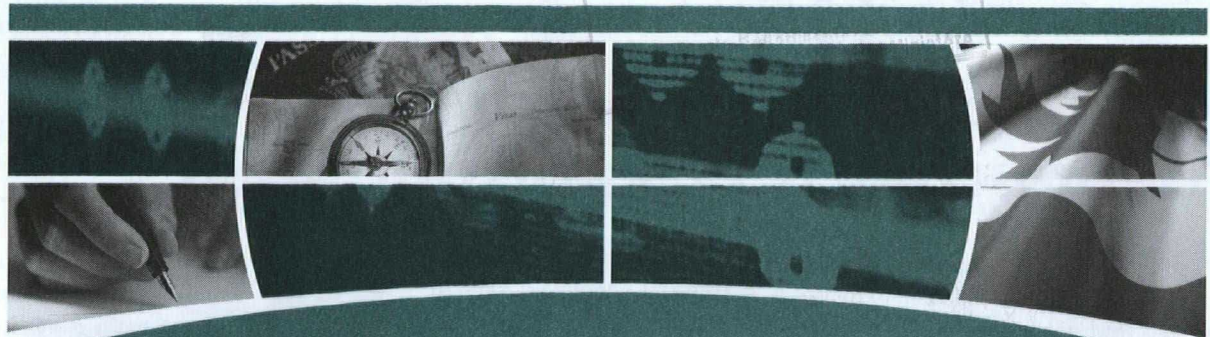


CanadaExport



Hors des sentiers battus de la capitale Hiroshima, ville d'affaires par excellence

Dans ce numéro

- 2 Tournée de la CCC en Atlantique : un succès
- 3 Contacts, information, service : allez-y!
- 4 É.-U. : conférence Invest Northwest à Seattle
- 5 Le Canada remporte l'or à SIAL Paris
SIAL Montréal 2003 au calendrier
Branchez-vous sur ITU Telecom 2003 de Genève
- 6 Un menu accueillant vous attend en Chine
- 7 Foires et missions/
nouvelles commerciales

Les entreprises désireuses de faire des affaires au Canada ne vont pas forcément s'établir à Toronto ou à Vancouver. Il en va de même pour le Japon. En général, les entreprises canadiennes

semblent jeter leur dévolu sur Tokyo et Osaka. Pourtant, d'autres villes japonaises peuvent aussi être très intéressantes et cela, tant pour les entreprises qui veulent s'implanter sur le marché que pour celles qui veulent y étendre leur activité. Située dans le Sud du Japon, dans la région de Chugoku, Hiroshima est une de ces villes méconnues pourtant très riche en débouchés.



Vue aérienne d'Hiroshima

Hiroshima et la région Chugoku
Situé dans le Sud-Ouest de Honshu (principale île de l'archipel nippon), le district de Chugoku a une population de 7,8 millions d'habitants. Par sa taille, l'économie de la
voir page 6 — Hiroshima

Prix d'excellence à l'exportation 2003

Dates limites des candidatures

Depuis 1983, le gouvernement du Canada rend hommage aux exportateurs canadiens exceptionnels en décernant, chaque année, les **Prix d'excellence à l'exportation canadienne**.

Nous vous invitons à proposer des candidatures en complétant électroniquement le formulaire de nomination d'ici le **31 janvier 2003**. Les sociétés peuvent aussi faire une demande (la date limite de réception des formulaires d'inscription

est le **31 mars 2003**) sans avoir été recommandées.

Pour être admissible, une entreprise doit être établie au Canada et avoir exporté activement ses produits ou ses services depuis au moins trois ans.

Pour plus de renseignements sur le programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne (ce sera le 20^e anniversaire), ses critères de sélection et les formulaires de nomination et de candidature, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/awards-prix *



Supplément
LE COMMERCE CANADIEN
EN REVUE
(voir l'encart)

Tournée de la CCC en Atlantique

Profiter au maximum des débouchés à l'exportation

Pour aider les exportateurs canadiens de l'Atlantique à exploiter leur potentiel aux États-Unis et ailleurs, le personnel de la Corporation commerciale canadienne (CCC) s'est rendu dans la région à la mi-novembre pour y animer une série d'activités.

Ces dernières se sont déroulées à St John's, Terre-Neuve (avec l'appui de la Newfoundland and Labrador Association of Technology Industries, NATI); à Summerside, Île-du-Prince-Édouard (avec l'appui de Slemon Park Corporation); à Halifax, Nouvelle-Écosse (avec l'appui de

Rédactrice en chef : **Suzanne Lalonde-Gaëtan**
 Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**
 Rédacteur : **Michael Mancini**
 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**

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, consulter 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

CanadExport

l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique, APECA); et à Fredericton, Nouveau-Brunswick (avec l'appui d'Entreprises Nouveau-Brunswick).

Comme l'a expliqué M. Tom DeWolf, directeur des services de la Promotion commerciale à la CCC : « L'un des principaux défis que doivent actuellement relever les entreprises est de trouver de nouveaux acheteurs et de nouveaux débouchés pour leurs produits. Nous, les Canadiens, nous savons que nous avons des entreprises et des produits très novateurs. La difficulté, c'est de les faire connaître à l'étranger. Mais la CCC a justement pour mandat de mettre des acheteurs étrangers en relation avec des exportateurs canadiens et de travailler avec ces derniers pour promouvoir leur projet d'exportation et négocier le contrat le plus avantageux possible pour eux. »

Chaque activité comprenait un petit-déjeuner de réseautage, des discussions de même qu'un exposé général sur la CCC et sur ses services pour aider les entreprises canadiennes à optimiser leurs possibilités à l'exportation. Des ateliers ont également été offerts sur les sujets suivants :

Projet GSA de la CCC — La General Services Administration (GSA) est l'organisme responsable des achats de l'État fédéral américain. En cette qualité, elle conclut chaque année pour les départements et organismes fédéraux américains des marchés d'approvisionnement qui représentent des milliards de dollars. La CCC est à élaborer deux programmes spéciaux pour aider les exportateurs canadiens à tirer parti des débouchés offerts par la GSA.

Deepwater — La United States Coast Guard (USCG) allouera 17 milliards de dollars américains au programme Deepwater — programme d'acquisition visant à remplacer tous les biens de la USCG par des équipements neufs à la fine pointe de la technologie. La USCG a accordé le contrat de gestion du programme Deepwater à Integrated Coast Guard Systems. La CCC participera à Deepwater en sélectionnant

Le Canada : un allié puissant pour vos exportations



La **Corporation commerciale canadienne (CCC)** est une société d'État qui a pour mandat de faciliter le commerce international, en particulier sur les marchés publics. Agissant à titre de maître d'œuvre, la CCC signe les contrats d'exportation, fournit aux exportateurs un accès aux marchés et offre aux acheteurs la garantie du gouvernement en ce qui concerne l'exécution du contrat. La CCC aide également les exportateurs à obtenir auprès de sources commerciales le crédit d'exploitation nécessaire et met à leur disposition l'expertise qu'elle a acquise dans le domaine de l'impartition internationale, contre rémunération des services. En matière d'exportation, CCC est synonyme de crédibilité, confiance et contrats.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : **(613) 996-0034**, numéro sans frais (au Canada) : **1-800-748-8191**, Internet : **www.ccc.ca**

des fournisseurs canadiens et en les aidant à s'inscrire au programme.

