confiance, précise-t-elle. C'est un processus beaucoup plus exigeant. »

M^{me} Conrad ajoute que, si elles veulent réussir sur un nouveau marché d'exportation, il est impératif que les sociétés de services rehaussent leur profil et leur crédibilité afin de s'attirer la confiance de l'acheteur potentiel.

« Savoir commercialiser et créer des réseaux sont encore plus importants pour l'exportateur de services, qui

offre un produit intangible, parce qu'il se trouve en présence d'un acheteur potentiel auquel il doit vendre une promesse de rendement plutôt qu'un produit concret », explique-t-elle.

D'autres questions sont également à considérer. Selon M^{me} Conrad, « l'établissement d'un partenariat avec une entreprise similaire sur le marché visé est souvent une excellente idée. Toutefois, de nombreuses petites sociétés craignent de perdre leur droit de propriété intellectuelle.

« Elles ont de multiples préoccupations, dit-elle — comment obtenir le financement à l'exportation, rehausser son profil et sa crédibilité sur le marché international et obtenir les données les plus récentes sur le marché. Mais une fois qu'elles se rendent compte que ces ressources sont disponibles, ajoute-elle, et qu'elles décident de s'en prévaloir, elles sont déjà en voie d'atteindre leurs objectifs d'exportation. »

Les industries de services, des héros méconnus

Selon M. Mark Drake, président de l'Association des exportateurs canadiens, les sociétés de services canadiennes joueront un rôle central dans l'avenir économique du Canada, surtout compte tenu du déclin continu de notre assise manufacturière.

« Les sociétés de services sont les héros méconnus de l'exportation canadienne, explique M. Drake. Si elles ne représentent qu'une infime partie des données de Statistique Canada, elles continuent néanmoins à conquérir hardiment de nouveaux marchés non seulement aux États-Unis, mais dans des pays de plus en plus lointains. »

Pour de plus amples renseignements sur l'exportation des services, communiquer avec la Direction des industries de services et des transports du MAECI, à Ottawa, tél. : (613) 996-0245, fax : (613) 996-1225/1267.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

AFRIQUE — Une société établie au Canada, qui a des intérêts en Afrique, recherche des fournisseurs canadiens des produits suivants : **gants chirurgicaux et d'examen jetables; seringues jetables; produits pharmaceutiques** (entrant dans la fabrication de comprimés d'AAS); **papier bond à photocopie blanc et de couleur; barres de fer rond** (servant à la construction et en diverses épaisseurs); et **bobines de fil d'acier** (servant à la fabrication de clous et en diverses épaisseurs). Communiquer avec Noor Jaffer, Impex International Canada, 4349 Jenkins Crescent, Mississauga (Ont.) L5A 1V4; tél. : (905) 507-8458, fax : (905) 507-9306.

CHINE (République populaire de) — Une société de Chine souhaite importer de grandes quantités de **pâte de bois**. Les spécifications propres à la pâte et les autres détails sont disponibles auprès de Guogen International Enterprises, Ottawa; tél. : (613) 824-6198, fax : (613) 824-6735.

CHINE (République populaire de) — Une entreprise chimique chinoise du **secteur pharmaceutique** est à la recherche d'un partenaire canadien pour l'établissement, en Chine, d'une **coentreprise de production (300 millions de comprimés par an)**. La partie chinoise assure l'approvisionnement en matière première, la participation aux immobilisations et l'accès exclusif (producteur unique) au vaste marché de la Chine. En contrepartie, la participation canadienne vise des **investissements, des transferts de technologies** (mise en comprimés et emballage) et d'**expertise en gestion**. Pour renseignements, communiquer avec M. Vasile Pirvuletu de la compagnie ROVACAN, à Laval, tél. : (514) 668-8953, fax : (514) 668-9453.

INDE — Un représentant de clients étrangers, établi au Canada, cherche à obtenir de l'équipement d'**air climatisation et de réfrigération (et ses pièces) et des usines de purification de l'eau, vraisemblablement par le moyen de coentreprises et d'accords de transfert de technologie**. Communiquer avec P.P. (Perry) Singh, P&S Trading Corporation, 6744 Kneale Place, Burnaby (C.-B.), V5B 2Z2; tél. : (604) 444-4294, fax : (604) 444-4716.

INDE — Une société souhaite importer 25 000 tonnes d'**urée**, ayant une teneur en azote de 46 %; d'importantes quantités de **combustible pour moteur à réaction (AS AP1-34)** et 25 000 tonnes par mois de **charbon** pour des projets de production d'énergie. Communiquer avec Emmanuel Freight, 620, rue Cathcart, Bureau 711, Montréal H3B 1M1; tél./fax : (514) 874-0116.

