

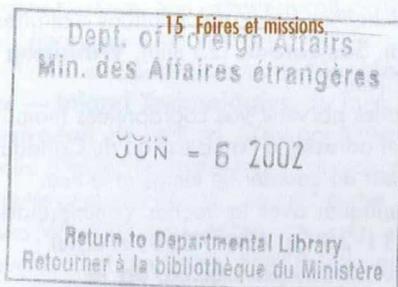
CanadaExpo

Promotion en France : investir au Canada

Dans ce numéro

- 2 Occasions d'affaires
- 3 L'expertise canadienne de l'environnement en Asie du Sud-Est
- 4 Le Canada accueille BIO 2002
- 6 Carrefour É.-U. : la haute cuisine et le vin canadiens à Boston
- 7 La CCC aide les petits exportateurs à voir grand
- 8 L'Ukraine et le Portugal en pleine « construction »
- 10 Beijing se prépare aux Olympiques (1^{ère} partie)
- 11 Mission en électricité au Japon et au CEPSI
- 13 Performance solide du Canada
- 14 Les Centres de services aux entreprises du Canada
Hong Kong – un marché exceptionnel

Vol. 20, n° 9
15 mai 2002



« **P**ensez au Canada » était le thème d'une conférence fort réussie donnée le 4 avril dernier, à Paris, par le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, devant un public très motivé de plus de 100 personnes (voir photo) à l'hôtel George V (d'ailleurs géré par Four Seasons de Toronto).

On y retrouvait, entre autres, des agents d'investissement, des invités d'un grand nombre de PME, d'importants groupes français et d'autres intermédiaires (avocats, banques, capitaux risques, gestion de fonds d'investissements, et consultants d'affaires).

Au cours des dernières années, plusieurs des entreprises représentées avaient reçu la visite de M. André Gladu, sous-ministre,

Développement économique Canada, et Délégué spécial aux investissements pour la France et la Belgique, dans le cadre de la campagne de promotion des investissements français au Canada.

voir page 13 — Investir



Public très motivé lors de la conférence sur l'étude KPMG à l'hôtel George V à Paris. En médaillon : le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, à la conférence de presse.

Dernier rappel pour la mission du Canada

Le Mexique, pays contigu, continental et concurrentiel

Les entrepreneurs canadiens auront de bonnes raisons de se joindre à la mission commerciale que le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, mènera à **Mexico** et à **Monterrey**, du **2 au 6 juin 2002**. Le Mexique, l'autre partenaire du Canada à l'ALENA, est un nouveau marché continental qui présente tous les avantages

de la proximité, sans manifester l'instabilité qui est généralement associée à certains pays d'Amérique latine. Le Mexique est à la fois nord-américain et latino-américain.

Le Mexique s'est déjà fermement positionné depuis quelques années comme carrefour
voir page 12 — Le Mexique

Débouchés du COAI

INDE — Spectromètre d'absorption atomique — La Mineral Exploration Corporation Ltd. recherche un spectromètre d'absorption atomique et des accessoires en option (appel d'offres n° 41/GT/MM/PGC/50-A). Arrhes exigées : 30 000 roupies. Garantie à offrir par la banque : montant équivalent aux arrhes. Date de clôture : **27 juin 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. A.K. Mathur, Mineral Exploration Corporation Ltd., Dr Babasaheb Ambedkar Bhavan, Highland Drive Road, Seminary Hills, Nagpur, Inde, 440 006, tél. : (011-91-712) 51 03 10/6, téléc. : (011-91-712) 51 05 48/01 33, courriel : mecl@nagpur.dot.net.in. Communiquer également avec M^{me} Alka Malik, haut-commissariat du Canada à New Delhi, téléc. : (011-91-11) 687-5387,

Rédactrice en chef : **Suzanne Lalonde-Gaëtan**
Rédacteur associé : **Louis Kovacs**
Mise en page : **Yen Le**
Tirage : **60 000**
Téléphone : (613) 992-7114
Télécopieur : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Web site : www.infoexport.gc.ca/canadexport

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) 992-7114. Pour la version courriel, consultez l'adresse internet de CanadExport ci-dessus.

Pour un changement d'adresse, renvoyer 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 (Ont.) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

courriel : alka.malik@dfait-maeci.gc.ca en mentionnant le dossier n° **020411-01636**. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à New Delhi).

GHANA — Véhicules automobiles — La section de coordination des projets (Project Coordinating Unit [PCU]), pour le Projet rural de services financiers, recherche (appel d'offres n° G02002) le matériel suivant : lot 1) six camionnettes à cabine double à quatre roues motrices; lot 2) un véhicule tous terrains; lot 3) une automobile de type sedan; lot 4) quatre fourgons blindés. Coût des documents de soumission : 50 dollars US. Garantie de soumission : pas moins de 2 % du prix soumissionné. Date de clôture : **5 juin 2002**. Pour plus de renseignements, joindre Project Coordinating Unit (PCU), Treasury Department – Bank of Ghana, Cedi House, 7th Floor, Room 711, Liberia Road, Accra, Ghana, P.O. Box 2674; tél. : (011-233-21) 66-52-79/ 56-67, téléc. : (011-233-21) 66-55-23. Communiquer aussi avec M. Samuel Martin-Daniels, haut-commissariat du Canada à Accra, téléc. : (011-233-21) 77-37-92, courriel : samuel.martin-daniels@dfait-maeci.gc.ca



Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à www.coai.gc.ca

[gc.ca](http://www.coai.gc.ca) en mentionnant le dossier n° **020419-01761**. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à Accra). Occasions d'affaires du COAI : cliquer sur www.iboc.gc.ca ✪

Venez rencontrer des délégués commerciaux primés Explorez les débouchés en Égypte

Les entreprises canadiennes sont invitées à venir parler affaires et rencontrer les délégués commerciaux récipiendaires de la mention du mérite MINT 2001, décernée par le ministre du Commerce international pour services exceptionnels rendus en Égypte, lorsqu'ils reviendront au Canada en juin prochain pour participer au salon **Global Petroleum Show à Calgary (11-13 juin 2002)** et au salon **Western Canada Farm Progress Show à Regina (19-21 juin 2002)**.

MM. Bertrand Desjardins, conseiller (Affaires commerciales), Magdy Ghazal, agent commercial principal, et Joseph Tadros, agent commercial, tous les trois lauréats de l'ambassade du Canada en Égypte, seront disponibles, comme suit, pour rencontrer les représentants d'entreprises canadiennes qui souhaitent établir des relations d'affaires en Égypte : à **Calgary** (6 juin), **Regina** (20 juin), **Saskatoon** (25 juin), **Winnipeg** (14 juin), **Toronto** (18 juin) et **Montréal** (17 juin).

Pour prendre rendez-vous avec eux, faites parvenir vos coordonnées (nom, titre, nom de la compagnie, secteur d'activité et adresse) à l'ambassade du Canada au Caire qui vous confirmera rapidement, par retour du courrier, le temps et le lieu.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Section commerciale, ambassade du Canada au Caire, téléc. : (011-20-2) 794-7659, courriel : cairo-td@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/eg ✪

L'expertise environnementale du Canada en Asie du Sud-Est

Quand il est question de réussir dans le commerce international, M. Hector Jacques est intarissable sur l'importance de faire équipe avec un bon partenaire local. Président et directeur général de l'entreprise **Jacques Whitford International Ltd.**, de Nouvelle-Écosse, il sait de quoi il parle. Son excellente expérience de partenariat concernant un contrat de nettoyage environnemental de 18 millions de dollars américains à Brunei Darussalam a incité son entreprise à former une coentreprise avec une firme locale. Il s'agit d'un partenariat où les deux parties sont gagnantes et qui aura pour effet certain de faire la promotion de l'expertise environnementale du Canada dans les pays tiers de la région et d'y apporter un transfert de technologies et de compétences, ainsi que des possibilités d'emploi.

Créée en 1972 en tant que firme de services consultatifs en génie géotechnique, l'entreprise Jacques Whitford est actuellement l'une des firmes de consultation environnementale les plus grandes et les plus connues au Canada; elle offre des services d'évaluation de l'incidence environnementale des grands projets et d'assainissement environnemental des sites contaminés, pour le compte du secteur du pétrole et du gaz. L'entreprise de Dartmouth emploie près de 1 000 personnes dans 34 villes; elle exporte son expertise partout en Amérique du Nord, dans les Antilles, en Asie du Sud-Est, dans l'ancienne Union soviétique, au Moyen-Orient, en Amérique centrale et en Amérique du Sud.

Le partenariat commence ici

Le partenariat, auquel M. Jacques accorde tant de valeur, commence au pays, dans sa propre province. Son entreprise collabore depuis de nombreuses années avec deux autres firmes environnementales de Nouvelle-Écosse — **Inland Technologies**, de Truro, et **Envirosoil**, de Bedford. C'est par l'intermédiaire d'Inland Technologies, à l'occasion d'un autre contrat à Brunei, que l'entreprise Jacques Whitford a eu connaissance du débouché offert par Brunei Shell Petroleum Company (BSP).

Les trois entreprises de Nouvelle-Écosse ont présenté une soumission en qualité de coentreprise à participation égale, à une entreprise locale de construction générale très renommée, la Haji Adinin & Sons Sdn. Bhd. Le contrat de trois ans, accordé en 1999, prévoit les étapes de définition, d'étude technique, de gestion et d'achat de l'équipement, ainsi que d'enlèvement, de traitement et d'évacuation d'environ 150 000 tonnes de sédiments, de boues de forage et de sols contaminés par les



Accord signé à Brunei (de gauche à droite) : M. Hector Jacques, p.d.g. de Jacques Whitford International Ltd.; le haut-commissaire du Canada, M. Neil Reeder; et le directeur général de Haji & Sons, M. Musa Adinin.

hydrocarbures. Un avantage accessoire est la livraison de 50 000 barils de pétrole récupéré à BSP, pour revente.

Le haut-commissariat catalyseur

Le haut-commissariat du Canada à Brunei Darussalam a joué un rôle essentiel : il a permis à l'entreprise d'établir des contacts tant avec BSP qu'avec Haji Adinin. Il a aussi assuré le soutien de la soumission de la coentreprise auprès de la BSP pendant le processus d'appel d'offres. « Le haut-commissaire, M. Neil Reeder, a joué un rôle très important en réunissant les parties », explique M. Jacques, qui est extrêmement satisfait des services qu'il en a reçus et de son équipe au haut-commissariat.

L'entreprise Jacques Whitford prend presque toujours contact avec la mission canadienne quand elle envisage d'entrer dans un nouveau pays; et elle se met toujours à la recherche d'un partenaire local. « Pour travailler à l'échelle internationale, il faut trouver un partenaire fiable qui partage

voire manière de voir les choses. » À Brunei, l'entreprise a trouvé le partenaire idéal dans l'entreprise Haji Adinin avec son directeur général, M. Musa Adinin. « M. Adinin est un homme précieux. Il souscrit à la même doctrine que nous : pour former un bon partenariat, il faut être le gardien de son frère — ou de son partenaire. »

Être le gardien de son partenaire

Pour le projet de BSP, l'entreprise Haji Adinin assure les travaux de génie civil et le personnel pour les opérations à long terme. « La firme a de bons contacts à Brunei, et elle est bien connue et respectée, précise M. Jacques. Les gens de cette firme connaissent les coutumes locales, la réglementation et les exigences gouvernementales. Ils ont joué un rôle clé pour expédier l'équipement et les fournitures à Brunei. »

Quant aux avantages pour l'entreprise Haji Adinin et la communauté locale de Brunei, le partenariat comporte un transfert de technologies et de compétences dans le pays et crée des possibilités d'emploi.

