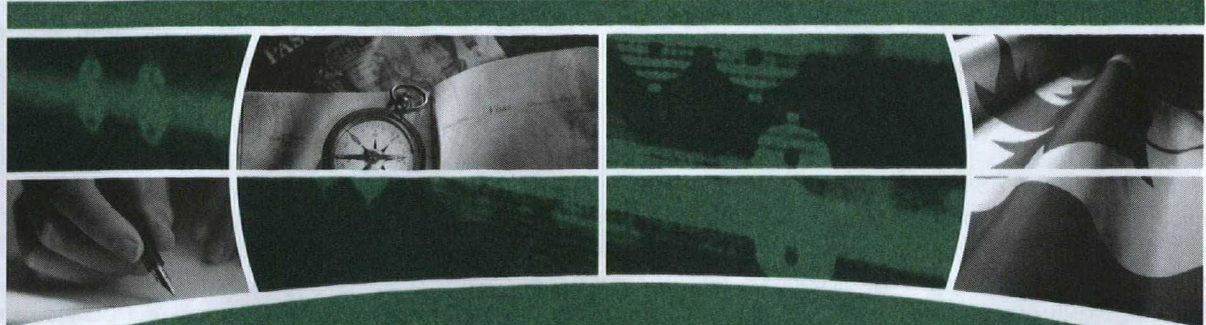


DOCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 21
Septembre
r 2,
2003
Copy 2



L'île Sakhaline en Russie

Un grand projet énergétique crée d'immenses débouchés

Dans ce numéro

- 3 Venez rencontrer vos délégués commerciaux au Canada cet automne
- 4 Le marché latino-américain
Grand succès du design canadien à Chicago
- 5 Un exemple à suivre à la BASD
- 6 Salon des aliments biologiques et des produits naturels en Allemagne
- 7 Foires et missions commerciales

Sept grands projets d'exploitation du pétrole et du gaz sont actuellement aux étapes du développement et de la création dans l'île Sakhaline, dans la partie extrême-orientale de la Russie. On estime que ces projets vont nécessiter des investissements de plus de 20 milliards de dollars américains sur 20 ans — une bonne nouvelle pour les exportateurs canadiens.

et du gaz et aussi dans le secteur de la construction et des infrastructures. En fait, il y a un certain nombre de fournisseurs canadiens d'équipement et de services et d'entrepreneurs qui ont déjà tiré avantage de la première étape du projet — Sakhaline I — actuellement développée par un consortium dirigé par ExxonMobil, avec un investissement estimé à environ 5 milliards de dollars américains. L'étape Sakhaline II, dirigée par Shell, Mitsubishi et Mitsui, est évaluée à environ 10 milliards de dollars américains.

On peut s'attendre à ce que ces projets créent pour les fournisseurs canadiens de bons débouchés dans le secteur du pétrole

voir page 6 — Un grand

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

OCT - 2 2003

Vol. 21, n° 14
2 septembre 2003

Return to Departmental Library
Retourner à la bibliothèque du Ministère

Un nouveau bulletin électronique
**SEAscape : votre fenêtre sur
l'Asie du Sud-Est**
(voir page 7)

Un des joyaux de la couronne du dragon

Maisons canadiennes à charpente métallique légère en Chine

Le marché chinois du logement est attirant pour de nombreuses entreprises désireuses d'étendre leurs activités commerciales à l'extérieur de l'Amérique du Nord. Et pourtant, de nombreuses entreprises qui tentent de s'implanter sur ce marché sont confrontées à un nombre apparemment sans fin d'obstacles.

voir page 2 — Maisons



Vue du système de charpente métallique légère à Dalian, en Chine, au début du projet (à gauche), et du produit fini.

Maisons canadiennes à charpente métallique légère en Chine

— suite de la page 1

Une entreprise est parvenue à surmonter ces difficultés. Il s'agit du **BPA Group**, société d'ingénierie multidisciplinaire ayant son siège à Vancouver et des bureaux dans l'État de Washington, en Californie et à Shanghai. Elle a récemment achevé les travaux portant sur un lotissement de 100 maisons en rangée à Dalian, en Chine, et son expérience est précieuse pour les entreprises souhaitant exporter vers la Chine.