INDE — Une société locale est intéressée à acheter chaque année jusqu'à 3 000 tonnes de **zinc métallique** pouvant être converti en oxyde de zinc. Les affineurs peuvent contacter Bala Elango, Vision 21 Trade Consultants, Mississauga (Ont.), tél.:(905) 273-4806; fax : (905) 276-6085.

JAPON — Un important groupe japonais de vente au détail souhaite acheter du **sirop d'érable canadien** pour ses clients japonais. Communiquer avec Ito-Yokado Seattle Liaison Office, Miyako Takabashi, Marketing and Research, 600 University Street, Suite 2828, Seattle, Washington 98101; tél. : (206) 3807, fax : (206) 624-6778, courrier électronique : miy@ix.netcom.com

MEXIQUE — Un groupe d'éleveurs

de **bétail** est à la recherche d'**investisseurs ou de sociétés intéressés à acquérir des actifs** dans leur entreprise. Le groupe produit de la **viande de bovins, de porcs et de volaille** de Cebu, de l'Inde et du Brésil. Il exploite (dans l'État de Vera Cruz) des ranchs, des provenderies, des machines et de l'équipement agricoles, des parcs d'engraissement, des installations d'abattage et des entrepôts frigorifiques pour les bovins et la volaille, tous des actifs dont il est propriétaire, et il est en affaires depuis dix ans. Sa capacité de production est de 6 000 têtes de bétail et de porcs par an, et sa capacité de production de volailles est illimitée. Pour de plus amples détails, communiquer avec Gomez Aquayo; tél. : (924) 30014/30105; ou avec le conseiller du groupe, Armando Aquirre; tél. : (5) 543-7271 ou 523-8171 à Mexico.

VIÊT-NAM — Quatre sociétés vietnamiennes cherchent, par l'entremise de leur représentant canadien : 1) un **partenaire pour fabriquer des pièces d'automobile**, soit une entreprise produisant de préférence des pièces pour des voitures américaines et japonaises; 2) un **représentant** — par l'entremise de sa salle de montre, de son personnel de vente et de sa maison de publicité — en **produits ou services canadiens**; 3) un **partenaire de coentreprise pour fabriquer des appareils téléphoniques** destinés au marché de la consommation; 4) un **partenaire pour établir une usine de production d'air climatisés** destinés au marché de la consommation. Communiquer avec DATACOM, 350 Webb Drive, Suite 304, Mississauga (Ont.) L5B 3W4; tél. : (905) 949-1925, fax : (905) 949-9553/276-8635.

PUBLICATIONS



Le Canada, la Turquie et l'UE

Les exportateurs canadiens qui connaissent bien le système de l'Union européenne (UE) vont éprouver moins de difficulté à faire des affaires en Turquie, vu que ce pays a conclu, le 1^{er} janvier 1996, une union douanière avec l'UE.

En effet, le régime douanier de la

Turquie et celui de l'UE sont désormais essentiellement les mêmes, bien que la Turquie ait cinq ans pour faire correspondre sa liste tarifaire au tarif douanier commun de l'UE.

Cette première constatation et d'autres se trouvent dans le document *Répercussions possibles de*

l'union douanière entre la Turquie et l'UE sur les exportations canadiennes en Turquie, qu'a préparé l'ambassade du Canada, à Ankara.

Les divers intéressés sont d'avis que l'union douanière aura des répercussions positives sur les exportations canadiennes, les droits de douane (sauf dans le cas de quelques produits, dont les droits de douane pourraient être haussés) qui s'appliquent aux produits provenant du Canada et d'autres pays étant abaissés en raison de l'Accord d'union douanière.

Il est possible de consulter ce document en téléphonant au Fax-Link ou au babillard de l'InfoCentre du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (voir l'encadré sur l'InfoCentre au bas de la page 16) et en mentionnant le numéro de code 84302.

La promotion des investissements au Canada

On procède actuellement à la diffusion d'un nouvel instrument fort convaincant qui vise à faire connaître le Canada comme destination concurrentielle pour les investisseurs. Cette publication est distribuée aux investisseurs internationaux éventuels, aux agents d'investissement, et aux délégués commerciaux dans les missions du Canada à l'étranger.

La publication *Investir et faire des affaires au Canada* offre une vue d'ensemble du climat des investissements au Canada, ainsi que des données détaillées, par secteur, sur ce climat. En plus d'offrir aux investisseurs éventuels une vue d'ensemble, elle répond aux questions les plus fréquemment posées. Selon M. Micheal Kelly, directeur, Direction de la promotion de l'investissement et de la technologie, au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), ce guide complet met en lumière « les avantages compétitifs du Canada en tant que lieu d'investissement ».