Aérospatiale et défense — En tant qu'organisme de passation de contrats d'exportation du Canada, la CCC se spécialise dans la vente aux gouvernements et à d'autres acheteurs à l'extérieur du Canada. Elle est l'un des plus grands fournisseurs du département de la Défense des États-Unis et de la National Aeronautics and Space Administration (NASA).

Annnonce spéciale

Durant la tournée, M. Hugh O'Donnell, vice-président exécutif (Expansion des affaires et opérations) de la CCC, a signé un protocole d'entente avec M. Norman Betts, ministre d'Entreprises Nouveau-Brunswick, officialisant leur collaboration en vue d'aider les exportateurs néo-brunswickois à pénétrer les marchés internationaux.

La CCC et Entreprises Nouveau-Brunswick mettront en place des mécanismes favorisant des projets de collaboration pour aider les exportateurs canadiens à prendre de l'expansion sur les marchés internationaux. Parmi ces mesures figurent : des activités

voir page 4 — La CCC

contacts information service allez-y !



Le Délégué commercial virtuel est votre porte d'accès personnalisée au Service des délégués commerciaux du Canada.

**DÉLÉGUÉ
COMMERCIAL
VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES
PERSONNALISÉS**

Obtenez une page Web personnalisée contenant les études de marché, les nouvelles et les débouchés d'affaires portant sur votre secteur d'industrie et vos

marchés d'intérêt à l'étranger. Utilisez-le pour demander nos services en ligne et mettre de l'information sur votre entreprise à la disposition des 500 délégués commerciaux en poste dans 140 villes aux quatre coins du monde. Tout cela, GRATUITEMENT !

Pour obtenir votre Délégué commercial virtuel personnalisé, **inscrivez-vous** comme client du Service des délégués commerciaux à www.infoexport.gc.ca



Conférence Invest Northwest Investir, c'est vital

Seattle, Washington — 10-11 mars 2003 — La deuxième conférence annuelle **Invest Northwest** mettra en évidence les nouveaux produits développés et les résultats de travaux de recherche très pointus effectués par une grappe d'entreprises concentrées dans la région du Nord-Ouest du Pacifique, c'est-à-dire dans les États de Washington et de l'Oregon et dans les provinces de la Colombie-Britannique et de l'Alberta.

Cette activité, qui réunit des entreprises canadiennes et américaines, est parrainée par la Washington Biotechnology and Biomedical Association, en collaboration avec BC Biotech, BioAlberta et la Oregon Biosciences Association. En tout, 87 sociétés, dont 28 canadiennes, se sont inscrites à la conférence pour présenter, à une assistance réunissant 500 investisseurs et intervenants de l'industrie, l'historique de leur entreprise et les résultats de leurs travaux de recherche les plus récents.

Entreprises canadiennes et américaines au rendez-vous

Le but de cette conférence est de permettre au nombre sans cesse croissant d'entreprises biotechnologiques et biomédicales établies dans le Nord-Ouest de la région du Pacifique de se faire connaître. À l'heure actuelle, la région compte quelque 320 entreprises biotechnologiques et biomédicales et présente toutes les caractéristiques d'une grappe industrielle promise à la réussite : on y trouve d'excellentes universités et des centres de recherche manifestement capables d'obtenir du financement à la recherche et de créer des entreprises en démarrage.

Les entreprises ouvertes et fermées qui présenteront des exposés à Invest North veulent nouer des contacts, former des alliances, établir des collaborations de recherche et, par dessus tout, attirer l'attention d'analystes de l'industrie et obtenir du financement d'entreprises de capital-risque, de banques d'investissement et de gestionnaires de fonds communs de placement.

La conférence permettra aux entreprises canadiennes, au même titre que leurs homologues américaines, de promouvoir leur société et leur stratégie de recherche. Invest Northwest présente un intérêt particulier pour les petites entreprises, d'une part parce qu'elle leur permet d'observer des sociétés établies et de rencontrer les investisseurs qui s'intéressent aux grandes entreprises et, d'autre part, parce qu'elle crée un climat favorable au réseautage.

Entreprises participantes

Plusieurs cadres de la société d'Edmonton **Isotechnika** participeront à Invest Northwest et profiteront de leur passage à Seattle pour rencontrer des investisseurs dans le cadre de rencontres pré-établies. Ils parleront aux investisseurs de leur médicament vedette, qui sert à prévenir le rejet après une greffe d'organe et à soigner les maladies auto-immunes comme la polyarthrite rhumatoïde et le psoriasis. **Isotechnika** a conclu une entente de recherche et de codéveloppement avec la société Roche.

Les représentants de la société vancouveroise **Angiotech Pharmaceuticals** feront le point sur leur stent à élution de médicaments et présenteront d'autres développements dans le domaine médicaments-instruments médicaux. Les représentants de la société vancouveroise **Xenon Genetics**, entreprise ayant identifié, au monde, le plus de gènes responsables de maladies et validés cliniquement, travaille au développement de thérapies médicamenteuses pour le traitement de maladies cardiovasculaires, métaboliques et neurologiques. **NeuroMed**, qui elle aussi a pignon sur rue à Vancouver, a récemment ouvert un bureau à San Francisco et est à préparer de nouveaux programmes pour la prochaine génération de médicaments contre la douleur chronique, l'anxiété et l'épilepsie.

La société **ID Biomedical**, qui a des bureaux à Seattle et à Vancouver, développe actuellement des vaccins sous-unité pour prévenir diverses maladies, dont celles causées par le streptocoque A, et un vaccin antigrippal administré par voie nasale. La société **Stressgen Biotechnologies**, qui

a des bureaux à Victoria et à San Diego, se concentre sur le développement et la commercialisation d'immunothérapies novatrices faisant appel à la protéine du stress pour un large éventail de virus et de cancers connexes. **SemBioSys Genetics**, de Calgary, travaille dans la biotechnologie végétale et s'apprête à appliquer sa technologie de corps gras végétaux et d'oléosine pour produire, à coût avantageux, des protéines recombinantes.

D'autres entreprises seront choisies par le comité de sélection et la liste finale des 70 participants sera affichée à : www.investnorthwest.org Parmi les conférenciers invités du déjeuner figurent M. Mark Edwards, de la société **Recombinant Capital**, et M. Jay Hagen, de la société Amgen, qui parleront des meilleures pratiques dans les domaines des alliances, des fusions et des acquisitions. Il y aura aussi, à l'heure du midi, une table ronde d'investisseurs qui sera dirigée par M. Rod Ferguson, de JP Morgan Partners.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Jane Shaw, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Seattle, tél. : **(206) 770-4081**, courriel : jane.shaw@dfait-maeci.gc.ca ✪

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.dfait-maeci.gc.ca/nebs/menu-fr.asp

La CCC — suite de la page 2

de commercialisation, de la formation, un programme de partage de renseignements; et un programme pour le développement des produits et des services. Enfin, dans le cadre du protocole, il a été prévu qu'un agent d'Entreprises Nouveau-Brunswick serait détaché, au besoin, près la CCC.