M. Jacques a été si impressionné par son partenaire qu'en janvier 2002 les deux entreprises ont formé une coentreprise, appelée Adinin-Jacques Whitford, pour tirer profit des nouveaux débouchés dans la région. « Nous envisageons maintenant d'étendre nos activités à d'autres régions de l'Asie du Sud-Est. »

La coentreprise a déjà obtenu plusieurs autres contrats pour la fourniture de services de consultation environnementale à BSP. Ce partenariat, où chaque partie est gagnante, va sans aucun doute exporter bientôt dans toute la région l'expertise environnementale du Canada.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Hector Jacques, président et directeur général, Jacques Whitford International Ltd., tél. : (902) 468-7777, téléc. : (902) 468-9009, courriel : hjacques@jacqueswhitford.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 Service des délégués commerciaux du Canada regroupe 500 professionnels du commerce répartis dans 140 villes aux quatre coins du monde. Nous offrons six principaux services qui aident les sociétés canadiennes à percer sur les marchés étrangers. Ces services permettent à nos clients d'évaluer leur potentiel à l'exportation, de trouver des contacts clés à l'étranger ainsi que d'obtenir des renseignements qui leur sont nécessaires pour réussir sur leurs marchés-cibles.

Le Canada excelle dans le domaine de la biotechnologie. Il s'agit aussi d'un secteur prioritaire pour bon nombre de délégués commerciaux qui consacrent leurs énergies à cerner les occasions d'affaires sur la scène internationale. Pour en savoir davantage sur le Service des délégués commerciaux du Canada et consulter ses études de marché concernant le secteur des bio-industries, rendez-vous au www.infoexport.gc.ca

Le Canada accueille BIO 2002

LA BIOTECHNOLOGIE

Technologie mobilisatrice, la biotechnologie sert à une vaste gamme d'applications industrielles. En croissance rapide et en constante évolution, cette industrie permet de répondre à divers défis des domaines de la santé, de l'agriculture, de la foresterie, de l'énergie, de l'aquaculture, de l'environnement ainsi que du secteur minier. Elle est une industrie dynamique et à fort contenu, fondée sur la recherche-développement (R.-D.).

LA BIOTECHNOLOGIE AU CANADA

Le Canada a connu une croissance en ce qui concerne le nombre de grandes sociétés de biotechnologie qui y sont installées et en compte aujourd'hui plus de 360. Au pays, le secteur de la biotechnologie est à l'origine de plus de 17 000 produits. De ce nombre, 6 600 sont sur le marché, alors que quelque 11 000 produits sont encore à l'étape de la R.-D. L'industrie canadienne constitue le deuxième marché en importance au monde; on prévoit qu'elle générera des revenus pouvant atteindre 5 milliards de dollars en 2002. D'ici 2005, on s'attend à ce que le marché mondial franchisse le cap des 50 milliards. Le secteur canadien de la biotechnologie est voué à un avenir prometteur si l'on en juge par l'importance qu'elle accorde à la recherche, par le nombre de produits en conception et par ses revenus en hausse.

Le Canada a su investir dans son capital intellectuel : sa main-d'œuvre est fort instruite et se place au deuxième rang derrière les États-Unis en ce qui concerne le nombre de citations reprises dans les publications scientifiques les plus reconnues. Cette position avantageuse, jumelée aux politiques gouvernementales qui appuient l'innovation, à des crédits d'impôt intéressants pour les sociétés, ainsi qu'à un climat financier favorable, font du Canada un chef de file international dans le domaine de la biotechnologie.

Le secteur canadien de la biotechnologie est en voie d'atteindre la maturité : sa consolidation est de plus en plus stable, et le processus qui lie la R.-D. et la mise en marché progresse sans irrégularités.

RÈGLEMENTATION

L'étendue des politiques commerciales qui touchent le secteur de la biotechnologie est aussi vaste que la diversité des produits et services qu'offre cette industrie. Cette complexité a donné lieu à des débats au sein de plusieurs forums internationaux, dont l'Organisation mondiale du commerce, le Codex Alimentarius, l'Organisation de Coopération et de Développement économiques et l'Organisation mondiale de la santé. C'est en ayant recours à ces instances que des agents du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international défendent les produits et services du secteur canadien de la biotechnologie et s'assurent que les sociétés canadiennes peuvent continuer à jouir d'un accès au marché sans entraves. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Chris Payette au (613) 992-0523, courriel : chris.payette@dfait-maeci.gc.ca.

Voir l'encart pour vos contacts des bio-industries à l'étranger.

BIO 2002

Le mois de juin est à nos portes ... tout comme BIO 2002, foire et congrès international du domaine de la biotechnologie. Cette année, BIO 2002 se tiendra au Palais des congrès du Toronto métropolitain du 9 au 13 juin et réunira 15 000 délégués de 45 pays.

LE PAVILLON DU CANADA

Quelque 150 stands accueilleront des sociétés de biotechnologie canadiennes et des organismes publics dans le Pavillon du Canada. Les gens d'affaires pourront venir y rencontrer des délégués commerciaux en poste à l'étranger au stand du Service des délégués commerciaux. Le Pavillon du Canada comprendra également le *Café Canada*, une aire de rencontre et un centre d'information.

Le gouvernement du Canada joue un rôle important à BIO 2002. À titre d'exposant, il y présentera ce qui se fait de meilleur dans l'industrie canadienne de la biotechnologie. Il y organisera également diverses activités afin de promouvoir les capacités des sociétés canadiennes et de les aider à rencontrer des partenaires potentiels. Voir :

www.strategis.gc.ca/canada@bio

OCCASIONS DE PARTENARIAT

Quatre activités de partenariat du domaine de la biotechnologie auront lieu les 8 et 9 juin. Les entreprises canadiennes auront alors l'occasion de discuter avec des partenaires potentiels dans le cadre de rencontres individuelles :

- Canada-Europe
- Canada-Israël
- Canada-Asie
- Canada-R.-U./Australie/Nouvelle-Zélande

Ces activités sont commanditées par la Greater Toronto Marketing Alliance. Le gouvernement du Manitoba parraine la présentation « Canada-Europe » et la Atlantic Canada Bio-Industries Alliance, les présentations « Canada-Asie » et « Canada-R.-U./Australie/Nouvelle-Zélande ».

Les sociétés étrangères qui prendront part à ces activités feront des présentations sur l'état du secteur de la biotechnologie dans leur pays. Les sociétés canadiennes qui désirent participer à ces activités doivent communiquer avec Henry Yau au (613) 995-6634, courriel : henry.yau@dfait-maeci.gc.ca.

PROGRAMME D'ENCADREMENT POUR LE DÉMARRAGE D'ENTREPRISES

Le 8 juin prochain, de jeunes entreprises canadiennes simuleront des présentations de plans d'affaires qui seront jugées par un jury formé de représentants de l'industrie de la biotechnologie. Le jury donnera ses

CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Voir plus de 25 études de marché pour le secteur des bio-industries à :

www.infoexport.gc.ca

commentaires pour chaque présentation afin que les entreprises soient mieux en mesure d'attirer du capital-risque au Canada ou aux États-Unis. Les entreprises peuvent prendre part à cette activité gratuitement : RSVP. Vous souhaitez présenter votre plan d'affaires ? Communiquez avec Neil Swain au (613) 944-0868, courriel : neil.swain@dfait-maeci.gc.ca.

RÉCEPTION ET DÎNER - LE CAPITAL-RISQUE SUR LES MARCHÉS DU MONDE

Quelque 200 investisseurs en capital-risque du Canada et des États-Unis seront réunis à l'occasion d'un dîner-conférence, qui aura lieu le 11 juin à 17 h 30. Le conférencier invité représentera la société Ernst and Young. On peut prendre part à cette activité sur invitation seulement. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Jim Burt au (613) 944-6576, courriel : jim.burt@dfait-maeci.gc.ca.

CENTRE D'ÉQUIPE CANADA INC À BIO 2002

Du 10 au 12 juin, les gens d'affaires canadiens auront l'occasion de discuter de débouchés à l'exportation avec des délégués commerciaux en poste dans des marchés étrangers clés. Pour s'inscrire communiquer avec Patricia Sagl au (416) 973-6154, courriel : sagl.patricia@ic.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

Publié par la Direction du marketing, Service des délégués commerciaux (TCW)

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.

L'appétit vient en ... exposant

La haute cuisine et le vin canadiens au menu à Boston

Tripes de bœuf sterling de l'Alberta... pigeonneau organique des colines de Conquest... pétoncles de Clearwater... foie gras du Québec : autant de délices du Nord présentés à Northern Delights, une activité promotionnelle de trois jours tenue à Boston, en février dernier, qui s'est révélée fructueuse (et combien savoureuse!). Le consulat général du Canada à Boston, de concert avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, la Commission canadienne du tourisme, Nova Scotia Business Inc. et Renaissance Wines, a réuni les meilleurs ingrédients pour promouvoir l'investissement et le tourisme au Canada — en choisissant les vins et les aliments canadiens les plus raffinés.

Une délicieuse histoire de cuisson

M. Anthony Walsh, chef de grande réputation du restaurant **Canoe** à Toronto, a donné le 26 février dernier au Fairmont Copley Plaza Hotel de Boston un pétillant début à sa démonstration d'art culinaire, coparrainée par la Commission canadienne du tourisme (www.canadatourism.com), à l'intention des journalistes de la presse gastronomique, œnologique et touristique. Ses cinq plats mettaient en vedette des produits alimentaires canadiens de première fraîcheur et d'excellents vins canadiens, le tout assaisonné d'une généreuse dose d'information sur l'usage des principaux ingrédients canadiens en cuisine.

Chefs sans frontières

Puis, une soirée gastronomique présentée conjointement par Agriculture et Agro-

alimentaire Canada, la Commission canadienne du tourisme ainsi que Nova Scotia Business Inc. (www.novascotiabusiness.com) a réuni au Seaport Hotel les 300 membres de l'Epicurean Club of Boston, la plus ancienne association professionnelle de chefs des États-Unis.

Profitant des kiosques disposés pour la réception d'ouverture, plus de 15 entreprises du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse et du Québec se sont mis en frais de tenter des chefs de renom — et leurs distributeurs régionaux — avec des échantillons et de l'information sur les produits.

Après une heure passée à faire connaissance (et à aiguïser leur appétit!), les invités ont été conviés à un repas gastronomique

Au calendrier

Pour renseignements à propos des

- Missions commerciales aux États-Unis
 - Colloques sur le marché américain
- Consultez le Calendrier d'exportation É.-U. à www.can-am.gc.ca/NEBS/runtime/search-F.asp

entièrement canadien préparé par M. Stefan Czapalay, chef au service de l'entreprise **Chefs by Design** de Dartmouth (N.-É.).