La publication, lancée en mars à l'occasion de la foire commerciale CeBit 96 tenue à Hanovre, en Allemagne, est le résultat d'un partenariat entre le MAECI et le secteur privé: Stentor Communications, SHL Systemhouse; les villes de Brantford, de London et de Mississauga et la société Prospectus Inc. d'Ottawa.

Pour plus de renseignements sur ce guide, communiquer avec Sonya Thissen, Direction de la promotion de l'investissement et de la technologie, au MAECI; tél.: (613) 995-7280.

On peut acheter des exemplaires de la publication (au coût de 30\$, plus taxes) au Canada auprès de Prospectus Inc., 346, rue Waverley, Ottawa (Ont.) K2P 0W5; tél.: (613) 231-2727; adresse Internet: <http://www.prospectus.com/canada>

Les municipalités qui souhaitent faire paraître des annonces publicitaires dans l'édition de l'an prochain de cette publication, et les sociétés qui aimeraient parrainer cette édition, peuvent communiquer avec Martha Hancock, chez Prospectus Inc.

Lettres de crédit internationales

International Letters of Credit (Resolving Conflict of Law Disputes), qui traite de divers sujets, renferme une section importante sur la résolution, la prévention et l'analyse des conflits de lois. Ce volume de 425 pages, publié récemment, au coût de 145 \$, par l'Institut des lettres de crédit du Canada, dont les bureaux sont à Montréal, traite également des lois, de la doctrine et d'études de jurisprudence canadiennes, américaines et européennes. Pour commander le volume, communiquer avec l'Institut, tél.: (514) 861-5448, fax: (514) 861-7026.

AU CALENDRIER

Montréal — le 13 juin 1996 — **Profitable Business Opportunities in the U.S.A. for Exporters and Investors** est une conférence d'une journée, au Centre Sheraton, coparrainée par A.N.

Deringer Inc., Byers Casgrain, et Soare, Lewis & Associates Inc. D'éminents spécialistes du Canada et des États-Unis donneront leur point de vue sur la façon de procéder pour pénétrer le marché américain, et sur

les implications juridiques, fiscales et douanières connexes. On examinera aussi trois centres névralgiques du commerce et de l'investissement, soit New York, le Vermont et Détroit, au Michigan. Pour tout renseignement, ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Richard Soare, tél.: (514) 847-8317, fax: (514) 847-1998.

Le Japon, un marché sans pareil

(Suite de la page 1)

Données statistiques

Les effets combinés de ces changements profonds se dégagent de plus en plus clairement des données statistiques sur les importations de produits alimentaires du Japon.

Les importations de produits agroalimentaires, de poisson et de boissons, qui totalisaient 38,1 milliards de \$ US en 1992 et 40,2 milliards en 1993, ont augmenté de pas moins de 7 milliards en 1994, pour atteindre 47,1 milliards. L'année suivante, elles se sont accrues de nouveau (4,4 milliards de \$ US) pour s'établir à 51,5 milliards en 1995. La hausse globale de 13,4 milliards de \$ US des importations durant les trois dernières années s'est accompagnée de l'accroissement en flèche de la demande de divers types d'aliments et de boissons semi-transformés et prêts à consommer.

Amélioration possible

Le secteur agroalimentaire du Canada n'a pas tiré pleinement profit des débouchés innombrables qu'offre le marché japonais.

En 1995, les importations japonaises de produits agroalimentaires, de poisson et de boissons provenant du Canada totalisaient 2,7 milliards de \$ US. Cette année-là, le Canada s'est classé au sixième rang parmi les fournisseurs du marché japonais, et ne

représentait que 5,3 % de l'ensemble des importations d'aliments et de boissons du Japon. Les cinq pays suivants étaient classés avant le Canada: les États-Unis (28,8 %), la Chine (9,5 %), Taiwan (6,3 %), l'Australie (6,3 %) et la Thaïlande (5,5 %). Les 125 millions de consommateurs aisés du Japon offrent des débouchés dont peuvent tirer profit les fournisseurs étrangers fiables qui sont en mesure de fournir, à des prix concurrentiels au niveau international, des aliments et des boissons dont la qualité ne se dément jamais, et dont les emballages attirent l'attention du consommateur.

Services et renseignements

Les missions du Canada au Japon offrent un certain nombre de services aux producteurs, aux transformateurs et aux exportateurs canadiens pour les aider à mieux profiter des débouchés importants encore inexploités que représente ce marché.

Pour plus d'information sur ce marché, communiquer avec la Direction du Japon, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél.: (613) 995-1281/992-6185, fax: (613) 943-8286; ou avec M. Ron Davidson, Division commerciale, ambassade du Canada à Tokyo, tél.: (011-81-3) 3408-2101, fax (système G3): (011-81-3) 3470-7280/3479-5320.