Pour plus de renseignements sur la façon de mettre tout le poids du Canada au service de vos exportations, communiquer avec la CCC, tél. : **1-800-748-8191**, internet : www.ccc.ca ✪

Le commerce canadien en revue

Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada
Troisième trimestre de 2002

Ce rapport sur le commerce et l'investissement décrit la croissance économique du Canada au cours du troisième trimestre de 2002 et souligne sa performance dans des secteurs et des marchés clés.

La reprise des exportations soutient le rythme de la croissance économique au troisième trimestre

L'économie canadienne a poursuivi sa croissance au troisième trimestre de 2002, avec une hausse de 3,1 % du produit intérieur brut (PIB) réel (taux annualisé)¹. Bien que ce taux suppose encore une croissance vigoureuse, il est moindre qu'au trimestre précédent (4,4 %). À l'inverse, les États-Unis ont enregistré une croissance de leur activité économique de 4 % au troisième trimestre — contre 1,3 % au trimestre précédent — faisant ainsi mieux que le Canada.

La reprise des exportations et la vigueur du marché de l'habitation ont soutenu la croissance économique du Canada au troisième trimestre, tandis que les dépenses de consommation étaient stables et les dépenses d'investissement des entreprises fléchissaient. Les exportations de biens et de services ont augmenté de 10,8 %, principalement grâce à la forte augmentation des livraisons aux États-Unis (en particulier les véhicules automobiles et les pièces); cependant, les exportations vers l'Union européenne (UE), notamment celles vers le Royaume-Uni, ont glissé durant le trimestre. Par ailleurs, la croissance économique soutenue du Canada a favorisé une hausse générale des importations, à 9,5 %. Contrairement à ce qui s'était passé au trimestre précédent, les exportations ont progressé plus rapidement que les importations.

La création d'emplois est demeurée forte au troisième trimestre : augmentation nette de 123 100. En contrepartie, l'accroissement du nombre de chercheurs d'emploi a porté le taux de chômage moyen de 7,5 % au deuxième trimestre à 7,6 % au troisième trimestre.

¹ Pour rendre les données trimestrielles comparables aux données annuelles, les chiffres sur le commerce des biens et des services pour un trimestre sont corrigés en fonction des données saisonnières, puis multipliés par quatre pour obtenir le taux annuel désaisonnalisé. Tous les chiffres, sauf ceux portant sur les investissements, sont exprimés selon le taux annuel désaisonnalisé, à moins d'indication contraire.

Tableau 1 : Indicateurs économiques et commerciaux du Canada

Variation en pourcentage des taux annuels Du deuxième trimestre de 2002 au troisième trimestre de 2002	
PIB réel (taux annualisé)	3,1
Emploi (augmentation du trimestre, niveau)	123 100
Taux de chômage (moyenne trimestrielle)	7,6
Indice des prix à la consommation (du troisième trimestre de 2001 au troisième trimestre de 2002)	
Tous les articles	2,3
Fondamental (sauf les aliments et l'énergie)	2,4
Valeur du \$CAN par rapport au \$US (moyenne trimestrielle, niveau)	0,6399
Exportations de biens et de services (annualisé, dollars courants)	10,8
Importations de biens et de services (annualisé, dollars courants)	9,5

Source : Statistique Canada.

L'indice global des prix à la consommation (IPC) a augmenté de 2,3 % par rapport au même trimestre l'année précédente; au deuxième trimestre, l'augmentation avait été de 1,3 %. L'IPC fondamental (c.-à-d. aliments et énergie exclus) a augmenté de 2,4 % par rapport au même trimestre l'année précédente; au deuxième trimestre, la hausse avait été de 2,2 %. L'inflation — le taux de variation de l'IPC — est donc en hausse, mais elle demeure dans la fourchette cible de la Banque du Canada, qui est de 1 à 3 %. Le dollar canadien s'est déprécié légèrement par rapport à la devise américaine au cours du troisième trimestre : sa valeur est passée de 0,6432 \$US à 0,6399 \$US.

Préparé par la Direction de l'analyse commerciale et économique (EET)



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

Canada

Faits saillants des échanges commerciaux et des investissements

Croissance des exportations supérieure à celle des importations au troisième trimestre

Les exportations de biens et de services canadiens ont augmenté de 10,8 % au troisième trimestre, tandis que les exportations de marchandises augmentaient de 12 % (figure 1). Les importations de biens et de services ont progressé de 9,5 % et les importations de marchandises, de 11,4 %. Les importations de services ont toutefois diminué par rapport au trimestre précédent.

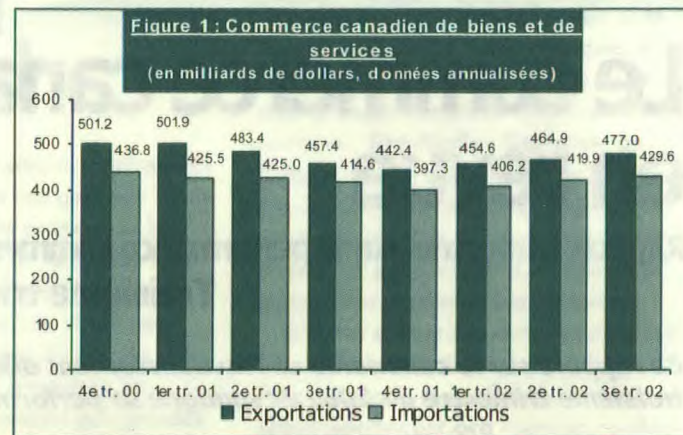
Les exportations de marchandises ont augmenté dans tous les secteurs, sauf dans la foresterie (figure 2). La croissance a été particulièrement forte dans les secteurs de l'automobile, des biens de consommation et de l'énergie. De même, l'accroissement des importations a été manifeste pour tous les secteurs et il a été particulièrement marqué dans les secteurs de l'énergie, de l'agriculture et de la pêche, et de l'automobile. Les exportations de marchandises ont augmenté pour tous les marchés, sauf l'UE, à cause de la baisse sensible des livraisons au Royaume-Uni. La croissance des exportations canadiennes a été particulièrement notable pour les marchés des États-Unis et des pays qui ne sont pas membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). On note aussi un accroissement des importations canadiennes de marchandises pour tous les principaux marchés fournisseurs, sauf l'UE et le Japon. La baisse des importations en provenance du Royaume-Uni explique la forte baisse des importations canadiennes en provenance de l'UE, comme c'était le cas plus haut pour les exportations. Les importations en provenance des pays hors OCDE ont progressé rapidement durant le trimestre (36,4 %). Comme les exportations ont progressé plus rapidement que les importations, le solde de la balance commerciale est passé de 45 milliards de dollars à 47,4 milliards de dollars entre le deuxième et le troisième trimestre. Du point de vue régional, l'amélioration marquée du solde de la balance commerciale avec les États-Unis et la légère amélioration du solde de la balance commerciale avec l'UE et le Japon sont atténuées en partie par la détérioration de la balance commerciale au regard d'autres pays.