« Cette activité, raconte M. André Martineau, des **Bergeries aux 4 Vents Lrée** de Sainte-Marie-de-Kent, au Nouveau-Brunswick, nous a été profitable comme nulle autre depuis des années. En plus de conclure un certain nombre d'affaires, nous avons repéré plusieurs clients éventuels. »



De gauche à droite : le chef Stefan Czapalay, le consul général, M. Ronald Irwin, le chef Michael Schlow de Radius Boston, et le chef Susur Lee de Susur's, à Toronto.

Vins du Canada à l'honneur

Le consulat général du Canada, avec le concours de Renaissance Wines, a organisé une dégustation de vins professionnelle le jour suivant pour les acheteurs, les distributeurs et les détaillants de la région. L'événement **Wine Country Canada** donnait une chance de se faire valoir à sept fabricants de vins canadiens et leurs agents, venant de la Colombie-Britannique (**Tin Horn Creek Vineyards**), de la Nouvelle-Écosse (**Domaine de Grand Pré**) et de l'Ontario (**Château des Charmes, Malivoire Wine Company, Pillitteri Estates Winery, Southbrook Farm and Winery** et **Vineland Estate Winery**).

Bis!

Northern Delights a eu pour finale une activité de marquage de haut niveau visant à promouvoir le commerce et l'investissement au Canada. Elle s'est déroulée au Radius, restaurant renommé de Boston. Le consul général, M. Ronald Irwin, a accueilli 125 invités, gens d'affaires et dirigeants clés, à

voir page 7 — Le Canada

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 CCC peut aider les petits exportateurs à voir grand

Vous êtes un petit ou moyen exportateur. Vous avez quelque chose à vendre. Vous avez trouvé un client prêt à passer une commande. Mais faute de financement adéquat, vous ne pouvez conclure cette vente.

Communiquez avec la CCC

Chaque jour, de nombreux exportateurs sont aux prises avec un problème qui risque de leur faire perdre une vente éventuelle : comment obtenir le financement. En effet, sans fonds de roulement suffisant, leur projet ne peut démarrer. Ou si leur projet démarre, il arrive qu'ils ne soient payés qu'une fois que le produit ou service a été livré à l'acheteur — ce qui peut prendre parfois des mois ou des années après la signature du contrat. Une telle situation peut créer d'importants problèmes de liquidités. C'est là qu'entre en scène la Corporation commerciale canadienne (CCC). Comme organisme de passation de marchés à l'exportation, la CCC a toujours aidé les exportateurs canadiens à réaliser des ventes sur les marchés publics et privés du monde entier.

PPP se traduit par des chiffres

« Si une entreprise n'est pas en mesure de s'assurer les fonds dont elle a besoin pour conclure une vente par des arrangements avec sa banque, elle a un sérieux problème, » explique M. Mark Surch, chef d'équipe du **Programme de paiements progressifs (PPP)** de la CCC. « Nous avons donc créé le PPP pour aider les entreprises à obtenir le préfinancement à l'exportation et ainsi combler leur manque de liquidités. »

Le PPP vient en aide aux petits et moyens exportateurs canadiens en leur donnant accès à un fonds de roulement dans une de ses 19 institutions financières partenaires.

Le Canada à Boston — suite de la page 6

cette soirée consacrée aux vins et aux aliments fins du Canada. Il en a profité pour leur présenter un récent rapport de KPMG Consulting soulignant la valeur du Canada comme pays d'investissement.

Le festin de six plats était préparé avec soin par le chef de réputation mondiale

Grâce à cette initiative, les exportateurs sont alors en mesure de maintenir leur avantage concurrentiel, sachant qu'ils disposeront des ressources financières nécessaires à la réalisation des ventes à l'exportation.

Comment fonctionne le PPP? Lorsque la CCC participe à la transaction, la banque est généralement disposée à majorer la marge de crédit habituelle de l'entreprise, car la CCC lui donne l'assurance que les travaux financés feront l'objet d'un suivi par le gouvernement du Canada, qui réduit ainsi les risques contractuels. Une marge de crédit pouvant atteindre deux millions de dollars sera accordée à l'entreprise pour couvrir les coûts de production liés à sa vente à l'exportation. La marge de crédit accordée pour le projet sera remboursée au moyen des fonds que versera l'acheteur lors de l'expédition des marchandises.

M. Mark Surch ne cache pas son enthousiasme pour ce programme : « Il s'agit d'une combinaison gagnante — le savoir-faire de la CCC en matière d'exportation et l'indemnisation de la marge de crédit pour le projet alliés ainsi d'un côté, au capital, à la fiabilité et à l'expérience en gestion des comptes du prêteur et de l'autre, à la capacité de l'exportateur de réaliser la vente. »

Admissibilité

Pour être admissible au préfinancement à l'exportation dans le cadre du PPP, l'exportateur doit satisfaire à l'ensemble ou à la majorité des conditions suivantes :

- avoir conclu un contrat ferme ou être en

Des solutions commerciales pour nos exportateurs



Corporation Commerciale Canadienne

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est un organisme de vente à l'exportation du gouvernement du Canada. Elle offre un accès 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

train de le négocier avec un acheteur étranger;

- l'exportateur sera payé par lettre de crédit OU est disposé à assurer sa créance;
- la CCC pourra établir une relation contractuelle avec l'acheteur;
- le chiffre d'affaires annuel de l'exportateur est inférieur à 50 millions de dollars;
- l'exportateur a déjà fabriqué ou vendu ce produit ou service auparavant;
- l'exportateur est en mesure de financer au moins 10 % du coût de la commande;
- l'entreprise de l'exportateur est bien considérée par son institution financière.

PPP : un succès éclatant!

Depuis la création du PPP, la participation des exportateurs a atteint de nouveaux sommets, avec un nombre record et de contrats et de fournisseurs.

« La CCC est heureuse d'aider un grand nombre de PME à entreprendre concrètement des marchés à l'exportation, d'ajouter M. Surch. Et les entreprises se réjouissent d'obtenir notre soutien — le PPP est en voie de devenir l'un des services les plus dynamiques et les plus appréciés de la CCC. »

Pour renseignements, cliquer sur www.ccc.ca ou appeler 1 800 748-8191. ✪

Un marché des plus prometteurs en Europe

L'Ukraine en pleine « construction »

En Ukraine, la hausse de la demande de logements résidentiels, alliée à de nombreux nouveaux travaux d'infrastructure, crée des débouchés pour les fournisseurs canadiens du secteur du bâtiment et de celui des matériaux de construction. Le secteur ukrainien du bâtiment a été évalué à environ 2,6 milliards de dollars américains en 2001 et représentait 4,7 % du PIB du pays.

Aperçu du marché

Bâtiment — La production du secteur du bâtiment (commercial et résidentiel) a affiché des taux de croissance estimatifs de 4 %, 1,9 %, 5,5 % et 8,8 % respectivement pour les années 1998, 1999, 2000 et 2001.

Cette tendance a été déterminée en grande partie par la construction et la rénovation d'habitations unifamiliales privées. En 2001, les dépenses pour la construction résidentielle étaient de 717 millions de dollars américains dans toute l'Ukraine, pour une superficie d'habitations de quelque 5,8 millions de mètres carrés, dont 59 % ont été construites par des entreprises privées.

En 2000, le marché des travaux de construction générale (individuels, non confiés à des entrepreneurs) était estimé à 2,8 milliards de dollars américains; le marché des travaux exécutés par des entrepreneurs était estimé à 2,4 milliards de dollars américains; et le marché de la rénovation résidentielle a généré des ventes annuelles d'environ 900 millions de dollars américains. La valeur du marché des matériaux de construction a atteint le chiffre estimatif de 0,7 milliard de dollars américains. (Le secteur « clandestin » du bâtiment peut majorer ces chiffres de 40 % à 60 %.)

En Ukraine, il y a seulement 14 millions d'unités d'habitation individuelles pour une population de 49 millions d'habitants. Il y a un besoin urgent de 5 millions de nouvelles unités — appartements ou habitations unifamiliales, surtout à proximité des grandes villes, par exemple Kyiv (2,8 millions d'habitants), Kharkiv (1,5 million d'habitants), Dnipropetrovsk (1,5 million d'habitants), Donetsk (1,1 million d'habitants), Odessa (1 million d'habitants) et Lviv (800 000 ha-

bitants). Dans la seule ville de Kyiv, il y a un besoin immédiat d'un million de mètres carrés de nouvelles habitations.

Matériaux de construction — Les nouveaux projets de construction d'habitations et de locaux de bureaux offrent des débouchés importants aux fournisseurs, mais c'est la rénovation qui est le secteur dominant. Cela s'explique en gros par le vieillissement du parc de logements et par l'insuffisance générale sur le plan de la qualité, de l'aménagement et de l'efficacité énergétique des logements construits à l'époque soviétique. Ces phénomènes ont engendré une forte hausse de la demande de matériaux de construction abordables tandis que les matériaux de haute qualité sont aussi de plus en plus en demande.

EUROPE

Les matériaux de construction représentent à eux seuls jusqu'aux deux tiers des coûts de construction des projets en général. Par suite de la baisse de la production intérieure, la plupart des matériaux de construction utilisés dans les travaux de rénovation sont désormais importés, ce qui crée un potentiel élevé pour les fournisseurs canadiens.

Débouchés

Bâtiment — La plus grande partie du parc de logements en Ukraine, qui est en train de se détériorer, a été produite en masse entre 1955 et 1965. Il n'y avait alors pas de financement public pour la rénovation, mais aujourd'hui les gens investissent pour améliorer leur habitation.

L'économie d'énergie prend de plus en plus d'importance pour les clients et détermine leurs préférences en matière de matériaux de construction. Mais la tradition locale continue de faire de la brique, par opposition à la charpente en bois, le matériau de construction de base. Les entreprises canadiennes devraient donc bien faire connaître aux consommateurs ukrainiens la commodité, l'efficacité énergétique, le caractère économique et le confort comme caractéristiques des produits canadiens.

La demande croissante d'appartements

de luxe est en copropriété pourra intéresser les constructeurs canadiens. Les projets d'aménagement immobilier à densité moyenne (appartements de 80-100 m² pourvus de produits de finition de haute qualité) sont de plus en plus en demande.

Les locaux de commerce de détail sont rénovés selon les normes européennes partout en Ukraine; dans les grandes villes surgissent des centres d'achats nouveaux ou agrandis presque tous les mois. À Kyiv, on construit actuellement un grand centre d'achats souterrain ultra-moderne, qui sera aussi un centre de loisirs. La prochaine vague verra vraisemblablement la construction de galeries marchandes souterraines comportant plusieurs étages sous terre, des aires de stationnement en surface et des multiplex.

Reconnaissant l'avantage d'utiliser l'infrastructure actuelle pour les services publics, les Ukrainiens préfèrent améliorer les structures actuellement détériorées ou inachevées au moyen de technologies de construction occidentales. Les avantages fiscaux récemment instaurés constituent aussi un incitatif pour favoriser cette pratique. Il y a environ 200 000 projets de construction inachevés, dans l'ensemble de l'Ukraine.

Matériaux de construction — Les produits des catégories suivantes, d'entreprises européennes, ne suffisent pourtant pas à répondre encore à la demande locale et pourront donc offrir aux entreprises canadiennes des débouchés intéressants :

- tuyaux et raccords abordables de qualité;
- portes et fenêtres isolées;
- carreaux pour planchers et murs;
- grilles de sécurité décoratifs pour fenêtres;
- mélanges secs pour la construction;
- bâtiments préfabriqués;
- produits de construction éconergétiques;
- articles de bricolage;
- matériel de sécurité;
- chauffage, ventilation et climatisation.