En décembre 2001, le promoteur chinois Hai Cheong souhaitait utiliser la technologie de la charpente métallique légère pour le projet de Dalian et il est entré en communication avec le BPA Group. Après négociation, le BPA Group a été retenu pour le

projet, qui consistait à gérer la conception et la construction des maisons en rangée et à coordonner les activités des architectes, des entrepreneurs et des fabricants. Au Canada, ces domaines distincts sont fréquemment coordonnés au moyen de canaux bien définis; toutefois, ce n'est pas le cas en Chine, où ce type d'infrastructure n'existe pas encore.

L'adaptabilité donne des résultats

Pour réussir à réaliser le projet, le BPA Group devait voir à l'ensemble du processus du début à la fin. Pour le président du BPA Group, John Pao, cela posait le plus grand défi. « Hai Cheong ne voulait pas simplement un fournisseur, fait remarquer M. Pao. Il était à la recherche de quelqu'un pouvant fournir, construire, gérer et coordonner. Il voulait toute la gamme des services. »

Le BPA Group utilisait un matériau appelé charpente métallique légère; les composantes de base de ce système sont faites de minces lamelles de tôles d'acier galvanisé, auxquelles on donne par moulage une forme en « C » au moyen d'un processus de formage à froid. Ce processus vise à renforcer et à stabiliser la tôle d'acier, ce qui est semblable au pliage d'une feuille de papier.

Ces dernières années, le gouvernement chinois s'est employé à trouver des solutions de rechange à la construction traditionnelle à ossature en brique et en béton qu'on utilise dans les maisons chinoises. De ce fait, la demande de systèmes canadiens — jugés modernes et plus éconergétiques — s'est accrue.

Nellie Cheng, consultante principale en commerce pour la Chine à la Société canadienne d'hypothèques et de logement, fait remarquer que le Canada a mis au point un style de logement très perfectionné, ce qui explique pour une large part cette popularité. « À la lumière de notre expérience de la tenue de séminaires techniques et de la collaboration avec des gens sur les marchés chinois et canadien, il est évident qu'il existe là un grand potentiel pour les produits canadiens du logement. »

En fait, même si la conception du BPA Group reposait sur une charpente en acier, de nombreuses composantes de finition utilisées étaient des produits en bois. Le revêtement des murs, les parements en bois, les armoires, les portes et fenêtres, ainsi que les revêtements de sol en bois dur ont tous été importés aux fins d'utilisation dans le projet. En outre, le BPA Group a acquis de nombreux produits dans d'autres secteurs, dont les moquettes, les tabliers en vinyle, les systèmes hydrofuges et les bardeaux en asphalte et en cèdre. Le succès de ces produits sur le marché chinois indique qu'il existe un grand potentiel sur le plan des exportations canadiennes si les entreprises peuvent offrir un système de construction à ossature en bois qui soit à la fois pratique et abordable.

L'entreprise a été confrontée à sa part de défis en Chine. Non seulement s'est-elle trouvée confrontée aux inévitables défis culturels, mais elle s'est également vue forcée de faire face à un manque d'infrastructures et à des attentes très différentes de celles qu'on trouve en Amérique du Nord. De plus, il a fallu composer avec les différences entre les réglementations canadienne et chinoise du bâtiment dans les design. « À Dalian, fait observer M. Pao, nous tentions d'introduire une nouvelle technologie sans aucune des infrastructures qui existent au Canada tout en respectant notre budget. C'était là un des principaux défis. »

Malgré cela, le succès du BPA Group témoigne de l'adaptabilité de l'entreprise. En travaillant avec des professionnels sur place, l'entreprise a constitué une forte base de travailleurs qualifiés dans le domaine de la construction faisant appel à la technologie de la charpente métallique légère, et l'utilisation de produits du bois canadiens a également contribué à l'ouverture du marché dans ces domaines. Ces petits pas ont ouvert la voie à la charpente métallique légère en Chine et ont non seulement rendu possibles des projets subséquents, mais ils en ont beaucoup facilité la coordination.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Nellie Cheng, consultante principale en commerce, SCHL International, tél. : (604) 737-4128, téléc. : (604) 737-4127, courriel : ncheng@cmhc-schl.gc.ca.

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport — rubrique « Les trucs du métier ».)

Rédactrice en chef : vacant
Rédacteur : **Michael Mancini**
Mise en page : **Yen Le**
Tirage : **55 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Site Internet : www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport

CanadExport

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à

992-7114. Pour la version par 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

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Tirez parti de nos études de marché et de notre réseau de professionnels

www.infoexport.gc.ca

Venez rencontrer vos délégués commerciaux au Canada cet automne

Voici votre chance de parler affaires avec des délégués commerciaux en poste à l'étranger, en visite au Canada, et de découvrir des débouchés sur les marchés internationaux.