Diminution du déficit de la balance commerciale des services

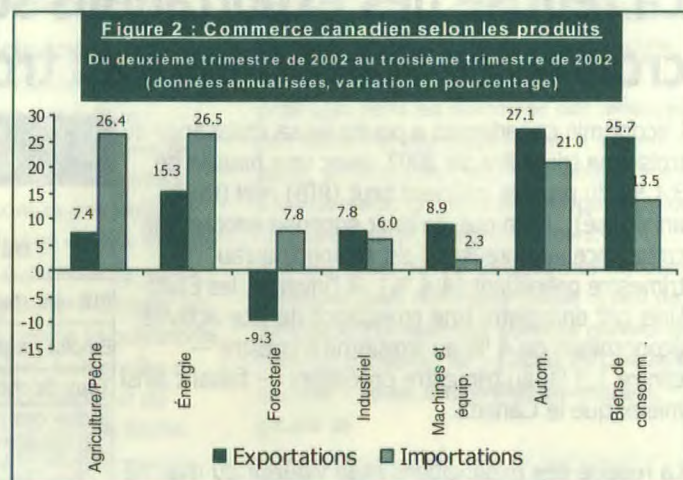
Les exportations de services ont augmenté de 2,5 % au troisième trimestre, sous l'impulsion des secteurs des transports et des voyages, tandis que les exportations de services commerciaux ont régressé. Les importations totales de services ont enregistré une baisse de 0,3 % durant le trimestre : la croissance des importations de services de transport (20,7 %) et des services de voyage (2,9 %) n'a pas suffi pour compenser la baisse de 10,1 % des importations de services commerciaux. En conséquence, le déficit de la balance commerciale des services a diminué de 400 millions de dollars, pour s'établir à 8,6 milliards de dollars. Pour des données détaillées selon le type de services, voir la figure 3.

Baisse de l'investissement étranger direct au Canada et de l'investissement canadien direct à l'étranger

Au troisième trimestre de 2002, l'investissement étranger direct (IED) au Canada s'est élevé à 1,57 milliard de dollars, soit à peine plus d'un cinquième des 7,27 milliards de dollars d'investissement enregistré au même trimestre de 2001. La baisse de l'IED s'explique par le désinvestissement réalisé par les investisseurs américains, notamment dans le secteur de l'énergie, quoique ce recul soit compensé en partie par l'augmentation des investissements en provenance de l'UE et d'autres régions importantes. En revanche, l'investissement canadien direct à l'étranger (ICDE) s'est établi à



Source : Statistique Canada



Source : Statistique Canada



Source : Statistique Canada

12,8 milliards de dollars au troisième trimestre, un niveau comparable à celui observé au même trimestre l'année précédente. Toutefois, les points de destination de l'ICDE ont changé depuis un an : forte diminution de l'investissement canadien aux États-Unis, au profit de toutes les autres régions d'importance, sauf le Japon.

Diminution des réserves officielles de change du Canada

Les avoirs officiels des réserves du Canada ont diminué de 1,9 milliard de dollars au troisième trimestre de 2002, alors qu'ils avaient diminué de 130 millions seulement au même trimestre l'année précédente.

Évolution du commerce canadien de marchandises, 1988-2001

Cette partie de notre rapport expose dans ses grandes lignes la structure du commerce canadien de marchandises pour la période de 1988 (année de mise en application du système harmonisé de classement des marchandises) à 2001 (dernière année pour laquelle nous disposons de données complètes). Une importance particulière est accordée aux échanges entre le Canada et les États-Unis.

Aperçu

Le taux de croissance annuel moyen des exportations canadiennes de marchandises a été de 8,5 % entre 1988 et 2001; le chiffre de ces exportations est passé de 138 milliards à 402 milliards de dollars durant cette période¹. En même temps, les importations de marchandises augmentaient de 131 milliards de dollars, affichant ainsi un taux de croissance annuel moyen de 7,7 %. La croissance plus rapide des exportations a eu pour conséquence de faire passer l'excédent sur marchandises de 7 milliards de dollars en 1988 à 59 milliards en 2001. Les gains sont particulièrement notables en ce qui concerne les échanges avec les États-Unis : la part des exportations canadiennes de marchandises destinées aux États-Unis s'est accrue de 14,4 points de pourcentage durant la période, pour atteindre 87,2 % (tableau 2).

En contrepartie, la part des exportations destinées aux autres partenaires commerciaux a diminué dans chaque cas : baisse de plus de 4 points de pourcentage pour l'UE, le Japon et les pays hors OCDE. Par ailleurs, la part des importations canadiennes de marchandises en provenance des États-Unis est tombée de 65,6 % en 1988 à 63,6 % en 2001. La part des importations canadiennes en provenance de l'UE et du Japon a elle aussi diminué au cours de la période, au profit des autres pays membres de l'OCDE et des pays hors OCDE.

En ce qui concerne les produits, le Canada a accru le poids relatif de ses trois principaux produits d'exportation — véhicules automobiles, combustibles minéraux et machines — durant la période étudiée, ce qui peut dénoter une tendance à la spécialisation dans ces domaines. L'année dernière, ces trois produits représentaient 43,2 % du total des exportations canadiennes de marchandises, comparativement à 40,8 % en

Tableau 3 : Concentration des produits dans les échanges entre le Canada et ses principaux partenaires commerciaux

	Exportations totales (%)					
	3 principaux produits		10 principaux produits		20 principaux produits	
	1988	2001	1988	2001	1988	2001
Monde	40,8	43,2	69,1	68,1	84,0	79,5
États-Unis	50,8	46,8	75,6	71,6	88,2	81,1
Europe des 15	33,5	36,6	61,7	67,7	80,9	84,6
Japon	41,0	41,3	82,1	77,5	91,5	92,3
Autres pays de l'OCDE	20,9	31,7	56,7	66,1	79,8	83,5
Hors-OCDE	42,7	34,7	71,2	65,8	84,4	83,0

	Importations totales (%)					
	3 principaux produits		10 principaux produits		20 principaux produits	
	1988	2001	1988	2001	1988	2001
Monde	51,2	47,0	68,5	67,6	79,9	79,8
États-Unis	57,7	50,0	73,2	69,1	85,0	82,6
Europe des 15	39,4	40,9	66,2	74,3	79,7	84,8
Japon	76,3	75,6	90,7	93,2	96,3	97,3
Autres pays de l'OCDE	35,1	53,1	59,4	79,6	76,5	88,9
Hors-OCDE	27,3	41,6	55,2	65,9	74,4	82,0

Source : Statistique Canada

1988 (tableau 3). Par contre, si l'on regarde les 10 ou les 20 principaux produits d'exportation, on remarque que leur poids relatif (dans l'ensemble des exportations de marchandises) a diminué entre 1988 et 2001, ce qui donne à penser que les producteurs canadiens ont diversifié leurs ventes à l'exportation.