À noter que le volume des commandes peut être restreint.

Accès au marché

Les exportateurs canadiens doivent prendre en considération les cinq principaux

voir page 9 — Ukraine

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

Au service des
bio-industries
canadiennes à l'étranger

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Amérique latine et Antilles

 **Chili**
Margot Edwards
Agente à l'expansion des affaires
Santiago, Chili

 **Inde**
D.P. Vittal Nath
Agent à l'expansion des affaires
Bangalore, Inde

 **Cuba**
Francisco Rodriguez
Agent à l'expansion des affaires
La Havane, Cuba

 **Malaisie**
Sharon Fam
Agente à l'expansion des affaires
Kuala Lumpur, Malaisie

Asie-Pacifique

 **Australie**
Pierre Desmarais
Délégué commercial
Canberra, Australie

 **Nouvelle-Zélande**
Pierre-André Cusson
Délégué commercial
Auckland, Nouvelle-Zélande

Geoff S. Fox
Agent à l'expansion des affaires
Sydney, Australie

 **Philippines**
Butch dela Cruz
Agent à l'expansion des affaires
Manille, Philippines

 **Chine**
Minster Li
Agent à l'expansion des affaires
Guangzhou, Chine

 **Singapour**
Francis Chan
Agent à l'expansion des affaires
Singapour, Singapour

Elizabeth Tang
Agente à l'expansion des affaires
Shanghai, Chine

Taiwan
Karen Huang
Agente à l'expansion des affaires
Taipei, Taiwan

lu « préfabriqué » Portugal

aises n'ont-elles ni isolation ni chauffage central. Tandis que les entreprises de on privilégient les charpentes d'acier matériaux de construction de béton, s en plus de Portugais exigent des ions bien construites et confortables.

uchés

tugal, c'est le marché de la construction résidentielle qui offre le plus de débouchés aux entreprises canadiennes : sions préfabriquées à ossature de bois; itres innovatrices bien isolées; ire et parement de style portugais; ation; ème de murs de béton et coffrages; struction à charpente d'acier.

au marché

ux publics — Étant donné la petite u marché portugais, une entreprise ors de l'Union européenne n'ayant e partenaire portugais ou européen pourra difficilement obtenir des s de travaux publics. Les entreprises iennes pourront toutefois trouver des chés en tant que sous-traitantes.

itation — Comme ailleurs en e, les modes de construction doivent prouvés par les autorités portugaises l et soumis à un processus long et k. La persévérance toutefois est généralement récompensée.

ipaux concurrents

struction à charpente d'acier pénètre ché par les entreprises américaines, a plus forte concurrence vient des rises du Portugal et d'autres pays nion européenne, surtout de gne.

r consulter des rapports de marché s sur ce secteur, cliquer sur : www.infoexport.gc.ca r plus de renseignements, com- uer avec M^{me} Fatima Carvalho, e de commerce, ambassade du la à Lisbonne, tél. : (011-351-21) 1653, téléc. : (011-351-21) 1695, courriel : fatima.carvalho@t-maeci.gc.ca internet : www.maeci.gc.ca/lisbon/



Un marché des plu L'Ukraine

En Ukraine, la hausse de la demande de logements résidentiels, ainsi que de nombreux nouveaux travaux d'infrastructure, crée des débouchés pour les fournisseurs canadiens du secteur bâtiment et de celui des matériaux de construction. Le secteur ukrainien du bâtiment a été évalué à environ 2,6 milliards de dollars américains en 2001 et représentait 4,7 % du PIB du pays.

Aperçu du marché

Bâtiment — La production du secteur bâtiment (commercial et résidentiel) a connu des taux de croissance estimatifs de 4,1, 9,5, 5,5 et 8,8 % respectivement les années 1998, 1999, 2000 et 2001. Cette tendance a été déterminée en grande partie par la construction et la rénovation d'habitations unifamiliales privées. En 2001, les dépenses pour la construction résidentielle étaient de 717 millions de dollars américains dans toute l'Ukraine, pour une superficie d'habitations de quelque 5,1 millions de mètres carrés, dont 59 % ont été construites par des entreprises privées.

En 2000, le marché des travaux de construction générale (individuels, non compris des entrepreneurs) était estimé à 2,4 milliards de dollars américains; le marché des travaux exécutés par des entrepreneurs était estimé à 2,4 milliards de dollars américains et le marché de la rénovation résidentielle a généré des ventes annuelles d'environ 900 millions de dollars américains. Le marché des matériaux de construction a atteint le chiffre estimatif de 0,7 milliard de dollars américains. (Le secteur « clandestin » du bâtiment peut représenter ces chiffres de 40 % à 60 %.)

En Ukraine, il y a seulement 14 millions d'unités d'habitation individuelles pour une population de 49 millions d'habitants. Il y a un besoin urgent de 5 millions de nouvelles unités — appartements ou habitations familiales, surtout à proximité des grandes villes, par exemple Kyiv (2,8 millions d'habitants), Kharkiv (1,5 million d'habitants), Dnipropetrovsk (1,5 million d'habitants), Odessa (1,1 million d'habitants) et Lviv (800 000 habitants).

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Au service des entreprises canadiennes à l'étranger

Au service des
**bio-industries
canadiennes à l'étranger**

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Europe

 **Allemagne**
Steffen Preusser
Agent à l'expansion des affaires
Berlin, Allemagne

 **Autriche**
Nikolaus Hottenroth
Agent à l'expansion des affaires
Vienne, Autriche

 **Belgique**
Fabienne De Kimpe
Agente à l'expansion des affaires
Bruxelles, Belgique

 **Danemark**
David Gillet
Délégué commercial
Copenhague, Danemark

David Horup
Agent à l'expansion des affaires
Copenhague, Danemark

 **Finlande**
Seppo Vihersaari
Agent à l'expansion des affaires
Helsinki, Finlande

 **Italie**
Sandra Marchesi
Agente à l'expansion des affaires
Milan, Italie

 **Norvège**
Bjorn Just Hanssen
Agent à l'expansion des affaires
Oslo, Norvège

 **Roumanie**
Octavian Bonea
Agent à l'expansion des affaires
Bucarest, Roumanie

 **Suède**
Bruce Christie
Délégué commercial
Stockholm, Suède

Christian Ekström
Agent à l'expansion des affaires
Stockholm, Suède

 **Suisse**
Werner Naef
Agent à l'expansion des affaires
Berne, Suisse

Moyen-Orient

 **Israël**
Atalia Kahan
Agente à l'expansion des affaires
Tel Aviv, Israël

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

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Au service des
**bio-industries
canadiennes à l'étranger**

 **États-Unis
d'Amérique**

Atlanta
Mary Louise Goodie
Agente à l'expansion des affaires
Atlanta, Géorgie

Boston
Christine Sarkisian
Agente à l'expansion des affaires
Boston, Massachusetts

Buffalo
Mary E. Mokka
Agente à l'expansion des affaires
Buffalo, New York

Chicago
Chris Bigall
Agente à l'expansion des affaires
Chicago, Illinois

Dallas
Richard Crouch
Délégué commercial
Dallas, Texas

Detroit
Ralph Reich
Agent à l'expansion des affaires
Detroit, Michigan

Los Angeles
Brantley Haigh
Agent à l'expansion des affaires
Los Angeles, Californie

Minneapolis
John Lambert
Agent à l'expansion des affaires
Minneapolis, Minnesota

New York
Allison Trenholm
Agente à l'expansion des affaires
New York, New York

Princeton
Rick Savone
Délégué commercial
Princeton, New York

L'AVANTAGE EUROPE

Invitation aux spécialistes du « préfabriqué » Ça construit au Portugal

un train haute vitesse qui seront raccordés aux lignes ferroviaires de l'Union européenne en sont des exemples notables. L'an dernier, le Portugal a investi 2 milliards de dollars de capitaux provenant du secteur privé dans des travaux d'infrastructure, tels que les nouvelles concessions de péage sur les autoroutes. En outre, le Portugal s'est vu récemment adjuger les droits d'accueillir **EURO 2004**, le championnat du soccer d'Europe, ce qui fera hausser de 1 million de dollars les dépenses dans le secteur de la construction.

Habitation — Le marché de l'habitation affiche 27 % des ventes dans l'industrie portugaise du bâtiment, contre un taux moyen de 22 % dans le reste de l'Europe, ce qui représente une importante contribution à l'économie du pays en général.

Les facteurs suivants doivent assurer la croissance soutenue du secteur :

- brusque chute des taux d'intérêt;
- taux d'occupation extrêmement faibles;
- travaux d'infrastructure et travaux publics accrus pour relier les zones résidentielles aux centres d'activités;
- subventions au logement.

Cependant, le prix des terres et des logements continue à augmenter, si bien que le Portugal est devenu l'un des pays d'Europe où il est le plus coûteux d'acheter une maison ou un appartement.

Il y a donc un besoin pressant de logements abordables, ce qui crée des débouchés pour les fabricants canadiens spécialisés dans les maisons industrialisées. Bien que les habitations industrialisées à ossature de bois deviennent de plus en plus populaires auprès des consommateurs portugais à cause des coûts moins élevés ainsi que de la rapidité de la construction, ces derniers veulent des preuves tangibles de ces avantages. Les deux colloques fructueux organisés récemment par l'ambassade du Canada à Lisbonne et à Oporto pour promouvoir les habitations à ossature de bois ont mis des entreprises canadiennes sur la piste de plusieurs promoteurs de la région.

Les entreprises portugaises de construction sont plutôt réticentes aux nouvelles technologies, aussi la majorité des maisons

portugaises n'ont-elles ni isolation ni chauffage central. Tandis que les entreprises de la région privilégient les charpentes d'acier et les matériaux de construction de béton, de plus en plus de Portugais exigent des habitations bien construites et confortables.

Débouchés

Au Portugal, c'est le marché de la construction résidentielle qui offre le plus de débouchés aux entreprises canadiennes :

- maisons préfabriquées à ossature de bois;
- fenêtres innovatrices bien isolées;
- toiture et parement de style portugais;
- isolation;
- système de murs de béton et coffrages;
- construction à charpente d'acier.

Accès au marché

Travaux publics — Étant donné la petite taille du marché portugais, une entreprise en dehors de l'Union européenne n'ayant pas de partenaire portugais ou européen solide pourra difficilement obtenir des contrats de travaux publics. Les entreprises canadiennes pourront toutefois trouver des débouchés en tant que sous-traitantes.

Habitation — Comme ailleurs en Europe, les modes de construction doivent être approuvés par les autorités portugaises (LNEC) et soumis à un processus long et coûteux. La persévérance toutefois est généralement récompensée.

Principaux concurrents

La construction à charpente d'acier pénètre le marché par les entreprises américaines, mais la plus forte concurrence vient des entreprises du Portugal et d'autres pays de l'Union européenne, surtout de l'Espagne.