Grâce à un réseau de plus de 500 professionnels en poste dans 140 villes aux quatre coins du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada possède les connaissances dont vous avez besoin pour percer sur les marchés étrangers. Chaque année, des délégués commerciaux du monde entier reviennent au pays pour effectuer un suivi auprès d'entreprises canadiennes comme la vôtre et leur faire connaître de nouveaux débouchés. Cet automne, plusieurs délégués commerciaux en poste à l'étranger participeront à des foires commerciales au Canada. Rencontrez-les aux foires suivantes et découvrez des occasions d'affaires à l'étranger!



Aerospace Congress & Exhibition 2003

MONTREAL

Du 8 au 12 septembre 2003

Rencontrez des délégués commerciaux spécialistes du secteur de l'aérospatiale à l'occasion de cet événement important et participez au *Café Export*, qui aura lieu le 10 septembre.

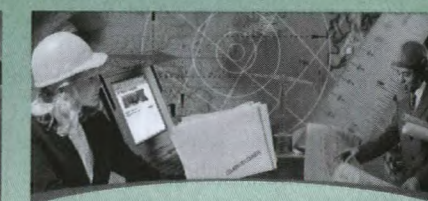


IDEX-NeoCon Canada (Exposition internationale du design intérieur)

TORONTO

Les 18 et 19 septembre 2003

Venez discuter avec des délégués commerciaux et découvrir des débouchés à l'étranger à l'occasion du *Café Export*, le 17 septembre, en après-midi.



Construct Canada 2003

TORONTO

Du 3 au 5 décembre 2003

Venez discuter des occasions d'affaires avec des délégués commerciaux œuvrant dans le secteur de la construction et du bâtiment à l'occasion du *Café Export*, le 3 décembre, en après-midi.

Pour plus de renseignements sur ces foires et pour savoir comment s'inscrire à un *Café Export*, visitez le site Web du Service des délégués commerciaux du Canada, à l'adresse www.infoexport.gc.ca.

L'éducation virtuelle à Miami

Le marché latino-américain pique l'intérêt des exportateurs

La conférence et foire commerciale **Virtual Educa 2003**, qui s'est tenue du 17 au 20 juin 2003 à Miami, en Floride, a mis en relief les possibilités d'apprentissage électronique dans les pays hispanophones et lusophones. Cette manifestation internationale comprenait un pavillon canadien regroupant neuf entreprises et établissements d'enseignement, ainsi que la participation du MAECI et d'Industrie Canada.

Les participants canadiens ont suivi une séance d'information donnée par les délégués commerciaux du Canada en Amérique latine, dans les Caraïbes et aux États-Unis sur les importants débouchés qui s'offrent aux exportateurs canadiens dans le secteur de l'apprentissage électronique.

« Le Canada est un des principaux fournisseurs de produits et services d'apprentissage électronique aux fins d'éducation et de formation destinées au public et aux entreprises », a déclaré Michael Brock, directeur général des Relations culturelles internationales au MAECI, dans son allocution liminaire. « Plus de 2 500 organisations dans plus de 100 pays ont adopté des produits canadiens et ce chiffre augmente rapidement. »

Les clients potentiels repérés à la foire Virtual Educa promettent de procurer aux participants un fort volume de travail, sous forme de visites de vente et de rencontres. « L'Amérique latine se dirige rapidement vers l'apprentissage électronique », a fait remarquer Jorge Botero, directeur des ventes internationales chez **NetSweeper**, entreprise de filtrage du Web ayant son siège à Guelph.

Prochaine mission commerciale

Effectivement, des agents de promotion commerciale des ambassades du Canada au Pérou, au Chili, au Brésil et en Argentine

planifient une activité de suivi, une mission directe à l'intention des exportateurs dans le domaine de l'apprentissage électronique, du **29 septembre** au **9 octobre 2003**.

Selon Katia Rivadeneyra, agente de promotion commerciale à l'ambassade du Canada à Lima, « il existe de nombreuses

applications des compétences et produits canadiens, particulièrement si l'on adapte les technologies actuelles pour qu'elles correspondent aux réalités de l'Amérique latine. L'apprentissage électronique, en particulier, a été cerné comme un marché-crêneau clé où les entreprises canadiennes disposent d'un avantage sur la concurrence. »

Effort canadien conjoint

Le pavillon du Canada et la séance **Spotlight Canada** à Miami ont été organisés par le Service de commercialisation de



Perry Roach (à gauche), président et pdg de Netsweeper Canada, et Michael Brock, directeur général, Direction générale des relations culturelles internationales du MAECI, discutent des nouveaux marchés de filtrage du Web aux É.-U. et en Amérique latine.

l'éducation, la Direction de l'Amérique du Sud et la Direction de l'appui aux marchés du MAECI, par le consulat du Canada à Miami et par le Bureau des partenariats internationaux d'Industrie Canada.