Pour ce qui est des échanges avec les États-Unis, la tendance à la diversification est aussi observable : le poids relatif des 3, des 10 ou des 20 principaux produits d'exportation destinés aux États-Unis a diminué entre 1988 et 2001. Par contre, on observe le contraire dans le cas de l'UE : le poids relatif des principaux produits d'exportation a augmenté au cours de la période, ce qui pourrait dénoter un accroissement de la concentration

des produits dans les exportations canadiennes vers l'UE. Les chiffres pour le Japon sont intéressants : les trois principaux produits d'exportation du Canada ont conservé leur poids relatif durant la période, tandis que la part des sept produits suivants s'est amenuisée et celle des dix autres s'est accrue.

La part des trois principaux produits d'importation (machines, véhicules automobiles, et matériel électrique et électronique) dans l'ensemble des importations canadiennes est passée d'un peu plus de 50 % en 1988 à 47 % en 2001. Les sept produits suivants ont permis de récupérer en bonne partie cette perte, puisque la part des dix principaux produits d'importation s'est assez bien maintenue durant la période.

Comme pour les exportations de marchandises, le poids relatif des 3, des 10 ou des 20 principaux produits d'importation en provenance des États-Unis a diminué entre 1988 et 2001, mais celui des produits en provenance de l'UE a augmenté. Dans le cas du Japon, le poids relatif des trois principaux produits a diminué légèrement, tandis que celui des 10 ou des 20 principaux produits a augmenté.

Tableau 2 : Commerce canadien de marchandises, selon les principaux partenaires commerciaux

	Exportations totales (%)		Importations totales (%)	
	1988	2001	1988	2001
États-Unis	72,8	87,2	65,6	63,6
Europe des 15	8,6	4,5	13,4	11,2
Japon	6,4	2,0	7,1	4,3
Autres pays de l'OCDE	3,0	1,9	4,6	7,2
Hors-OCDE	9,2	4,3	9,4	13,7
Monde	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Statistique Canada

¹ Les données sur le commerce présentent les exportations et les importations de marchandises en dollars canadiens courants, base douanière.

Échanges commerciaux avec les régions des États-Unis

Comme plus de 87 % des exportations canadiennes de marchandises sont destinées aux États-Unis et que les deux tiers des importations du Canada proviennent de ce même pays, nous accordons une attention particulière aux États-Unis et aux régions qui les composent.

En divisant les États-Unis en quatre régions (Sud, Ouest, Midwest et Nord-Est), selon le modèle utilisé par le Bureau of Economic Analysis des États-Unis, nous pouvons examiner avec plus de précision les tendances des échanges commerciaux. Les exportations canadiennes aux États-Unis ont augmenté en moyenne de 10,1 % par année entre 1988 et 2001. Elles ont augmenté pour les quatre régions, mais plus rapidement pour l'Ouest et le Sud, de sorte que le poids relatif des exportations canadiennes destinées à ces régions s'est accru durant la période étudiée. En contrepartie, le poids relatif des exportations destinées à la région du Nord-Est et au Midwest a diminué (tableau 4). Malgré cette baisse relative, le Midwest demeure la principale destination des exportations canadiennes vers les États-Unis (41 % du total des exportations vers les États-Unis en 2001).

Pour ce qui est des importations canadiennes en provenance des États-Unis, les importations en provenance de l'Ouest ont progressé à peu près au même rythme que le total des importations et elles ont donc conservé leur poids relatif (11 % environ) entre 1988 et 2001. Par ailleurs, les importations en provenance du Nord-Est et du Midwest ont progressé plus lentement que l'ensemble des importations en provenance des États-Unis et leur importance relative a donc diminué. Ce sont les importations en provenance de la région Sud qui ont le plus augmenté en termes relatifs durant la période étudiée. Quant au Midwest, comme pour les exportations, le poids relatif des importations canadiennes en provenance de cette région a diminué depuis 1988, où il s'établissait à 47,7 %, mais il se situe encore autour de 43,1 % pour 2001.

La place prépondérante du Midwest dans le commerce entre le Canada et les États-Unis s'explique en bonne partie par l'importance des échanges de véhicules automobiles (tableau 5). Les véhicules automobiles et les machines sont les catégories de marchandises que le Canada et les États-Unis s'échangent le plus. Cependant, tandis que les échanges de machines sont répartis modérément entre les quatre régions (le Midwest étant quand même premier pour cette catégorie de produits), les échanges de véhicules automobiles entre le Canada et les États-Unis sont fortement concentrés dans le Midwest. Cette prépondérance du Midwest est renforcée par le fait que la plus grande part des exportations canadiennes de combustibles

Tableau 4 : Répartition des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis, selon les régions des E.-U., 1988 et 2001

	Exportations (part en %)		Importations (part en %)	
	1988	2001	1988	2001
Nord-Est	30,8	23,2	21,9	18,5
Midwest	45,6	41,0	47,7	43,1
Sud	12,6	16,8	17,2	25,4
Ouest	10,7	17,2	10,7	11,2
Autres territoires des É.-U.	0,3	1,8	2,5	1,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Statistique Canada

minéraux — deuxième produit d'exportation en importance pour le Canada — vers les États-Unis sont destinées à cette région.

La région Sud a pris de l'importance ces dernières années en ce qui concerne les exportations et les importations canadiennes. En effet, cette région représente un marché de plus en plus important pour les exportations canadiennes de combustibles minéraux et de machines. Entre 1988 et 2001, la part des exportations de combustibles minéraux vers cette région a augmenté de 3,5 % à 10 %, tandis que la part des exportations de machines est passée de 20,4 % à 26 %. Le Sud était la destination de quelque 4,6 % des exportations canadiennes de véhicules automobiles en 1988 et en 2001.

La région Sud est devenue aussi une source d'approvisionnement importante pour le Canada, particulièrement en ce qui concerne les trois principaux produits d'importation. Entre 1988 et 2001, le Sud a vu sa part des importations canadiennes de véhicules automobiles augmenter de 10,2 % à 18,7 %, pendant que sa part des importations de machines passait de 15,7 % à 23,2 % et que sa part des importations de matériel électrique et électronique augmentait de 23,3 % à 33,8 %.

La région Ouest a elle aussi pris de l'importance dans les échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis entre 1988 et 2001. De fait, la part des exportations canadiennes aux États-Unis destinée à cette région dépassait la part destinée à la région Sud en 2001. L'Ouest est une destination de plus en plus importante pour

les exportations canadiennes de véhicules automobiles et de machines : entre 1988 et 2001, cette région a vu sa part des exportations canadiennes de véhicules automobiles passer de 3,1 % à 15,1 %, pendant que sa part des exportations de machines augmentait de 8,6 % à 16 %. L'Ouest reçoit environ le quart de toutes les exportations canadiennes de combustibles minéraux aux États-Unis. En tant que source d'approvisionnement pour le Canada, l'Ouest a conservé à peu près la même part des importations canadiennes de véhicules automobiles et de machines, tandis que sa part des importations de matériel électrique et électronique est passée de 11,3 % à 16,9 %.