Pour consulter des rapports de marché détaillés sur ce secteur, cliquer sur :

www.infoexport.gc.ca

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Fatima Carvalho, agente de commerce, ambassade du Canada à Lisbonne, tél. : **(011-351-21) 316-4653**, téléc. : **(011-351-21) 316-4695**, courriel : fatima.carvalho@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/lisbon/

Un marché des plu L'Ukraine

En Ukraine, la hausse de la demande de logements résidentiels, ainsi que de nombreux nouveaux travaux d'infrastructure, crée des débouchés pour les fournisseurs canadiens du secteur bâtiment et de celui des matériaux de construction. Le secteur ukrainien du bâtiment a été évalué à environ 2,6 milliards de dollars américains en 2001 et représentait 4,7 % du PIB du pays.

Aperçu du marché

Bâtiment — La production du secteur bâtiment (commercial et résidentiel) a connu des taux de croissance estimatifs de 4,1, 9 %, 5,5 % et 8,8 % respectivement les années 1998, 1999, 2000 et 2001. Cette tendance a été déterminée en grande partie par la construction et la rénovation d'habitations unifamiliales privées. En 2001, les dépenses pour la construction résidentielle étaient de 717 millions de dollars américains dans toute l'Ukraine, pour une superficie d'habitations de quelque 5,1 millions de mètres carrés, dont 59 % ont été construites par des entreprises privées.

En 2000, le marché des travaux de construction générale (individuels, non compris les entrepreneurs) était estimé à 2,4 milliards de dollars américains; le marché des travaux exécutés par des entrepreneurs était estimé à 2,4 milliards de dollars américains et le marché de la rénovation résidentielle a généré des ventes annuelles d'environ 900 millions de dollars américains. Le marché des matériaux de construction a atteint le chiffre estimatif de 0,7 milliard de dollars américains. (Le secteur « clandestin » du bâtiment peut représenter ces chiffres de 40 % à 60 %.)

En Ukraine, il y a seulement 14 millions d'unités d'habitation individuelles pour une population de 49 millions d'habitants. Il y a un besoin urgent de 5 millions de nouvelles unités — appartements ou habitations familiales, surtout à proximité des grandes villes, par exemple Kyiv (2,8 millions d'habitants), Kharkiv (1,5 million d'habitants), Dnipropetrovsk (1,5 million d'habitants), Donetsk (1,1 million d'habitants), Odessa (1 million d'habitants) et Lviv (800 000 habitants).

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA *Au service de*

*Au service des
bio-industries
canadiennes*

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Europe

 **Allemagne**
Steffen Preusser
Agent à l'expansion des affaires
Berlin, Allemagne

 **Autriche**
Nikolaus Hottenroth
Agent à l'expansion des affaires
Vienne, Autriche

 **Belgique**
Fabienne De Kimpe
Agente à l'expansion des affaires
Bruxelles, Belgique

 **Danemark**
David Gillett
Délégué commercial
Copenhague, Danemark

David Horup
Agent à l'expansion des affaires
Copenhague, Danemark

 **Finlande**
Seppo Vihersaari
Agent à l'expansion des affaires
Helsinki, Finlande

 **Italie**
Sandra Marchesi
Agente à l'expansion des affaires
Milan, Italie

Le Service des délégués commerciaux aide les entreprises canadiennes qui ont étudié et choisi leur marché.

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

San Francisco
John Roxburgh
Délégué commercial
San Francisco, Californie

Seattle
Jane Shaw
Agente à l'expansion des affaires
Seattle, Washington

Washington, D.C.
Manuel Ellenbogen
Agent à l'expansion des affaires
Washington, D.C.

Conseillers (ères) aux affaires scientifiques et technologiques

 **Allemagne**
Bill Bhaneja
Conseiller aux affaires
scientifiques et technologiques
Berlin, Allemagne

 **Belgique**
Paola De Rose
Conseillère aux affaires
scientifiques et technologiques
Bruxelles, Belgique

 **États-Unis
d'Amérique**
Robert Webb
Conseiller aux affaires
scientifiques et technologiques
Washington, D.C., E-U

 **France**
Yves Geoffrion
Conseiller aux affaires
scientifiques et technologiques
Paris, France

 **Japon**
Philip Hicks
Conseiller aux affaires
scientifiques et technologiques
Tokyo, Japon

 **Royaume-Uni**
Caroline Martin
Conseillère aux affaires
scientifiques et technologiques
Londres, Royaume-Uni

Depuis 1998, le secteur portugais de la construction a maintenu un taux de croissance moyen de 5,6 %, contre 0,6 % pour le reste de l'Union européenne, et il est devenu ainsi l'un des marchés européens qui affiche la croissance la plus rapide. Nombre de facteurs sont à l'origine de cette croissance de l'industrie, dont le fléchissement des taux d'intérêt, la mise en chantier de grands travaux publics et le climat de confiance économique.

Aperçu du marché

Travaux publics — Quelque 5,6 milliards de dollars seront affectés à de grands travaux d'infrastructure dans le secteur des transports. Le métro de surface d'Oporto et

Ukraine — suite de la page 8

points suivants avant d'entrer sur le marché ukrainien.

1) Les coûts de développement du marché et d'accès au marché sont en général élevés, il faut donc prévoir une stratégie à long terme.

2) Avec l'augmentation du coût des matériaux de construction, le marché ukrainien est ouvert aux produits à des prix compétitifs.

3) Il y a peu de transparence dans le contexte commercial et juridique et dans la réglementation. Les lois et les règlements sont flous et se prêtent à la libre interprétation des fonctionnaires à tous les niveaux.

4) La collaboration avec un partenaire ukrainien ou la création d'une coentreprise sont déterminants pour le succès.

5) S'assurer que les conditions de paiement sont précisées par écrit pour éviter les déceptions.

La plupart des matériaux de construction viennent d'Europe. La concurrence la plus vive vient des pays qui font une promotion active de leurs produits, tels que la Pologne, l'Allemagne, la République tchèque, la Finlande, la Suède, la France, l'Espagne et la Turquie.

Pour plus de renseignements, joindre M. Yury Mardak, ambassade du Canada à Kyiv, tél. : (011-380-44) 464-1144 ext. 3354, téléc. : (011-380-44) 464-1133, courriel : yury.mardak@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/ua ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)

L'AVANTAGE EUROPE

Invitation aux spécialistes du « préfabriqué » Ça construit au Portugal

un train haute vitesse qui seront raccordés aux lignes ferroviaires de l'Union européenne en sont des exemples notables. L'an dernier, le Portugal a investi 2 milliards de dollars de capitaux provenant du secteur privé dans des travaux d'infrastructure, tels que les nouvelles concessions de péage sur les autoroutes. En outre, le Portugal s'est vu récemment adjuger les droits d'accueillir **EURO 2004**, le championnat du soccer d'Europe, ce qui fera hausser de 1 million de dollars les dépenses dans le secteur de la construction.

Habitation — Le marché de l'habitation affiche 27 % des ventes dans l'industrie portugaise du bâtiment, contre un taux moyen de 22 % dans le reste de l'Europe, ce qui représente une importante contribution à l'économie du pays en général.

Les facteurs suivants doivent assurer la croissance soutenue du secteur :

- brusque chute des taux d'intérêt;
- taux d'occupation extrêmement faibles;
- travaux d'infrastructure et travaux publics accrus pour relier les zones résidentielles aux centres d'activités;
- subventions au logement.

Cependant, le prix des terres et des logements continue à augmenter, si bien que le Portugal est devenu l'un des pays d'Europe où il est le plus coûteux d'acheter une maison ou un appartement.

Il y a donc un besoin pressant de logements abordables, ce qui crée des débouchés pour les fabricants canadiens spécialisés dans les maisons industrialisées. Bien que les habitations industrialisées à ossature de bois deviennent de plus en plus populaires auprès des consommateurs portugais à cause des coûts moins élevés ainsi que de la rapidité de la construction, ces derniers veulent des preuves tangibles de ces avantages. Les deux colloques fructueux organisés récemment par l'ambassade du Canada à Lisbonne et à Oporto pour promouvoir les habitations à ossature de bois ont mis des entreprises canadiennes sur la piste de plusieurs promoteurs de la région.

Les entreprises portugaises de construction sont plutôt réticentes aux nouvelles technologies, aussi la majorité des maisons

portugaises n'ont-elles ni isolation ni chauffage central. Tandis que les entreprises de la région privilégient les charpentes d'acier et les matériaux de construction de béton, de plus en plus de Portugais exigent des habitations bien construites et confortables.

Débouchés

Au Portugal, c'est le marché de la construction résidentielle qui offre le plus de débouchés aux entreprises canadiennes :

- maisons préfabriquées à ossature de bois;
- fenêtres innovatrices bien isolées;
- toiture et parement de style portugais;
- isolation;
- système de murs de béton et coffrages;
- construction à charpente d'acier.

Accès au marché

Travaux publics — Étant donné la petite taille du marché portugais, une entreprise en dehors de l'Union européenne n'ayant pas de partenaire portugais ou européen solide pourra difficilement obtenir des contrats de travaux publics. Les entreprises canadiennes pourront toutefois trouver des débouchés en tant que sous-traitantes.

Habitation — Comme ailleurs en Europe, les modes de construction doivent être approuvés par les autorités portugaises (LNEC) et soumis à un processus long et coûteux. La persévérance toutefois est généralement récompensée.

Principaux concurrents

La construction à charpente d'acier pénètre le marché par les entreprises américaines, mais la plus forte concurrence vient des entreprises du Portugal et d'autres pays de l'Union européenne, surtout de l'Espagne.

Pour consulter des rapports de marché détaillés sur ce secteur, cliquer sur :

www.infoexport.gc.ca

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Fatima Carvalho, agente de commerce, ambassade du Canada à Lisbonne, tél. : (011-351-21) 316-4653, téléc. : (011-351-21) 316-4695, courriel : fatima.carvalho@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/lisbon/ ✪

Faites vos Jeux!

Beijing se prépare aux Olympiques (1^{ère} partie)

Comme tout hôte consciencieux le ferait avant un événement aussi colossal, Beijing se prépare pour les Jeux olympiques d'été 2008. D'ailleurs, c'est à un « rajeunissement intégral » que se prêtera la ville en affectant 23 milliards de dollars américains à la réalisation d'améliorations d'envergure de toute la ville au cours des six prochaines années. Des soumissions internationales ont déjà été présentées pour des contrats d'une valeur totale de 14 milliards de dollars américains dans les secteurs de l'environnement, du transport, des télécommunications, de la construction et du tourisme.

Les soumissions internationales viseront la conception, la construction et la gestion de 22 sites olympiques et du Village olympique, domicile des athlètes pendant les Jeux. Le quartier résidentiel, situé dans l'Ouest du Village, regroupera des immeubles à appartements, des salles à manger et autres installations. Le quartier international, dans l'Est, centralisera les installations de loisir et les activités de culture des athlètes. Lorsque les Jeux seront terminés, le Village deviendra une zone résidentielle.

Le Plan d'action des Jeux olympiques, qui vient d'être rendu public, établit les lignes directrices de la planification, de la définition des tâches et de la coordination et de la réalisation des prochains travaux de développement de Beijing. Le premier des documents concernant les soumissions du site et de l'infrastructure a été publié en avril 2002, et la plupart des contrats seront adjugés vers le milieu de 2003.

