

CANADEXPORT

Vol.14 N° 16

OCT 7 1996

7 octobre 1996

Les habitations canadiennes ont la cote auprès des Japonais

Établi depuis longtemps sur le florissant marché japonais de l'habitation importée, le Canada tirera parti de ces solides assises en participant, avec le groupe de Canadiens le plus nombreux à avoir assisté à une foire commerciale au Japon, au prochain salon japonais de l'habitation (Japan Home Show).

Des exportateurs canadiens, en nombre record pour la deuxième année consécutive, participeront du 22 au 25 octobre 1996 au Japan Home Show à Tokyo.

Le Japan Home Show

La participation canadienne à ce salon de l'habitation s'est accrue de

55 % par rapport à 1995. Plus de 80 exposants canadiens y présenteront leurs produits dans 51 kiosques. Il s'agit du groupe de Canadiens le plus important à avoir participé à une foire commerciale au Japon, et de la plus imposante délégation étrangère au Japan Home Show. En outre, plus de 20 entreprises cana-

diennes, dont bon nombre exportent depuis peu vers le Japon, ont été choisies par la Japan External Trade Organization (JETRO) pour se joindre à son kiosque. Le Japan Home Show attire habituellement quelque 120 000 visiteurs, dont plus de 80 % œuvrent directement dans le secteur de la construction.

Toutes les provinces canadiennes, sauf deux, participeront au salon. L'Alberta, le Québec et l'Ontario y seront représentés par leurs expor-

La SEE finance des exportations vers des marchés à plus fort risque

Grâce à un engagement de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) s'élevant à 1,5 milliard de \$, un plus grand nombre de clients étrangers peuvent maintenant acheter des produits et des services canadiens.

Ces nouveaux fonds de la SEE pour le financement des exportations soutiendront des ventes de produits et de services canadiens

à des clients dans 50 nouveaux marchés mondiaux présentant de plus grands risques.

Selon M. Paul Labbé, pdg de la SEE, pour qui l'excellente performance commerciale de la SEE permet la réalisation de cette initiative, « Ce sont là les marchés en croissance de l'avenir. »

Et il ajoute : « Nous utilisons notre vigueur sur le plan

Voir page 8 - La SEE

Formulaire de réabonnement
à CanadExport, page 12

tateurs, et la Colombie-Britannique y enverra un groupe d'entreprises dans le cadre de son programme vedette Canada Comfort Direct. Quant aux quatre provinces de l'Atlantique et à leurs exportateurs, ils seront représentés sous les auspices de l'Atlantic Canada Home Initiative.

Voir page 3 - Les habitations

Le Sommet économique du Caire met l'accent sur les affaires

Le Caire, Égypte - Des délégations dirigées par des ministres principaux et comptant au total plus de 3 000 représentants du monde des affaires, venus de plus de 80 pays, participeront au Sommet économique du Caire, qui aura lieu ici du 12 au 14 novembre 1996. Le Canada se propose de faire venir au Caire ses délégués commerciaux principaux de ses ambassades d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient pour qu'ils y fassent con-

naître leur territoire aux autres délégations commerciales.

Le Sommet économique du Caire est une occasion unique d'examiner en un court laps de temps de nombreux débouchés commerciaux offerts dans plusieurs pays.

Sommets précédents

Le Sommet économique du Caire est le troisième à avoir lieu dans le

Voir page 8 - Le Sommet

CANADEXPORT

EN DIRECT

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

DANS CE NUMÉRO

LES TRUCS DU MÉTIER	2
SUCCÈS AU JAPON	4
AFFAIRES OLYMPIQUES	5
SUPPLÉMENT SUR LA CCC. I-VIII	
FOIRES COMMERCIALES	6-7
OCCASIONS D'AFFAIRES	9
PUBLICATIONS/AU CALENDRIER	10-12

LES TRUCS DU MÉTIER

Percée remarquable au Japon d'un fabricant québécois de maisons

Grâce à une bonne stratégie de développement des marchés internationaux, Les Industries Bonneville Ltée ont remporté un contrat de plus de 30 millions de \$ au Japon.

Selon le contrat signé avec Housing Kobayashi Incorporated (l'un des plus importants promoteurs immobiliers japonais), plus de 500 maisons usinées seront installées, sur 4 à 5 ans, dans les villes de Sapporo, Hakodate, Asahikawa, Tomakomai et Tokyo.

Qualité et savoir-faire

D'après le président de cette entreprise familiale, M. André Bonneville, « la qualité des matériaux, de la main-d'œuvre et le savoir-faire québécois dans le domaine des maisons usinées, ont constitué les éléments clés du choix du client japonais. »

Cé sont d'ailleurs ces qualités qui font de cette entreprise de Belœil (Québec), le plus important manufacturier québécois de maisons usinées.

Évidemment, d'autres facteurs ont également contribué au succès de Bonneville.

Appui du Canada

M. Bonneville n'hésite pas à recourir aux bons soins des

délégués commerciaux dans les ambassades et consulats du Canada à l'étranger.

« Ils nous ont facilité la tâche, » affirme-t-il, « en nous mettant en rapport avec les clients éventuels. »



Le pdg des Industries Bonneville Ltée, M. André Bonneville (à dr.) et le président de Housing Kobayashi Incorporated, M. Seiji Kobayashi (à g.), se félicitent après la signature du contrat de 30 millions de \$ à Montréal, sous les applaudissements du ministre canadien du Commerce international, M. Art Eggleton (à l'extrême dr.) et du vice-premier ministre et ministre d'État de l'Économie et des Finances du Québec, M. Bernard Landry (à l'extrême g.).