Pour plus de renseignements sur les possibilités internationales de commercialisation de l'éducation, communiquer avec Christine McKay, Service de commercialisation de l'éducation, MAECI, tél. : **(613) 995-5295**, téléc. : **(613) 995-3238**, courriel : **christine.mckay@dfait-maeci.gc.ca**.

Pour de l'information sur les débouchés en Amérique latine, communiquer avec Margaret Cullen, agente de promotion commerciale, consulat du Canada à Miami, tél. : **(305) 579-1600**, téléc. : **(305) 374-6774**, courriel : **margaret.cullen@dfait-maeci.gc.ca**.

Pour des renseignements sur la mission commerciale dans le domaine de l'apprentissage électronique, communiquer avec Marcel Belec, délégué commercial, Direction de l'Amérique du Sud, MAECI, tél. : **(613) 944-2419**, téléc. : **(613) 943-8808**, courriel : **marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca**.

(Pour consulter la version intégrale, qui comprend une liste d'entreprises et d'établissements canadiens participants, prière de se rendre au site www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport, rubrique « Carrefour États-Unis ».)

Grand succès du design canadien décontracté à Chicago

Le 17 juin 2003, le consulat général du Canada à Chicago, l'**IIDEX** (International Interior Design Exposition) de Toronto et l'**ARIDO** (Association of Registered Interior Designers of Ontario) ont coparrainé une réception de réseautage à l'intention des fabricants et designers canadiens dans le cadre de la **NeoCon Trade Fair** de Chicago.

NeoCon est la principale foire commerciale aux États-Unis dans le domaine du mobilier non résidentiel et du design. Cette foire d'une durée de trois jours réunit plus de 3 000 exposants, qui présentent du mobilier, du matériel d'éclairage, des textiles, des revêtements de sol et des tissus. Environ 50 entreprises canadiennes y étaient présentes cette année.

Le consulat général du Canada à Chicago a appris à bien connaître l'IIDEX, l'ARIDO et leurs membres, ce qui lui permet de les aider à trouver des personnes-ressources sur place. De fait, quelque 150 professionnels du design, soit le double de l'an dernier, ont assisté à la réception de réseautage. Celle-ci a permis à des entreprises canadiennes de mettre en relief leurs capacités dans ce secteur auprès d'acheteurs américains et de se

voir page 7 — Succès

Un exemple à suivre à la Banque asiatique de développement

En dépit des perturbations sociales et des turbulences économiques de la dernière décennie, l'Asie demeure la région du monde dont l'économie enregistre la plus forte croissance. C'est là une bonne raison pour que les entreprises canadiennes se tournent vers la Banque asiatique de développement (BAsD) pour prendre pied sur le marché de l'Asie, déclare Julian Payne, directeur canadien sortant de la BAsD. M. Payne donne son avis sur la performance du Canada à la BAsD et des conseils simples aux dirigeants d'entreprises canadiennes désireux de réussir sur ce marché lucratif.

Le Canada est un des huit pays partenaires de la BAsD ayant un directeur permanent qui siège au petit, mais très influent, conseil d'administration. Y ayant siégé neuf ans, M. Payne est le directeur canadien qui aura rempli le plus long mandat à la Banque. À ce poste, il a défendu les intérêts de tous les intervenants canadiens concernés, de même que les intérêts convergents de cinq pays de plus petite taille. Le directeur canadien travaille en étroite collaboration avec le Bureau de liaison de la BAsD de l'ambassade du Canada à Manille (BLIFI-Manille) pour aider les entreprises et les consultants canadiens à tirer parti des occasions d'affaires qu'offre la Banque.