Les entreprises canadiennes peuvent prendre part à toutes ces activités en formant des coentreprises et en concluant des accords de coopération technologique ou encore des contrats de construction-exploitation-transfert. La Chine s'est engagée à suivre un processus d'adjudication transparent qui met les entreprises étrangères et nationales sur le même pied.

Le « verdissement » de Beijing

L'environnement, l'un des thèmes majeurs des prochains Jeux, donne un sens nouveau à l'expression « Parc olympique ». Les « Jeux olympiques verts » de 2008 permettront à la Chine de s'élaner sur le chemin du développement durable. Des milliards de dollars seront affectés à la réduction de la pollution de l'air et de l'eau, au traitement des déchets, au reboisement, à l'énergie « verte » et à l'emploi de produits écologiques.



Marquette du Centre national de natation (capacité : 17 000 spectateurs) des Jeux olympiques de Beijing de 2008.

Quatorze nouvelles usines de traitement des eaux usées hausseront leur capacité à 90 %, et 50 % des eaux traitées seront recyclées. Le Village olympique et tous les sites de compétition feront appel aux toutes dernières technologies de conservation des eaux, y compris la collecte des eaux pluviales et les toilettes écologiques fonctionnant sans eau de chasse.

Beijing construira quatre systèmes d'élimination des déchets solides, et 90 % de toutes les ordures seront traitées (en hausse par rapport à 70 %). La moitié des ordures sera triée et 30 % seront recyclés. La majeure partie des eaux d'égout (90 %) sera traitée et la moitié de ces eaux traitées sera recyclée.

En effet, la « puissance musculaire » ne sera pas la seule source d'énergie renouvelable de ces Jeux. À l'aide des technologies vertes de pointe, les énergies géothermique et solaire seront captées pour



obtenir de l'eau chaude (160 nouveaux puits géothermiques), 80 % de tous les réverbères seront alimentés à l'énergie solaire, et la puissance éolienne sera exploitée partout où c'est possible sur les sites de compétition et dans le Village. D'ici

2007, pratiquement tous les autobus et la plupart des taxis de Beijing fonctionneront au gaz naturel.

Les échos de ce thème de l'environnement retentiront bien au-delà de Beijing 2008, car de plus en plus de citoyens adoptent tout un éventail d'articles ménagers à faible consommation d'énergie et inoffensifs pour l'environnement. Sur leur liste d'achats écologiques figureront les réfrigérateurs sans danger pour l'ozone, les produits pétroliers sans plomb, les produits cosmétiques, hygiéniques et thérapeutiques naturels ainsi que des dispositifs économiseurs d'eau.

Transport intelligent

Le transport pose toujours un défi à tout hôte de Jeux olympiques, et Beijing entend être prêt à le relever. La société de transport de Beijing ajoutera six nouvelles lignes de rail léger souterrain à son réseau de transport urbain intégré qui comprend plus de 150 km de nouvelles voies ferrées et 1 000 nouvelles voitures. La somme d'environ 1,54 milliard de dollars américains sera consacrée à des autobus écologiques alimentés au gaz naturel ou à l'électricité. Le Métro olympique de 28 km assurera un accès aisé au Parc olympique depuis le centre-ville.

De plus, l'intégration de la toute dernière technologie de télécommunications de troisième génération permettra la coordination et la supervision « intelligentes » de toute la circulation. L'achat des billets et la validation d'identité seront aussi automatisés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Cyril Elbers, adjoint commercial, ambassade du Canada à Beijing, tél. : (011-86-10) 6532-3536, poste 3886, téléc. : (011-86-10) 6532-4070, courriel : www.canada.org.cn/beijing ou avec la Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-0905, courriel : pcm@dfait-maeci.gc.ca

La 2^e partie de cet article paraîtra dans le prochain numéro de CanadExport. ✪

L'ambassade du Canada à Tokyo, de concert avec Industrie Canada et la Direction du Japon du MAECI, convie toutes les entreprises canadiennes du secteur du matériel et des services de l'énergie électrique à se joindre à une mission à Tokyo, Japon, du 11 au 13 novembre 2002. Cette activité de liaison prendra appui sur le succès remporté en 2000 par la mission japonaise en électricité qui a permis de mettre en rapport des responsables de l'approvisionnement de la plupart des principales compagnies d'électricité japonaises avec les fournisseurs canadiens de diverses branches spécialisées du secteur.

L'ambassade organisera sur demande des entretiens personnels entre les participants canadiens et des représentants d'entreprises japonaises sélectionnées au préalable. Les participants qui se qualifient pourront se prévaloir d'une aide financière dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du MAECI.

Les entreprises canadiennes sont également invitées au quatorzième Congrès de l'industrie de l'alimentation électrique (Conference of the Electric Power Supply Industry) **CEPSI 2002** (www.cepsi2002.com), qui se déroulera du 5 au 8 novembre 2002, à Fukuoka. Ce congrès, le premier de ce millénaire, combinera un salon commercial et une conférence où les pays qui se préparent à entrer dans la nouvelle ère de consommation croissante d'énergie pourront échanger des renseignements, des points de vue et des connaissances. La mission en électricité a été organisée de façon à faire suite à CEPSI afin de mettre le plus à profit la présence des participants sur le marché japonais.

Aperçu du marché

Troisième producteur mondial en électricité, le Japon génère 1 057 TWh, soit 7,2 % de l'offre mondiale. Mais ses tarifs sont parmi les plus élevés du monde : à 0,16 \$ US par kWh, les tarifs industriels japonais sont presque cinq fois plus élevés que ceux du Canada.

Bien que dix des principales compagnies d'électricité régionales dominent le marché à l'heure actuelle, la déréglementation

Se brancher sur les débouchés

Mission en électricité au Japon et au CEPSI

autorise les producteurs d'électricité indépendants (PEI) à vendre leur produit aux clients industriels qui ont des besoins considérables en énergie. Le marché intéresse aussi de plus en plus d'acheteurs et de fournisseurs d'électricité (AFE) — des entreprises qui achètent et puis revendent l'excédent d'électricité sur le réseau.

Les compagnies d'électricité japonaises perçoivent les produits étrangers comme pouvant réduire les coûts et procurer un avantage concurrentiel, ce qui donne un incitatif énergétique aux fournisseurs canadiens d'électricité d'approvisionnement des compagnies d'électricité régionales, les PEI et les AFE ainsi que les fournisseurs de matériel électrique de ces derniers.

Le Canada, un fournisseur énergétique

Le Canada vit à l'heure actuelle de profonds changements au niveau de la propriété et de la distribution de l'énergie électrique intérieure, mais il demeure le chef de file dans les secteurs de l'énergie nucléaire et de l'énergie thermique et il maintient sa puissance dans les technologies de la pile à combustible, de l'énergie photovoltaïque et de l'énergie de biomasse. À l'origine de 4 % de l'offre mondiale d'énergie, le Canada est le cinquième producteur d'énergie électrique au monde. Il est également un important exportateur d'énergie, de matériel et de services électriques.

Sa supériorité se manifeste depuis les petites installations hydroélectriques jusqu'aux turbines à gaz modulaires qui assurent la production distribuée. C'est également le Canada qui a construit la plus puissante génératrice refroidie par air au monde. L'éventail des produits canadiens de pointe dans ce domaine comprend les appareils robotisés de réparation et d'entretien, les systèmes de diagnostic et de surveillance, ainsi que les logiciels de gestion des cours d'eau et de programmation de la production

d'énergie. Les Canadiens ont mis au point des technologies d'avant garde pour le transport de l'électricité qui réduisent les pertes au minimum et permettent ainsi d'acheminer l'électricité à des tarifs qui sont parmi les plus faibles au monde.

Le Japon, générateur de débouchés

Depuis 1991, l'immense marché japonais des produits électriques et du matériel d'énergie électrique a progressé de 3 milliards à près de 12 milliards de dollars, ce qui garantit des débouchés intéressants pour les entreprises canadiennes qui sont disposées à :

- examiner les sites internet de fourniture de services d'électricité;
- s'inscrire auprès des compagnies d'électricité en tant que fournisseurs de certains produits donnés;
- communiquer avec les nouveaux PEI et AFE;
- collaborer avec des sociétés japonaises d'ingénieurs à des travaux de production, de transport et de distribution d'électricité.

L'ambassade du Canada peut aider les entreprises désireuses d'explorer ces possibilités. Elle peut également les aider à trouver le partenaire japonais idéal, lequel est un puissant allié pour le succès à l'exportation. Les entreprises canadiennes ont intérêt à gagner la confiance des clients japonais éventuels et à cultiver leurs relations en se prêtant à des rencontres personnelles et en véhiculant des messages promotionnels en japonais.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brian Parrott, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6200, téléc. : (011-81-3) 5412-6247, courriel : brian.parrott@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 Mexique — suite de la page 1

du commerce mondial grâce aux réformes qu'il a apportées à sa législation sur l'investissement étranger et aux divers accords de libre-échange qu'il a conclus et qui lui donnent un accès préférentiel à plus de 30 pays, dont ceux de l'Union européenne.

La stabilité politique et économique dont jouit le Mexique à l'heure actuelle stimule l'investissement direct, ce qui a pour effet d'ouvrir les portes toutes grandes à un déferlement de nouvelles importations de produits et de services. Le Mexique a entrepris de se doter d'une nouvelle infrastructure, et la consommation intérieure est à la hausse. À l'instar de toute l'Amérique du Nord, il s'est engagé sur la voie de la croissance.

Un partenaire de choix

À en juger par la solidité croissante des facteurs économiques fondamentaux, l'évolution du Mexique en un partenaire commercial nord-américain bien respecté est déjà amorcée. Le cours du peso se maintient par rapport au dollar américain, et le Mexique a obtenu de Standard & Poor's une bonne cote de solvabilité pour les investissements; le PIB mexicain augmentera probablement de 2,5 % cette année, et le pays peut se féliciter d'avoir abaissé de 12,3 % à 4,5 % son taux d'inflation en moins de trois ans.

Par ailleurs, depuis la ratification de l'ALENA, en 1994, le Canada est devenu de plus en plus compétitif. Notre confiance vis-à-vis du marché mexicain s'est renforcée si bien que notre ambassade a ouvert des bureaux commerciaux tant à Monterrey qu'à Guadalajara, Exportation et développement Canada (EDC) a aussi ouvert un bureau à Mexico, le Québec y a une délégation, l'Ontario un bureau de représentation, et l'Alberta projette d'y ouvrir un bureau pour lancer ses propres programmes d'expansion du commerce.

En contrepartie, il devient de plus en plus évident que le Mexique est parfaitement prêt à faire affaire avec le Canada et à investir au Canada : Inverlat de la Banque Scotia est devenue la cinquième plus grande banque du Mexique, pays qui a attiré l'an dernier des exportations canadiennes valant 6,5 milliards de dollars.

D'ailleurs, la croissance moyenne annuelle de nos exportations vers le Mexique a dépassé les 20 % depuis 1994, ce qui fait du Mexique notre principal marché en Amérique latine. Des débouchés extraordinaires se sont ouverts pour les entreprises canadiennes dans un grand nombre de secteurs clés, en premier les produits automobiles, les machines mécaniques et électriques et les produits agroalimentaires.

Le marché mexicain se caractérisera probablement par une croissance supérieure à la normale pendant encore plusieurs années au moins, nous présentant des avantages que d'autres marchés bien établis ne sauraient offrir. Et lorsque les derniers droits de douane auront enfin été supprimés en janvier 2003, ce marché de plus de 100 millions de consommateurs hispanophones deviendra incontournable.