Enfin, bien que la région du Nord-Est reçoive encore près du quart des exportations canadiennes destinées aux États-Unis et qu'elle fournisse près d'un cinquième des importations canadiennes en provenance des États-Unis, elle perd de l'importance dans l'ensemble des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis. La part des exportations canadiennes de combustibles minéraux et de machines destinée au Nord-Est a diminué modérément entre 1988 et 2001, tandis que la part des exportations de véhicules automobiles destinée à cette région est tombée de 22,2 % à 6,6 %. En ce qui concerne les importations canadiennes, la région du Nord-Est a vu sa part diminuer pour les trois principaux produits d'importation du Canada : de 11,3 % à 5,3 % pour les véhicules automobiles, de 19,2 % à 15,4 % pour les machines, et de 33 % à 23,4 % pour le matériel électrique et électronique.

Tableau 5 : Les trois principaux produits d'exportation et d'importation du Canada dans ses échanges avec les États-Unis

Exportations canadiennes aux États-Unis, 2001 (part en pourcentage)					
Rang	Produit	Nord-Est	Midwest	Sud	Ouest
1	Véhicules automobiles	6,6	73,7	4,6	15,1
2	Combustibles minéraux	25,8	37,6	10,0	26,6
3	Machines	18,6	39,4	26,0	16,0

Importations canadiennes en provenance des États-Unis, 2001 (part en pourcentage)					
Rang	Produit	Nord-Est	Midwest	Sud	Ouest
1	Véhicules automobiles	5,3	73,1	18,7	2,9
2	Machines	15,4	50,3	23,2	10,8
3	Matériel électrique/électronique	23,4	25,3	33,8	16,9

Source : Statistique Canada

De succès en succès : après Paris, Montréal!
Le Canada à la table d'hôte remporte l'or à SIAL

Le Salon International de l'Alimentation (SIAL), tenu à Paris en octobre dernier, a accueilli une participation canadienne particulièrement importante, avec 41 entreprises regroupées au sein du plus grand pavillon national canadien jamais construit à SIAL. Couvrant le secteur des aliments et des boissons, 5,240 exposants venus de 98 pays ont attiré plus de 135,000 visiteurs professionnels, dont la moitié de l'étranger.

Le Secrétaire d'État (Amérique latine, Afrique et Francophonie), M. Denis Paradis, qui représentait le Ministre de l'Agriculture et de l'Agro-alimentaire, M. Lyle Vanclief, a notamment déclaré que SIAL était « une vitrine de choix qui permettait de présenter les dernières innovations en matière de produits agro-alimentaires. »

Deux entreprises canadiennes y ont particulièrement attiré l'attention. D'un côté, **Loblaws Brands Ltd.** a reçu le « Global Sial d'Or » pour sa dinde demie-désossée, farcie aux canneberges et facile à trancher — la première fois qu'un produit canadien se méritait un tel honneur! De l'autre, **La Face Cachée de la Pomme** et son cidre de glace « Neige » a été sélectionné comme produit nouveau dans la section

« Tendances et Innovations ».

Par ailleurs, le chef du Fairmont-Château Frontenac de Québec, M. Jean Soulard, a



L'ambassadeur du Canada en France, M. Raymond Chrétien (à gauche), avec le ministre français de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires rurales, M. Hervé Gaymard, à l'ouverture officielle du Pavillon canadien à SIAL 2002, à Paris.

mis en valeur, de façon exceptionnelle, les produits canadiens, qui ont fait le régal tant des visiteurs au pavillon du Canada que des participants à l'activité de réseautage organisée pour les exposants canadiens et les principaux acheteurs internationaux.

C'est également à l'occasion de SIAL qu'a été lancé le projet-pilote de « Boutique

canadienne en France ». Ce projet vise à positionner un certain nombre de produits canadiens dans la grande surface alimentaire française. Jusqu'ici, 120 produits de 27 sociétés ont été pré-sélectionnés et présentés à cette occasion.

EUROPE

Le Salon avait aussi permis aux sociétés canadiennes de rencontrer individuellement les quelque 30 délégués et agents commerciaux venus des missions canadiennes de l'Europe, du Maghreb et du Moyen-Orient, pour discuter des régions et des marchés qui les intéressaient.

Le pavillon du Canada était toujours très achalandé, au grand bonheur des exposants canadiens qui faisaient découvrir aux nombreux visiteurs les produits qu'ils avaient à offrir. D'ailleurs, selon les données préliminaires, on estime que les ventes canadiennes sur place se sont élevées à quelque 2 millions de dollars, tandis que celles prévues au cours des 12 mois après SIAL devraient atteindre près de 10 millions de dollars.

Voilà qui est de bon augure pour le prochain rendez-vous, soit SIAL-Montréal, qui aura lieu du 2 au 4 avril 2003 dans la grande métropole canadienne. ✪

SIAL Montréal 2003

MONTRÉAL — 2-4 avril 2003 — SIAL est le lieu de rencontre incontournable des professionnels de l'alimentation, des boissons, des vins et spiritueux en Amérique du Nord. On s'attend à y accueillir 800 exposants (680 en 2001) venant de 50 pays (40 en 2001) ainsi que 15 000 visiteurs (12 500 en 2001).

Plus d'une cinquantaine de spécialistes du Service des délégués commerciaux du MAECI, venant des quatre coins du monde, seront là pour discuter avec les entreprises canadiennes des débouchés qui s'offrent sur leurs marchés. Les rencontres se tiendront dans le cadre du **Café Export** qui aura lieu le jeudi **3 avril de 7h30 à 10h00**.

voir page 7 — SIAL

Branchez-vous!

ITU Telecom World 2003

GENÈVE, SUISSE — 12-18 octobre 2003 — ITU Telecom World 2003 est le plus important événement et celui qui s'impose dans le domaine des télécommunications. Les exposants auront l'occasion de présenter leurs technologies et leurs services de pointe dans le domaine des télécommunications, des technologies de l'information et des loisirs audiovisuels à plus de 200 000 visiteurs professionnels.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Industrie Canada vous invitent à exposer

dans le pavillon du Canada. Les exposants auront aussi accès à un salon, à un centre de télécommunications, une salle de presse et à des salles de réunion.

Pour tout renseignement, cliquer sur www.dfait-maeci.gc.ca/trade/missions/oltm/menu-fr.asp ou communiquer avec M^{me} Ouafâa Douab, Industrie Canada, tél. : **(613) 990-4216**, courriel : douab.ouafaa@ic.gc.ca ou M^{me} Louise Giguère, MAECI, tél. : **(613) 996-1892**, courriel : louise.giguere@dfait-maeci.gc.ca ✪

Un menu accueillant vous attend en Chine

BEIJING, CHINE — 4-6 mars 2003 — Le Canada participera en force, avec l'appui de l'ambassade à Beijing, au salon des aliments et de l'accueil (**Food and Hospitality China 2003, FHC Beijing 2003**) qui portera sur les aliments, les boissons, l'accueil, les services d'alimentation, la boulangerie et la pâtisserie, et les industries de détail.