Julian Payne, directeur canadien sortant de la BAsD

Le Canada tire-t-il bien parti de la BAsD? « Pour ce qui est des contrats de services d'experts-conseils, le Canada se débrouille très bien, affirme spontanément M. Payne. Il existe un marché important pour nos consultants en Asie et à la BAsD. Le Canada se classe le plus souvent parmi les cinq pays les plus sollicités, obtenant plus de 5 % des marchés de services d'experts-conseils passés par la BAsD. »

Conseils pour réussir

« Pour obtenir des marchés de la BAsD, affirme M. Payne, les entreprises doivent se faire connaître du personnel des organismes chargés de passer les contrats financés par emprunt et du personnel de la Banque chargé d'administrer les contrats financés par subvention. » M. Payne souligne que la concurrence est de plus en plus vive, de la part des entreprises européennes et aussi des consultants et des fournisseurs locaux des pays en développement. Il signale également que les projets d'aide

technique, auxquels la BAsD ne prêtait guère attention auparavant, sont de plus en plus financés par emprunt, ce qui signifie que les entreprises doivent veiller plus que jamais à se faire connaître des organismes d'exécution dans les pays emprunteurs.

« Se faire connaître est la clé du succès dans le nouveau contexte plus concurrentiel.

Pour cela, insiste M. Payne, il faut faire des visites sur place aux bureaux de la BAsD à Manille et aux bureaux des organismes d'exécution pertinents. Partout dans le monde, il y a des entreprises tout à fait qualifiées pour faire le travail requis. L'important, c'est d'arriver à figurer sur la liste restreinte de fournisseurs. Pour cela, une entreprise doit se faire connaître du personnel chargé de sélectionner les fournisseurs qui figureront sur la liste restreinte et elle doit veiller à ce que l'on ne l'oublie pas. Notre expérience a révélé que les entreprises qui n'effectuent pas de visites régulières à la Banque (une ou deux fois par an) ne sont pas retenues pour figurer sur la liste restreinte. »

M. Payne a également expliqué qu'avant de faire une visite à la Banque, il est important de bien se préparer : « La direction de l'entreprise doit bien comprendre le rôle et le fonctionnement de la BAsD et déterminer les pays et les secteurs qui l'intéressent. »

« Le premier point de contact de l'entreprise devrait être le BLIFI de Manille, qui a un accès privilégié aux agents principaux de projet de la BAsD, et qui peut, moyennant un préavis suffisant (deux semaines) pour la visite du représentant de l'entreprise, organiser des rencontres avec le personnel pertinent de la BAsD, précise M. Payne. Il faut demander à rencontrer les agents

principaux de projet pour les secteurs et les pays qui vous intéressent, et non les vice-présidents. Ce sont les cadres intermédiaires qui possèdent les éléments d'information précis dont vous avez besoin et qui font les recommandations qui sont pour ainsi dire toujours suivies. Par ailleurs, en tant que directeur canadien, j'ai toujours été heureux de vous recevoir. »

M. Payne s'est plu à souligner que le personnel de la BAsD est toujours prêt à répondre aux questions concernant les propositions et les projets à venir, de même qu'à donner des explications concernant les propositions non retenues. « Si votre entreprise n'a pas obtenu le marché, il ne faut pas hésiter à communiquer avec le personnel de la BAsD pour lui poser des questions, notamment pour savoir où sont les points faibles de l'entreprise et ce qui pourrait être amélioré. Cela montre votre intérêt et votre souci d'apprendre, c'est donc une bonne stratégie de marketing pour la prochaine occasion. »

« Les efforts pour faire affaire avec la BAsD en valent la peine, affirme M. Payne. Vos démarches peuvent aussi vous procurer des marchés non financés par la BAsD et elles ont toutes les chances de s'avérer payantes à long terme. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec Arthur Fraser, Direction du financement international, MAECI, tél. : **(613) 996-0705**, courriel : **arthur.fraser@dfait-maeci.gc.ca**, Francis Uy, BLIFI-Manille, courriel : **francis.uy@dfait-maeci.gc.ca** ou Émile Gauvreau, directeur canadien, BAsD, courriel : **egauvreau@adb.org**.

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport — rubrique « Les institutions financières internationales ».)

Un grand projet énergétique

— suite de la page 1

Dans le cadre des deux grands projets déjà en cours, les fournisseurs et entrepreneurs doivent se soumettre à un processus de présélection qui entraîne la communication officielle aux consortiums de renseignements sur l'entreprise candidate, puis un processus de qualification et l'introduction dans une base de données des renseignements sur l'entreprise. Les entreprises présélectionnées peuvent alors soumissionner et négocier en vue d'obtenir des contrats et des marchés de sous-traitance. Les principaux critères de sélection sont la qualité, le coût, l'échéancier, le contenu russe, la sécurité et le respect de l'environnement. Les consortiums invitent les soumissionnaires à communiquer directement avec les firmes d'ingénierie et les entreprises d'approvisionnement et de construction, ainsi qu'avec les entrepreneurs.