Rencontres privées prévues

L'aspect le plus important de la mission commerciale sera peut-être les entretiens personnels entre les entrepreneurs canadiens et les membres influents du monde des affaires mexicain.

Les participants de la mission au Mexique tireront certainement parti d'un programme fourni et soigneusement structuré de colloques, d'entretiens privés et d'activités de

réseautage, y compris des allocutions du ministre, M. Pettigrew, de l'ambassadeur, M. Keith Christie, du secrétaire mexicain à l'Économie et de grands experts mexicains en droit, finances et commerce.

Le programme de Mexico prévoit des colloques qui traiteront d'un vaste éventail de secteurs, des exposés fouillés sur la façon de faire affaire au Mexique, et une étude de cas présentée par des exportateurs et des investisseurs canadiens qui ont acquis une expérience pratique sur le marché mexicain.

À Monterrey, les participants auront une occasion unique de découvrir les particularités des pratiques commerciales dans le nord du Mexique et de se pencher sur des questions concernant les échanges transfrontaliers et la vente aux groupes industriels. Pour en profiter encore mieux, les entrepreneurs pourront parler en privé avec les délégués commerciaux à l'ambassade du Canada.

Venez profiter de la mission et du grand attrait qu'exerce de plus en plus le marché mexicain.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire à la mission, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada, MAECI, tél. : (613) 944-2520, téléc. : (613) 996-3406, courriel : team-equipecanada@msn.com internet : www.tcm-mec.gc.ca ✪

Le Canada à Boston — suite de la page 7

Au cours de la soirée, M. Ralph Johanssen, de la Commission canadienne du tourisme, M. Stephen Lund, président et directeur-général de Nova Scotia Business Inc. ainsi que M. Paul-André Bosc, du Château des Charmes, ont fait des exposés.

Satisfaction générale

Grâce au consulat général et à ses commanditaires, Northern Delights a remporté un franc succès. Certains participants négocient des contrats avec des acheteurs et des distributeurs d'aliments et de vins de la Nouvelle-Angleterre; la presse gastronomique locale insiste davantage sur la cuisine et les vins du Canada; et, si l'on en juge par le nombre de rendez-vous pris avec d'importants acheteurs dans les

secteurs de la biotechnologie et des technologies de l'information, l'image du Canada en commerce et investissement est plus reluisante que jamais.

Comment le consulat général pourra-t-il parfaire un tel succès? En mijotant un plus grand événement l'an prochain!

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Colette Lekborg, agente à l'expansion des affaires, consulat général du Canada à Boston, tél. : (617) 262-3760, poste 3357, téléc. : (617) 262-3415, courriel : colette.lekborg@dfait-maeci.gc.ca ✪

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

Investir au Canada — suite de la page 1

Les avantages qu'offre le Canada

Dans son introduction, M. Pettigrew a présenté les avantages qu'offre le Canada aux entreprises françaises et étrangères; il a appuyé le concept des investissements croisés, qui favorisent le commerce tout en créant des emplois; et il a mis en valeur les stratégies fédérales et provinciales visant à promouvoir les investissements au Canada.

Le Ministre a donné, à l'appui de son thème, les résultats de la plus récente étude internationale réalisée par la société KPMG, intitulée *Choix concurrentiels : Comparaison des coûts des entreprises en Amérique du Nord, en Europe et au Japon*.

Les spécialistes de KPMG étaient sur place pour présenter leur étude et répondre aux nombreuses questions et manifestations d'intérêt qu'avait suscitées leur présentation. Il ressort de cette étude que le Canada obtient, dans l'ensemble des principaux secteurs d'activité, les meilleurs résultats comme pays d'investissement. « Cette étude affirme que le Canada est imbattable! », a souligné le Ministre.

Plusieurs groupes, convaincus de la nécessité d'avoir une plus forte présence en Amérique du Nord ont, suite à la conférence, confié aux représentants de l'ambassade du Canada à Paris leur vif intérêt à approfondir la pertinence d'investir au Canada.

La France aux premiers rangs

Les entrepreneurs français sont d'ailleurs de plus en plus présents au Canada, ce qu'attestent les plus récentes statistiques qui placent la France au troisième rang des plus importants investisseurs étrangers au Canada avec plus de 23 milliards de dollars investis. « Nous sommes innovateurs, concurrentiels et dynamiques » a rappelé M. Pettigrew à la fin de son discours.

Le même jour, lors d'une conférence de presse-petit-déjeuner organisée pour la presse française, les questions bien ciblées posées par les journalistes au Ministre ainsi qu'aux spécialistes de KPMG, portaient sur les résultats de cette étude et sur le coût et le niveau de qualification de la main-d'œuvre au Canada.

Commerce et investissement

Performance solide du Canada

En dépit de l'incertitude économique mondiale et de l'interruption des échanges commerciaux causée par les attentats du 11 septembre, le Canada a affiché pour 2001 un bon rendement en matière de commerce et d'investissement. Voilà la conclusion d'un rapport que le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a rendu public au début du mois.

« Le Canada a affiché une bonne performance en une année où bon nombre de nos partenaires commerciaux — comme les États-Unis, le Japon et l'Allemagne, pour ne nommer que ceux-là — ont sombré dans une récession, a déclaré le Ministre. Le Canada a connu une performance très positive dans ses relations commerciales et financières avec l'étranger. »

Le point sur le commerce 2002 : troisième rapport annuel sur le commerce international au Canada présente les points saillants de la solide performance commerciale du Canada sur le

marché international ainsi que des principales tendances qui se sont manifestées au Canada et à l'étranger en 2001. Entre autres :

- Les exportations et les importations de biens et de services ont atteint 880,5 milliards de dollars en 2001, soit une moyenne de 2,4 milliards de dollars par jour.
- En 2001, le Canada a attiré environ 42,8 milliards de dollars en nouveaux investissements directs, ce qui a porté la valeur de l'investissement direct étranger au Canada à 320,9 milliards de dollars, soit 6,2 % de plus qu'en 2000.
- Avec des échanges bilatéraux de marchandises avec les États-Unis de 381 milliards de dollars américains (63,4 % plus élevés que les échanges Mexique-États-Unis), le Canada demeure le partenaire commercial numéro un des États-Unis.
- Les industries canadiennes de la nouvelle économie ont contribué davantage à notre succès commercial général. Les catégories axées sur le savoir ont affiché leur taux de croissance le plus élevé des

Ces journalistes représentaient d'ailleurs six organes de presse française, soit une présence exceptionnelle dans une ville comme Paris où la presse est excessivement sélective. On ne manqua pas de souligner non plus que l'étude KPMG (voir le numéro du 1^{er} février 2002 de *CanadExport*) est disponible sur l'internet à www.Choixconcurrentiels.com

La promotion, à Paris, d'un Canada comme lieu d'investissement privilégié, s'insérait dans le cadre d'une tournée qui, en plus de la France, comprenait 10 autres pays d'Europe en plus des États-Unis, soit 18 villes dont 5 aux États-Unis. Jusqu'ici, plus de 50 millions de lecteurs et de spectateurs ont pris connaissance de l'étude.

Pour plus de renseignements sur les possibilités d'investissements français au Canada, cliquer sur www.amb-canada.fr ou communiquer avec : M. Jean-Yves Dionne, conseiller (Investissements), ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44.43.23.77, téléc. : (011-33-1) 44.43.29.98, courriel : jean-yves.dionne@dfait-maeci.gc.ca ✪

dernières années, pour représenter, en 2001, 50 % des exportations de services.

« Plutôt que de nous déclarer satisfaits, nous devons aller de l'avant et nouer de nouvelles relations commerciales en plus d'élargir nos relations actuelles, a déclaré M. Pettigrew. C'est pourquoi nous encourageons le commerce avec des pays comme l'Inde, la Chine et le Mexique au moyen de missions commerciales, ainsi qu'avec le Costa Rica et Singapour grâce à de nouveaux accords commerciaux. »

Établir un partenariat nouveau et renforcé avec l'Afrique constitue une priorité clé du Sommet du G8 que le Canada accueillera en juin. *Le point sur le commerce 2002* renferme une section spéciale sur le commerce avec ce continent. Depuis 1993, les exportations du Canada vers l'Afrique ont augmenté de 48 % et les importations de 63 %, alors que l'investissement canadien en Afrique progressait de plus de 600 %, pour atteindre 2,8 milliards de dollars.

On trouvera *Le point sur le commerce 2002 : troisième rapport annuel sur le commerce international au Canada* à www.dfait-maeci.gc.ca/eet/state-of-trade-f.asp ✪

Les experts de l'exportation au Canada

Les Centres de services aux entreprises du Canada

par Daria Gawronsky, agente commerciale aux entreprises, Centre de services aux entreprises du Canada/Manitoba

Vous songez à exporter vos produits et vos services à l'étranger mais vous ne savez pas trop comment vous y prendre? Vous êtes à la recherche d'informations pertinentes pour démarrer ou développer votre entreprise? Il y a un Centre de services aux entreprises du Canada (CSEC) dans chaque province ou territoire du Canada, prêt à aider les entreprises canadiennes, quelle que soit leur degré de préparation à l'exportation, à obtenir l'information ou les outils dont elles ont besoin pour réussir.

Comme pour toute initiative d'affaires, être bien informé dans le domaine de l'exportation peut faire la différence et mener au succès. Sous l'égide d'Équipe Canada inc, les CSEC peuvent vous aider à pénétrer le monde de l'exportation en vous donnant accès, sur place, à leurs riches ressources documentaires et bases de données, sources de renseignements et de contacts en matière d'exportation.

Il vous suffit de composer le **1-888-811-1119** (sans frais) pour entrer en

communication avec un agent d'information de votre région, une personne spécialement formée qui vous aidera à évaluer vos besoins en information. D'après l'intérêt que vous portez à un large éventail de programmes, services et conseils d'experts offerts par des organismes des gouvernements fédéral et provincial et par des organisations non gouvernementales, et en tenant compte de l'expérience de l'exportation de votre entreprise, l'agent du CSEC vous guidera parmi les facteurs démographiques, économiques, politiques et culturels qui pourraient influencer grandement sur le potentiel d'exportation de vos produits ou de vos services.



Mettre toutes les chances de son côté avec une bonne préparation virtuelle!

Hong Kong — un marché exceptionnel

Hong Kong, avec sa population de près de 7 millions d'habitants, est l'un des plus grands partenaires commerciaux du Canada, l'une de ses principales sources d'investissements directs et un marché important pour les services canadiens. De plus, en 2001, Hong Kong s'est classé au 12^e rang des principaux marchés d'exportation de produits du Canada, ce qui représente une part fort appréciable. Les exportateurs canadiens qui souhaitent se tailler leur propre part de cet intéressant marché devraient d'abord se rendre sur le site internet du

consulat général du Canada à Hong Kong, où ils trouveront une aide précieuse.