Fondé en 1994 à Shanghai, c'est le plus important salon annuel des aliments et de l'accueil pour toute la Chine. Fort de

cette importance, FHC Beijing 2003 offre directement accès aux marchés en pleine expansion de l'accueil et de détail dans le Nord de la Chine. En effet, il s'agit là d'une région à croissance rapide grâce à une économie locale prospère et à la hausse du revenu des consommateurs. Par ailleurs, suite à l'accès de la Chine à



l'Organisation mondiale du commerce et la décision d'accorder les Jeux olympiques d'été de 2008 à Beijing, la

Hiroshima — suite de la page 1

région (dont le PIB s'élevait à 370 milliards de dollars environ en 2001) est comparable à celle de la Belgique. Cela dit, la superficie de Chugoku correspond à 3,4 % seulement de celle de la Colombie-Britannique.

Par ailleurs, le coût des affaires dans la région est généralement inférieur à ce qu'il est à Tokyo ou à Osaka, soit de 30 à 40 % inférieur pour la main-d'œuvre, la location d'entrepôts ou de centres de distribution et l'achat de terrains.

En outre, étant de plus en plus conscientes de la nécessité de promouvoir les atouts commerciaux de la région, les administrations ont mis en place diverses mesures pour faciliter l'implantation d'entreprises étrangères sur leur territoire. La ville d'Hiroshima (1,1 million d'habitants, 3 millions pour la préfecture) a engagé un Canadien qui parle le japonais et l'anglais pour faciliter les échanges avec les entreprises canadiennes. (Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Chris Keeffe, superviseur, Promotion des affaires avec les entreprises étrangères, Hiroshima, tél. : (011-81-82) 504-2241, téléc. : (011-81-82) 504-2259, courriel : keeffe@city.hiroshima.jp)

En septembre 2000, l'ambassade du Canada à Tokyo ouvrait un bureau de

commerce à Hiroshima, lui confiant le mandat d'aider les entreprises canadiennes à exploiter les débouchés offerts par la ville et à y établir des partenariats avec des entreprises japonaises. Au nombre des autres objectifs, citons : approfondir les connaissances du Canada sur Hiroshima, faire connaître les capacités des sociétés canadiennes aux entreprises de la ville, explorer les possibilités d'investissement réciproque, et organiser diverses activités, par exemple, des ateliers ainsi que des missions et des foires commerciales.

Débouchés extraordinaires

Au cours des deux dernières années, plusieurs entreprises d'Hiroshima ont noué de solides liens avec des sociétés canadiennes. Deux contrats ont été signés dans le domaine de la biotechnologie. La ville d'Hiroshima et l'Organisation japonaise pour le commerce extérieur (JETRO) ont accompagné, l'automne dernier, les dirigeants de cinq sociétés de biotechnologie et de technologie environnementale dans le cadre d'une mission à Montréal, au terme de laquelle ont été entamées de sérieuses négociations visant des ententes de partage de technologies et d'exporta-



tion de technologies canadiennes vers Hiroshima.

D'autres ententes ont été conclues entre entrepreneurs en construction, aérospatiale, importateurs de produits alimentaires et magasins de vêtements, témoignant de la richesse des débouchés qui s'y s'offre.

Du 7 au 9 février 2003, les fabricants canadiens d'appareils fonctionnels pourront présenter leurs produits et leurs organes de promotion au stand du Canada à l'occasion de la **foire commerciale de Chugoku-Shikoku**, qui attirera des acheteurs de tout l'Ouest du Japon.

Des débouchés lucratifs existent dans cette région pour les entreprises qui sont prêtes à y investir temps et argent. Si ce marché vous intéresse, la Section commerciale du consulat honoraire du

Canada à Hiroshima et la ville pourront vous fournir information et assistance.

Pour plus de renseignements, joindre

M. Scott McKeeman, agent commercial, Bureau du consul honoraire du Canada à Hiroshima, tél. ou téléc. : (011-81-82) 211-0505, courriel : ctohiroshima@gol.com internet : www.infoexport.gc.ca/ie-fr/OfficeSelection.jsp?cid=515

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Cap sur le Japon ».)

ville elle-même ainsi que la région qui l'entoure ne manqueront pas de créer des débouchés encore plus attrayants.

Pour tout renseignement sur le marché et les débouchés, communiquer avec M. Gordon Parsons, conseiller (Commercial), ambassade du Canada à Beijing, courriel : gordon.parsons@dfait-maeci.gc.ca ou avec M. Brandon Geithner, délégué commercial, MAECI, courriel : brandon.geithner@dfait-maeci.gc.ca

Pour des détails sur FHC Beijing 2003, cliquer sur www.fhcbeijing.com

Pour réserver un espace dans le pavillon du Canada à FHC Beijing 2003, communiquer avec M^{me} Anne Heath, UNILINK, tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528, courriel : ah@unilinkfairs.com

Le logiciel sera à l'honneur à Guadalajara et Monterrey

GUADALAJARA ET MONTERREY, MEXIQUE — 17-20 février 2003 — Les consulats du Canada à Guadalajara et Monterrey organiseront une mission commerciale pour des sociétés canadiennes du secteur du logiciel. L'objectif est d'abord de présenter les sociétés canadiennes à des acheteurs et distributeurs éventuels, en plus d'offrir de l'information sur le marché dans les deux plus grandes villes à l'extérieur de Mexico.

Les technologies de l'information (TI) au Mexique représentent un marché de l'ordre de 9 milliards de dollars. De ces revenus, environ 1 milliard de dollars sont attribuables à l'acquisition de licences et 3 milliards de dollars aux services. Malgré un ralentissement de la croissance économique, les acquisitions des TI dans les grandes sociétés

démontrent un taux de croissance soutenu dans son ensemble avec 5,2 % dans le secteur financier et 5,1 % pour les sociétés de distribution.

La mission commerciale permettra aux sociétés canadiennes d'identifier des occasions d'affaires et de parfaire leur connaissance du marché. Le point saillant de l'activité sera les rencontres individuelles organisées avec des acheteurs et des distributeurs éventuels dans les deux villes. En outre, le programme de colloques et de réseautage permettra de mieux comprendre les forces du marché et de rencontrer les gens d'affaires.

Pour plus d'information ou **pour s'inscrire**, communiquer avec M. Gilles Tassé, MAECI, tél. : (613) 944-0699, courriel : gilles.tasse@dfait-maeci.gc.ca

SIAL Montréal 2003 — suite de la page 5

Il y aura aussi des conférenciers qui parleront de sujets d'intérêt et expliqueront les enjeux et les réalités de leurs secteurs respectifs. Les sujets traités comprennent : les règles canadiennes en matière de salubrité; la raison pour laquelle KPMG considère le Canada comme le meilleur endroit au monde où investir; et le programme C-TPAT (Customs Trade Partnership Against Terrorism) par le Service des douanes des États-Unis.

Pour tout renseignement ou **pour**

s'inscrire à ces événements, communiquer par courriel à infocafeexport@agr.gc.ca ou par téléphone au (514) 283-3815, poste 513. Les places étant restreintes, une pré-inscription est obligatoire. La priorité sera accordée aux exposants sur la base « premier arrivé, premier servi. »

Pour renseignements sur SIAL, cliquer sur www.sialmontreal.com Pour consulter les études de marchés du MAECI sur l'agriculture, les aliments et les boissons, cliquer sur www.infoexport.gc.ca

Libre-échange Canada-Costa Rica : feu vert

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, et le ministre costaricien du Commerce extérieur, M. Alberto Trejos, ont procédé à un échange de notes, marquant l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et le Costa Rica. Les ministres se sont rencontrés le 1^{er} novembre, lors d'une réunion bilatérale à Quito, en Équateur, en marge de la réunion ministérielle de la Zone de libre-échange des Amériques.