Séminaire sur l'énergie et mission commerciale

Pour aider les fournisseurs canadiens à mieux comprendre ce processus, le ministère des

Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en collaboration avec l'Alliance Canada-Eurasie de l'énergie et de l'industrie (ACEEI) et le ministère du Développement économique de l'Alberta, organise un atelier d'une journée intitulé « How to Pursue Opportunities in Sakhalin » qui aura lieu à **Calgary**, le mercredi **17 septembre 2003**. Cet atelier permettra d'entendre des conférenciers de PriceWaterhouseCoopers en poste en Russie, des représentants d'entreprises déjà actives dans l'île de Sakhaline ainsi que des représentants du MAECI. **Pour obtenir plus de détails** sur cet atelier, communiquer avec l'ACEEI, au **(403) 218-4822**, de visiter le site Web suivant : **www.ceeia.org** ou de communiquer avec les personnes-ressources dont les noms figurent ci-après.

Pour faire suite à ce séminaire, l'ambassade du Canada à Moscou organise une **mission commerciale à l'île de Sakhaline**, qui aura lieu du **3 au 5 novembre 2003**. Le but de la mission sera

de permettre aux entreprises canadiennes qui souhaitent entrer sur le marché de l'île Sakhaline d'acquiescer des renseignements commerciaux de première main et de rencontrer les principaux représentants gouvernementaux et responsables des acquisitions. La participation est limitée à 25 entreprises, dont les candidatures seront retenues selon l'ordre d'arrivée. Le montant des droits à payer est de 500 dollars.

Pour plus de renseignements, communiquer avec H. Jacob Kunzer, conseiller commercial, ambassade du Canada à Moscou, tél. : **(011-7-095) 105-6066**, courriel : **jacob.kunzer@dfait-maeci.gc.ca** ou Michael Reshityk, tél. : **(613) 996-7701**, courriel : **michael.reshityk@dfait-maeci.gc.ca** ou Gilles Couturier, tél. : **(613) 995-3555**, courriel : **gilles.couturier@dfait-maeci.gc.ca**, de la Direction de l'Europe de l'Est du MAECI.

Pour avoir un aperçu plus détaillé des débouchés que peut offrir l'île Sakhaline, prière de consulter les sites suivants : **www.sakhalin1.ru/ru/index.htm** et **www.sakhalinenergy.com**. ✪

L'Allemagne accueille un salon des aliments biologiques et des produits naturels

NUREMBERG, ALLEMAGNE — du 19 au 22 février 2004 — Le pavillon officiel du Canada vous attend à **BioFach 2004**, un salon commercial des aliments biologiques et des produits naturels.

Avec près de 2 000 exposants de 62 pays en 2003, BioFach est devenu le salon commercial le plus grand et le plus important pour le marché international des aliments biologiques. Comme les critères d'admission sont stricts — aliments biologiques certifiés seulement, selon les normes de l'UE — les organisateurs du salon peuvent garantir la qualité très élevée des produits.

Lors du salon 2003, la valeur des ventes canadiennes sur place a dépassé

100 000 \$, et l'on prévoit des ventes supplémentaires de 2,4 millions de dollars dans les 12 mois suivants. En 2003, 24 entreprises canadiennes ont exposé leurs produits au pavillon du Canada et 20 autres sont venues recueillir des renseignements sur les marchés. L'année prochaine, on s'attend à une participation encore plus nombreuse.

Le pavillon du Canada

Agriculture et Agroalimentaire Canada, en collaboration avec le consulat du Canada à Dusseldorf, s'emploie actuellement à organiser et à gérer la présence canadienne à BioFach 2004. Pour un prix raisonnable et compétitif, les exposants bénéficieront d'un ensemble

de services de qualité comprenant un stand de qualité élevée, des invitations à des rencontres avec d'importants acheteurs de la région, une brochure sur les exposants canadiens, une soirée canadienne pour les acheteurs et les exposants ainsi qu'un soutien sur place pour l'organisation et la promotion commerciale.