Toronto: 14 juin 1996; **Montréal**: 17 juin — Avec une population de 940 millions d'habitants, l'Inde offre un énorme potentiel pour les entreprises canadiennes. Ce potentiel peut être exploré, étant donné qu'une délégation de 40 dirigeants d'entreprises membres de la Confédération of Indian Industry fera partie d'un colloque intitulé « **Meet Business Leaders from India** ». Ce colloque étudiera les secteurs suivants: l'énergie, les logiciels, l'électronique, l'automobile, et le génie (divers sous-secteurs de la fabrication). Communiquer avec Donna Greer, adjointe aux programmes, Programme de relations institutionnelles Canada-Inde, le Conference Board du Canada, 255, chemin Smyth, Ottawa K2H 8M7; tél.: (613) 526-3090, poste 393; fax: (613) 526-5385. Pour faciliter l'accès à des renseignements généraux sur l'Inde, le Haut-Commissariat de l'Inde à Ottawa a établi un site Web: <http://www.docuweb.ca/india>

Vancouver — 20-21 juin 1996 — L'atelier **Les marchés du livre en Amérique latine** donne aux éditeurs canadiens et aux autres intéressés une possibilité unique de rencontrer des éditeurs bien connus en Amérique latine. Les conférenciers invités parleront du marché du livre dans leurs pays respectifs, soit l'Argentine, le Brésil, la Colombie et

Voir page 16. — Au calendrier

AU CALENDRIER

(Suite de la page 15)

le Mexique. On y parlera aussi du Salon international du livre de Guadalajara prévu pour novembre, auquel le Canada aura le statut d'invité d'honneur. L'atelier est tenu conjointement avec le Congrès national

de la Canadian Booksellers Association et la conférence de la Fédération internationale des libraires. L'atelier **Les marchés du livre en Amérique latine** est organisé par l'Association pour l'exportation du

livre canadien (AELC), avec l'aide du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Renseignements : Veronica Schami à l'AELC, tél. : (613) 562-2324, fax : (613) 562-2329.

Atelier sur des projets en Chine

Toronto : 18 juin 1996 — Une présentation sur les spécifications et les exigences relatives à des projets internationaux et des projets d'infrastructures environnementales à venir en République populaire de Chine font l'objet d'un atelier d'une journée à la Chambre de commerce

du grand Toronto (Etobicoke).

Sont compris dans les 128 projets, représentant des investissements de 3,3 milliards de \$ US, les projets financés par le Fonds pour la coopération économique d'outremer, la Banque mondiale et la Banque

asiatique de développement.

Il existe en Chine d'énormes possibilités pour les sociétés canadiennes qui veulent promouvoir et mettre en œuvre des technologies de pointe et des compétences dans les domaines de la gestion des déchets solides industriels et municipaux, la gestion des déchets dangereux, l'utilisation et la gestion du charbon, le traitement des eaux usées industrielles et municipales, la lutte contre la pollution de l'air et de l'eau, et la biodégradation accélérée des pluies acides.

Entre autres choses, l'atelier portera sur les efforts et la participation de l'industrie canadienne de l'environnement; il cherchera à créer des liens entre les sociétés qui visent les mêmes marchés; il étudiera les techniques de formation d'équipes pour obtenir des projets dans ce marché; et la formation de consortiums en vue de la prestation de solutions clés en main pour des projets en Chine.

Le programme complet et des formulaires d'inscription sont disponibles auprès de Millian Business Inc., Toronto, tél. (416) 805-5018, fax : (416) 469-0097.

ExportVision au Salon du pétrole de Calgary

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international organise **ExportVision'96**, conjointement avec le **Salon national du pétrole**, qui se tiendra à Calgary du 11 au 13 juin.

Ce salon est la plus importante exposition sur la technologie pétrolière et gazière au monde. Plus de 40 000 représentants de l'industrie y assistent et 70 pays producteurs de pétrole y délèguent des acheteurs et des vendeurs.

ExportVision est une activité qui vise à aider les sociétés canadiennes à exporter leurs produits

ou leurs services. En s'entretenant avec les agents commerciaux du Canada affectés à l'étranger, toute entreprise peut obtenir des renseignements et des conseils utiles sur la façon de procéder pour percer des marchés étrangers.

Des agents commerciaux seront disponibles les 12 et 13 juin durant l'exposition. Pour les rencontrer, communiquer avec le Centre du commerce international, à Calgary, fax : (403) 292-4578; ou à Edmonton, fax : (403) 495-4507, pour recevoir plus d'information et pour se procurer un formulaire de demande de rendez-vous et d'inscription.

INFOCENTRE

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

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