La passerelle vers le marché de Hong Kong qu'offre le consulat général commence à l'adresse www.infoexport.gc.ca/hk. Cliquer sur Aperçu du potentiel de marché et choisir parmi les douzaines d'études de marché qui sont accessibles — gratuitement — aux entreprises canadiennes. Ces études peuvent vous aider à évaluer le potentiel de marché de votre entreprise et contiennent nombre de précieux conseils sur la façon de faire des affaires à Hong

Les agents peuvent aussi vous référer, au besoin, à des fournisseurs de services et de conseils plus spécialisés en matière d'exportation, comme les Centres du commerce international (CCI), le Service des délégués commerciaux du Canada, Exportation et développement Canada (EDC), la Banque de développement du Canada, l'Agence des douanes et du revenu du Canada, la Corporation commerciale canadienne, l'Agence canadienne d'inspection des aliments, Diversification de l'économie de l'Ouest Canada et le Réseau commercial régional de votre province ou territoire.

Outils du métier

Les CSEC encouragent leurs clients à en apprendre davantage sur l'exportation en s'inscrivant à la base de données WIN Exports (World Information Network) qui est un réseau mondial d'information sur les exportations, dont la gestion relève du Service des délégués commerciaux du MAECI. Au Canada comme à l'étranger, les agents commerciaux utilisent WIN Exports (www.infoexport.gc.ca/winexports) pour mettre en relation les entreprises canadiennes et les acheteurs internationaux.

Les clients trouveront également utile le Plan d'exportation interactif d'Exportsource, en cliquant sur www.exportsource.gc.ca

Ne vous demandez plus comment exporter vos produits et vos services, composez le **1-888-811-1119** et confiez aux experts du CSEC le soin de vous aider à démarrer. ✨

Kong. Elles sont accessibles par région ou par secteur, de « A » (Agriculture) à « T » (Transports urbains).

Les Renseignements pour les visites fournissent des conseils pratiques pour l'organisation d'un voyage à Hong Kong, depuis les hôtels et les services d'accueil jusqu'aux meilleurs interprètes. La Recherche de contacts clés contient une liste de personnes-ressources compétentes dans la région : acheteurs, distributeurs, avocats, etc. Le service Dépannage offre des conseils et de l'aide pour résoudre

voir page 16 — Hong Kong

Débouchés miniers aux Antipodes

MACKAY, AUSTRALIE — 23-25 juillet 2002 — L'exposition des mines et du génie du Queensland (Queensland Mining and Engineering Exhibition - **QME**) est plus qu'un simple événement de l'industrie, puisqu'elle offre la possibilité aux fournisseurs d'équipement et de services miniers de reprendre contact entre eux tous les deux ans et de voir en même temps les tout derniers produits et technologies du secteur. **QME 2002**, qui est la cinquième édition, aura lieu à Mackay, où évolue la plus importante industrie d'exploitation houillère et minière au monde.

Trois modes de participation sont offerts aux fournisseurs canadiens de l'industrie minière :

- présentation de brochures au stand d'information du consulat général du Canada;

- exposition d'affiches sous la bannière de la CAMESE (Canadian Association of Mining Equipment and Services for Export);

- location d'un stand.

En participant à **QME**, les entreprises profitent d'une occasion incomparable pour appuyer leurs efforts de vente sur le marché australien tout en recherchant de nouveaux débouchés auprès des représentants de commerce et des distributeurs locaux à l'affût de nouvelles gammes de produits.

Pour plus de détails sur **QME**, cliquer sur www.qme.reedexpo.com.au
Pour plus de renseignements ou **pour s'inscrire**, communiquer avec M. R.G. (Bob) Gow, agent commercial, consulat général du Canada à Sydney, tél. : **(011-61-2) 9364-3045**, téléc. : **(011-**

61-2) 9364-3097, courriel : robert.gow@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Debra Linden, adjointe au développement des affaires, tél. : **(011-61-2) 9364-3046**, téléc. : **(011-61-2) 9364-3097**, courriel : debra.linden@dfait-maeci.gc.ca ou M. Francis Bourqui, directeur du développement des marchés internationaux, CAMESE, tél. : **(905) 513-0046**, téléc. : **(905) 513-1834**, courriel : bourqui@camese.org ✨

Une exposition qui vous emballera

CARACAS, VENEZUELA — 18-21 septembre 2002 — Le Centre international des expositions de Caracas accueillera cet automne des milliers de professionnels de l'industrie, venant du Venezuela même ainsi que des régions des Andes et des Caraïbes, à deux salons commerciaux emballants qui auront lieu en même temps : **Empaque 2002** et **Alimentaria 2002**. Les deux salons comptent parmi leurs commanditaires AVIPLA (Association des industries du plastique du Venezuela) et CAVIDEA (Chambre vénézuélienne des industries alimentaires).

Empaque est une exposition-conférence commerciale d'envergure internationale portant sur la technologie, l'équipement, les fournitures et les services destinés à l'industrie de l'emballage, de l'emboîtement et de la conserve. On y retrouvera un peu de tout : des équipements accessoires, adhésifs et matériaux agglomérés aux bois et vernis — en passant par tout ce qui se trouve au milieu.

Alimentaria est une exposition-conférence commerciale d'envergure internationale portant sur la technologie, l'équipement, les fournitures et les services destinés à l'industrie alimentaire. Les fabricants, distributeurs, grossistes et fournisseurs y exposeront ce qu'il y a de plus nouveau en fait d'équipement, de machinerie, de produits et de services. Un symposium sur la technologie alimentaire aura lieu de concert avec les deux salons.

voir page 16 — Foires

Foire commerciale internationale du printemps

ULAANBAATAR, MONGOLIE — 4-8 juin 2002 — La Foire commerciale internationale du printemps 2002 est l'occasion pour les entreprises étrangères de faire connaître une vaste gamme de produits et de services aux consommateurs mongoliens. La foire mettra notamment en vedette des produits agricoles; des biens de consommation tels que meubles, articles cadeaux et produits de cuir; des matières premières, des matériaux de construction, ainsi que des produits et des services de télécommunications.

La Foire commerciale internationale du printemps donne aux entreprises canadiennes la possibilité d'explorer les débouchés qu'offre ce nouveau marché. Selon les informations fournies par la mission permanente de la Mongolie auprès des Nations Unies, les importations mongoliennes en 2000 étaient principalement constituées de produits pétroliers, de produits alimentaires et de véhicules.

Plusieurs sites internet actuellement en voie d'élaboration sur le commerce et les affaires en Mongolie pourront fournir des renseignements sur la Foire commerciale internationale du printemps. Il s'agit, entre autres, du site Mongolia Market (www.mongoliamarket.mn), du lien pour les questions commerciales de la mission permanente de la Mongolie auprès des Nations Unies (www.un.int/mongolia/trade.htm) et du site de l'ambassade de la Mongolie au Canada (www.mongolembassy.org).

La Foire commerciale internationale d'automne se tiendra du **10 au 14 septembre 2002**.

Pour plus de renseignements, ou **pour obtenir** un formulaire d'inscription, communiquer avec M. Chikhalkhuu Tsend, ambassade de Mongolie, tél. : **(613) 569-3830**, téléc. : **(613) 569-3619**, courriel : mail@mongolembassy.org internet : www.mongolembassy.org ✨



Allier l'utile à l'agréable à Incomtech

BRUNEI DARUSSALAM — 27-29 octobre 2002 — Le Brunei accueillera les entreprises canadiennes de TIC à la Foire des technologies de l'information et des communications **Incomtech 2002** (www.incomtech-worldexpo.com) pendant deux journées pour combiner idéalement les affaires et le plaisir. Quelque 10 000 acheteurs spécialisés sont attendus à cet événement, parrainé par plusieurs ministères du Brunei, dont le ministère des Industries et des

Ressources naturelles, le ministère des Communications, l'Institut Teknologi Brunei et la Chambre nationale de commerce et d'industrie. Du matériel promotionnel sera exposé dans 400 stands.

Le programme, des plus variés, comprend une conférence à l'intention des professionnels des TI, plusieurs séances

de réseautage et de liaison d'entreprises ainsi qu'une réception avec dîner, un tournoi de golf et des visites touristiques.

Pour plus de détails, cliquer sur www.incomtech-worldexpo.com

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Bernard Koh, agent commercial, haut-commissariat du Canada à Bandar Seri Begawan, tél. : **(011-673-2) 220043**, téléc. : **(011-673-2) 220040**, courriel : bernard.koh@dfait-maeci.gc.ca ✪

Hong Kong

— suite de la page 14

des difficultés de nature commerciale, et Information sur les entreprises locales présente des données à jour sur les entreprises locales. Enfin, on trouve sur ce site une foule de liens utiles vers les associations canadiennes qui œuvrent à Hong Kong, comme la Chambre de commerce du Canada, sans oublier les banques et les associations de fabricants.

Si jamais vous décidez d'ajouter Hong Kong à votre itinéraire de marketing, vous serez prêt à cliquer sur Rencontre personnelle afin de prendre rendez-vous, au moins deux semaines avant votre départ, avec l'un de nos agents commerciaux sur le terrain.

Cette préparation virtuelle de votre voyage à Hong Kong pourrait bien vous permettre de vous tailler une part de ce marché prospère.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Section commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, courriel : canadatrade.hkong@dfait-maeci.gc.ca ✪

Le bois, toujours le bois

DUBLIN, IRLANDE — 2-5 octobre 2002 — Chaque année, la Royal Dublin Society organise son exposition annuelle de la construction (Building Exhibition) à Simmons Court, dont le très populaire volet sur les machines d'usinage du bois et du PVC est présenté tous les deux ans. L'intérêt grandit pour la vaste gamme de produits et de services qui constituent l'exposition : l'édition 2001 a attiré plus de 20 000 professionnels de l'industrie, soit une hausse de 20 % sur l'année précédente, et un nombre accru d'acheteurs éclairés étaient prêts à investir dans la nouvelle technologie innovatrice. Plus de 250 entreprises venues d'Europe, du Royaume-Uni et des États-Unis ont exposé.

La participation au volet sur les machines d'usinage du bois a grimpé de 18 %; la majeure partie des stands présentaient des machines et des accessoires pour le bois et le PVC tandis que les autres mettaient en vedette les outils électriques, la menuiserie, les revêtements de sol, les produits de béton, les portes, les adhésifs et les mastics.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Skinner (organisateur), directeur général, Irish Services Ltd., Dublin, tél. : **(011-353-1) 288-8821**, téléc. : **(011-353-1) 288-3127** ou M^{me} Gerry Mongey, adjointe commerciale, ambassade du Canada à Dublin, tél. : **(011-353-1) 417-4117**, téléc. : **(011-353-1) 417-4101**, courriel : gerry.mongey@dfait-maeci.gc.ca ✪

Foires de Caracas — suite de la page 15

Pour plus de renseignements, communiquer avec les organisateurs, CONFEX International Corporation, tél. : **(011-954) 742-3123/3224**, téléc. : **(011-954) 742-3272**, courriel : info@confex-us.com internet : www.confex-us.com ou également avec M. David Ramirez, agent de commerce principal, ambassade du Canada à Caracas, tél. : **(011-58-212) 264-0833**, téléc. : **(011-58-212) 263-5349**, courriel : david.ramirez@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 : **(613) 944-4000**) ou par télécopieur au **(613) 976-9709**; en apaisant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant le site internet du MAECI à www.dfait-maeci.gc.ca

SXCI/B1

1E 1F

Retourner en cas de non-livraison à
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (ON) K1A 0G2

Postes Canada
Numéro de convention 40064047