Les inscriptions se feront selon l'ordre d'arrivée des demandes. Pour assurer votre présence au pavillon du Canada, remplissez le formulaire d'inscription à l'adresse **http://ats-sea.agr.ca/biofach**. La date limite est le **30 septembre 2003**.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Sylvain Wilson, agent principal de commerce international, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : **(613) 759-7726**, courriel : **swilson@agr.gc.ca**. ✪

Au menu : le salon des poissons et fruits de mer de Chine

SHANGHAI, CHINE — du 29 au 31 octobre 2003 — Le **salon des poissons et fruits de mer de Chine** est le plus important salon annuel pour les acheteurs asiatiques de poissons et de fruits de mer. Plus de 600 entreprises chinoises et étrangères participent à ce salon, qui attire 13 000 acheteurs de plus de 30 pays. Plus de 80 % des exposants reviennent chaque année parce que c'est le meilleur endroit pour présenter les produits et services au marché le plus dynamique et le plus prometteur du monde.

La Chine est maintenant le quatrième marché d'exportation de poissons et de fruits de mer du Canada (après les États-Unis, le Japon et l'Union européenne) avec près de 200 millions de dollars de ventes en 2002. Si la Chine est mieux

connue maintenant comme centre de retransformation des poissons et fruits de mer pour l'exportation, le potentiel de développement de marchés au sein de la classe moyenne chinoise de plus en plus riche est important. La relocalisation de ce salon à Shanghai montre que les Chinois sont maintenant prêts à acheter ces produits pour leur propre consommation.

Pour une deuxième année, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) commandera un pavillon canadien à ce salon.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Lauren Lavigne d'AAC, tél. : **(604) 666-1067**, courriel : **lavignell@agr.gc.ca** ou Jane Barnett, tél. : **(905) 823-0122**, courriel : **barnettj@agr.gc.ca**. ✪

3^e plus grande exposition sur les TI

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — du 19 au 23 octobre 2003 — Pour la septième année consécutive, le Canada aura son pavillon à l'exposition du golfe sur les technologies de l'information (**GITEX**).

Chaque année, GITEX attire quelque 40 000 visiteurs du monde entier. Ces cinq dernières années, plusieurs entreprises canadiennes ont pris part à l'événement, notamment **Corel Corporation**, **Newbridge Networks**, **Allis**, **ITNets**, **Farabi**, **Bay Networks** et **Nortel**. Cette année, une vingtaine d'entreprises canadiennes devraient être regroupées au pavillon du Canada.

Au menu de cette exposition : multimédia, systèmes de vidéoconférence, processeurs

graphiques, matériel réseau, applications multilingues, services et information en ligne, ordinateurs portables, systèmes CAO, télécommunications, logiciel et matériel. D'autres activités seront aussi organisées sur place, par exemple des colloques et conférences, et une salle sera réservée à la vente au public de matériel informatique familial.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Fouad Soueid, agent de commerce principal, consulat du Canada à Dubaï, tél. : **(011-971-4) 314-5555**, courriel : **fouad.soueid@dfait-maeci.gc.ca** ou Maher Abou-Guendia, Direction du Maghreb et de la péninsule arabe, MAECI, tél. : **(613) 944-7040**, courriel : **maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca**. ✪

Succès du design canadien à Chicago — suite de la page 4

préparer à la prochaine foire IDEX, qui aura lieu à Toronto les **18 et 19 septembre 2003**. Pour plus de renseignements sur l>IDEX, prière de consulter le site **www.merchandisemart.com/neoconcanada/toronto.html**.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Ann F. Rosen, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Chicago, tél. : **(312) 327-3624**, téléc. : **(312) 616-1878**, courriel : **ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca**. ✪

Un nouveau bulletin électronique

SEAscape : votre fenêtre sur l'Asie du Sud-Est

Quelle est la seule région importante vers laquelle les exportations canadiennes ont augmenté en 2002? La réponse : l'Asie du Sud-Est, où les exportations ont enregistré une hausse de plus de 15 % l'an dernier!

Consciente du potentiel de cette région, les Manufacturiers et Exportateurs du Canada, avec le concours de la Direction de l'Asie du Sud-Est du MAECI, annonce le lancement de **SEAscape : votre fenêtre sur l'Asie du Sud-Est**. Il s'agit d'un bulletin électronique mensuel présentant des articles et de l'information sur les occasions d'affaires qui s'offrent aux Canadiens dans cette région prometteuse en pleine expansion. Chaque publication présentera un secteur d'actualité qui pourrait intéresser votre entreprise, les événements à venir ainsi que l'histoire d'une réussite canadienne et des conseils sur la façon de mieux faire des affaires dans cette région. De plus, ce bulletin constituera un excellent moyen de trouver des outils et des techniques vous permettant d'améliorer l'ensemble de vos résultats à l'exportation. Nous serons heureux de vous aider à explorer cette région dynamique du monde. Vous pouvez consulter **SEAscape** à l'adresse suivante : **www.cme-mec.ca/portals/seascape**. ✪