« Les exportateurs canadiens pourront profiter de cet accord, a affirmé M. Pettigrew. L'accord confère un accès équilibré au marché et offre des avantages considérables aux deux pays vers une collaboration accrue pour l'avenir. »

L'accord, signé en avril 2001, donne un meilleur accès au marché costaricien pour le poisson, les produits du papier, les pièces d'automobile, les matières plastiques, le bois et les produits agricoles canadiens. Il réduira aussi la bureaucratie et les formalités frontalières pour les Canadiens qui font des affaires au Costa Rica. Le commerce bilatéral de marchandises entre le Canada et le Costa Rica a atteint 250 millions de dollars en 2001.

Pour tenir compte des différences quant à la taille et au niveau de développement des deux économies, le Canada libéralisera son marché plus rapidement que le Costa Rica. Par exemple, sur le plan de l'accès au marché, le Costa Rica éliminera sur-le-champ

INDE : VISITES MULTISECTORIELLES

DELHI, MUMBAI et BANGALORE, INDE — 5-13 février 2003 — Le Conseil de commerce Canada-Inde (CCCI) et Ontario Exports Inc. organisent une mission infrastructure et transports au salon **India Infrastructure Show**. La délégation de l'Ontario sera dirigée par le ministre des Entreprises, des Opportunités et de l'Innovation, M. Jim Flaherty, et le CCCI par M. Roy MacLaren.

Au même moment, M. Arthur Carty, président du Conseil national de recherches du Canada (CNRC), ainsi que des scientifiques de haut niveau des instituts de recherches du CNRC, seront à New Delhi. Il prendra la parole à **Biotech India 2003 (5-8 février)**. Le groupe se rendra aussi à Bangalore et à Mumbai où M. Carty s'adressera à la **National Association of Software and Service Companies Conference (11-14 février)**. Tout en rehaussant l'expertise canadienne en R et D, leur visite permettra de promouvoir les liens entre les instituts canadiens et indiens quant aux programmes futurs de collaboration en matière de science et de technologie.

Pour tout renseignement, communiquer avec le CCCI, tél. : (416) 214-5947 poste 21, courriel : info@canada-indiabusiness.ca internet : www.canada-indiabusiness.ca

Calendrier des événements

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

AUKLAND, NOUVELLE-ZÉLANDE — 24-26 août 2003 — Le **New Zealand National Hospitality Show** (salon national de l'industrie de l'accueil de Nouvelle-Zélande) est la plus importante manifestation commerciale de Nouvelle-Zélande dans le domaine de la restauration et de l'industrie de l'accueil. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Pierre-André Cusson, délégué commercial, bureau commercial du gouvernement canadien à Auckland, tél. : **(011-64-9) 309-3690**, courriel : **pierre-andre.cusson@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.nationalhospitality.co.nz**

CONSTRUCTION

SYDNEY, AUSTRALIE — 25-28 mai 2003 — **Designbuild** est le plus important salon du bâtiment en Australie. Y assistent 17 500 concepteurs, constructeurs, architectes, promoteurs, ingénieurs, marchands et décideurs importants. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Robert Grison, directeur des opérations, Canadian Export Development Inc. (CEDI), tél. : **(613) 825-9916**, téléc. : **(613) 825-7108**, courriel : **cced@sympatico.ca**

OCÉANS (TECHNOLOGIES DES)

TRONDHEIM, NORVÈGE — 12-15 août 2003 — **Aqua Nor 2003** est une foire commerciale internationale d'aquiculture

qui porte sur l'équipement et les services. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Rick Stephenson, conseiller commercial, ambassade du Canada à Oslo, tél. : **(011-47) 2299-5300**, téléc. : **(011-47) 2299-5301**, courriel : **rick.stephenson@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.aqua-nor.com**

TIC

NANJING, CHINE — 9-12 avril 2003 — Le **China International Electronic Information Technology Fair 2003** est le premier salon que le gouvernement de la Chine organise sur les technologies de l'information. **Pour plus de renseignements**, cliquer sur **www.ITchinaexpo.com** ✱

Exposition d'échantillons au Guatemala

VILLE DE GUATEMALA, GUATEMALA — 4-7 février 2003 — Suite au succès qu'a connu l'exposition d'échantillons en novembre 2001, la Section des affaires commerciales de l'ambassade du Canada au Guatemala envisage d'en tenir une autre sur quatre secteurs prioritaires du pays, à savoir l'environnement, l'agriculture, les aliments et boissons et la construction.

L'exposition vise avant tout à appuyer les entreprises canadiennes qui veulent lancer leurs produits, technologies ou services sur le marché guatémalteque.

L'accès est gratuit pour les entreprises. Pour participer, envoyer simplement 25 exemplaires de vos catalogues, brochures ou disques compacts à l'ambassade du Canada au Guatemala, comme suit : Sección Comercial, Embajada de Canada, 13 Calle 8-44,

Zona 10, Plaza Edyma, Nivel 8, Ciudad de Guatemala 01010, Guatemala, C. A.

Il est par ailleurs recommandé d'annexer aux brochures, catalogues et disques compacts une carte d'affaires ou une courte note sur laquelle figure le nom d'une personne-ressource. On peut aussi envoyer des échantillons, des affiches et des documents publicitaires. Il y aura un présentoir pour les échantillons, plusieurs ordinateurs pour les disques compacts et un téléviseur pour y projeter des films vidéos.

Pour plus d'information, communiquer avec M^{me} Christine Luttman, agente de commerce, ambassade du Canada au Guatemala, tél. : **(011-502) 333-6102**, courriel : **gtmla-td@dfait-maeci.gc.ca**, internet : **www.dfait-maeci.gc.ca/guatemala/** ✱

Le Costa Rica

— suite de la page 7

les droits de douane pour 67 % de ses lignes tarifaires; pour le reste des produits, l'élimination s'étendra sur 14 ans. Le Canada accordera dès maintenant un accès en franchise de droit pour 86 % de ses lignes tarifaires, l'élimination des droits de douane pour le reste des produits devant se faire sur une période de 8 ans seulement.

Des accords distincts entre le Canada et le Costa Rica sur la coopération en environnement et travail sont entrés en vigueur le 1^{er} novembre. Ils garantissent le respect des lois dans ces domaines, un élément essentiel de la prospérité économique qui accompagne la libéralisation du commerce.

Pour plus d'information, voir le site internet **www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/Costa_Rica-f.asp** ✱

(On trouvera la version intégrale de cet article à **www.infoexport.gc.ca/canadexport** puis cliquer sur la rubrique « Nouvelles commerciales ».)

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) 996-9709**; en appelant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant le site internet du MAECI à **www.dfait-maeci.gc.ca**

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047