Calendrier des événements

ACTIVITÉ MULTISECTORIELLE

SURREY (COLOMBIE-BRITANNIQUE) —

4 décembre 2003 — Participez au colloque **Doing Business in the USA** et renseignez-vous sur l'exportation aux É.-U. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Carol Jackson, International Market Access Inc., tél. : (604) 273-4474, courriel : imabc@ucantrade.com, site Web : www.ucantrade.com/seminar.htm.

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

PUSAN, CORÉE — du 28 octobre au

2 novembre 2003 — Le **Salon coréen de l'aéronautique** est l'un des plus grands salons de l'aérospatiale et de la défense en Asie. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Yon-Ho Choi, délégué commercial à l'ambassade du Canada à Séoul, tél. : (011-82-2) 3455-6000, téléc. : (011-82-2) 755-0686, courriel : yon-ho.choi@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.koreaairshow.com.

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

SEATTLE (WASHINGTON) — du 16 au

19 octobre 2003 — Faites connaître vos matériaux de construction et vos services au **Seattle Interior Show**. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Jim Sheehan, agent de promotion commerciale au consulat du Canada à Seattle, tél. : (206) 770-4082, téléc. : (206) 443-9735, courriel : jim.sheehan@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.interiorshow.com.

SECTEUR DES SERVICES

TUNIS, TUNISIE — du 5 au 8 octobre 2003 —

LE CAIRE, ÉGYPTE — du 11 au

13 octobre 2003 — et **AMMAN, JORDANIE** — les 14 et 15 octobre 2003 —

EDU-CANADA 2003 est la deuxième

foire annuelle de l'éducation du Moyen-Orient. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Bertrand Desjardins, conseiller (Affaires commerciales), à l'ambassade du Canada en Égypte, courriel : bertrand.desjardins@dfait-maeci.gc.ca ou Tracy Reynolds, déléguée commerciale à l'ambassade du Canada en Jordanie, courriel : tracy.reynolds@dfait-maeci.gc.ca.

TIC

MILAN, ITALIE — du 2 au 6 octobre 2003

— **SMAU** est la deuxième plus grande exposition au monde dans le domaine des technologies de l'information et des communications. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Paola Molteni, agente de promotion commerciale au consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 67581, téléc. : (011-39-02) 6758-3900, courriel : paola.molteni@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.smau.it/smau2003/english/docs/flash.html.

MUNICH, ALLEMAGNE — du 20 au

24 octobre 2003 — **SYSTEMS 2003** est la deuxième plus importante foire commerciale des technologies de l'information et des communications en Allemagne. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Brian Young, vice-consul, au consulat du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 21-99-57-0, téléc. : (011-49-89) 21-99-57-57, courriel : brian.young@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.systems-world.de/?id=7672&%24lng=de&.

GUADALAJARA, MEXIQUE — du 21 au

23 octobre 2003 — **Mexitronica 2003** est la foire commerciale de l'industrie

nationale mexicaine de l'électronique.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Juan-Carlos Muñoz, délégué commercial au consulat du Canada à Guadalajara, tél. : (011-52) 3615-6215, téléc. : (011-52) 3615-8665, courriel : juan-carlos.munoz@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.mexitronica.com.

FLORIANÓPOLIS, BRÉSIL — du 27 au

30 octobre 2003 — **FutureCom 2003** est la foire commerciale et le congrès des télécommunications du Brésil d'envergure internationale. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec William Jackson, agent principal de promotion commerciale au consulat général du Canada à São Paulo, tél. : (011-55-11) 5509-4321, téléc. : (011-55-11) 5509-4260, courriel : infocentre-spalo@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.futurecom.com.br/abert_i.html.

MÉTAUX ET MINÉRAUX

BRISBANE, AUSTRALIE — du 10 au

14 novembre 2003 — Le Mining Council of Australia tient la **2003 Sustainable Development Conference**. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Sarah Powles, agente de recherche commerciale à l'ambassade du Canada à Canberra, tél. : (011-61-2) 6270-4000, téléc. : (011-61-2) 6270-4069, courriel : sarah.powles@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.minerals.org.au/sustainable_development/. *

Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements à propos des missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consulter le Calendrier d'exportation É.-U. à www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export.

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