D'ailleurs, pour montrer combien il avait profité de l'appui canadien, il avait invité le ministre du Commerce international, M. Art Eggleton, à la cérémonie de

signature du contrat, à Montréal, à laquelle assistait également le consul général du Japon à Montréal.

« La présence du Ministre, » de dire M. Bonneville, « est une autre marque de confiance en notre produit et rehausse notre crédibilité aux yeux des Japonais. »

Conseils pratiques

Il est également prêt à offrir quelques conseils aux PME canadiennes qui veulent se lancer sur le marché japonais. « Les Japonais privilégient les gens avec lesquels ils veulent faire des affaires, » avise M. Bonneville. « Donc, il s'agit de bâtir des relations de confiance, presque d'amitié, avec eux. »

Ils sont également très exigeants.

« Il faut être flexible et s'adapter à leurs besoins et exigences particuliers, » ajoute-t-il, « comme par exemple une disposition spéciale pour les chambres d'habitation, et des maisons qui puissent résister aux tremblements de terre. »

La présence sur le marché est également un élément important.

« Il faut y ériger des maisons témoins qui démontrent la diversité de vos produits, » conseille M. Bonneville, « et engager un promoteur sur place qui connaît bien la langue. »

Une ascension fulgurante

Qu'est-ce qui a fait d'une petite entreprise de famille (un père avec ses trois fils), démarrée en 1961, une réussite aussi fulgurante?

Voir page 7 – Un fabricant

CANADÉXP		ISSN 0823-3330
Rédacteur en chef : Amir Guindi	Tél. : (613) 996-2225	
Rédacteur délégué : Don Wight	Fax : (613) 992-5791	
Rédacteur adjoint : Louis Kovacs	Courrier électronique : canad.exp@extott07.x400.gc.ca	
Mise en page : Yen Le	Tirage : 40 000 exemplaires.	
<p>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 CANADÉXP.</p> <p>CANADÉXP est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des stratégies de communication et de la planification (BCF).</p> <p>Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.</p> <p>Expédier à : CANADÉXP (BCF), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 1 2 5, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.</p>		

Les habitations canadiennes au Japon

(Suite de la page 1)

Activités parallèles

En marge du salon se tiendront un certain nombre d'activités, dont une série de colloques quotidiens, en vue de promouvoir les produits du secteur canadien de l'habitation. La Imported Housing Industries Organization (IHIO), en collabora-

tion avec l'ambassade du Canada, a organisé une série de démonstrations d'installation de produits et des réunions d'affaires individuelles entre des exportateurs canadiens et des clients japonais éventuels. LI-HIO est une association qui regroupe plus de 100 grandes entre-

prises et dont le mandat est de promouvoir l'habitation importée au Japon. Au nombre de ses membres figurent des sociétés de commerce extérieur et de gros conglomerats comme Tomen, Mitsubishi, Sumi-

Voir page 9 – Les habitations

Canada-Japon : les discussions sur l'habitation, ça rapporte

Les mesures prises au cours de l'année écoulée par le gouvernement du Japon afin de réduire le coût des habitations au Japon et de faciliter l'accès des exportateurs canadiens au secteur de l'habitation de ce pays font suite à des années de pourparlers entre le Canada et le Japon (quant à la reconnaissance mutuelle des normes relatives aux matériaux de construction) et à des efforts concertés de la part du conseil des industries forestières du Canada (Council of Forest Industries, ou COFI) et de l'ambassade du Canada à Tokyo. Parmi les initiatives qui doivent aider les exportateurs canadiens, mentionnons les suivantes :

* Automne 1995 – L'assemblage à languette et rainure pour les toits et les parquets, reconnu par le COFI pour le contreplaqué, reçoit l'approbation officielle de la société des prêts immobiliers du gouvernement du Japon (Japan's Government Housing Loan Corporation, ou GHLC), société d'État qui finance plus de 50 % des nouvelles mises en chantier au Japon. Les constructeurs japonais qui demandent l'aide de la GHLC sont maintenant autorisés à utiliser le produit à languette et rainure du COFI. Ce fait nouveau a eu des incidences importantes sur les exportations canadiennes de contreplaqué au Japon.

* 22-23 février 1996 – Des essais de résistance au feu visant à déterminer comment les fenêtres en bois nord-américaines peuvent être modifiées pour être utilisées dans les zones d'habitations semi-ignifuges ont été réalisés par le comité de recherche sur les produits étrangers du Japon (Foreign Products Research Committee), organisme établi par le ministère de la Construction et affilié à l'Association des constructeurs de maisons à ossature de bois du Japon (Japan 2x4 Home-Builders Association). Les résultats des tests ont été communiqués aux fabricants canadiens et américains par l'entremise de leurs associations industrielles.

* 19 décembre 1995 – Les exportateurs canadiens qui cherchent à obtenir une classification de résistance au feu au Japon peuvent maintenant faire tester des essais produits au Canada. La raison en est que les Laboratoires des assureurs du Canada (ULC) sont devenus le premier organisme non japonais d'essai de résistance au feu à être reconnu par le ministère de la Construction du Japon. En effet, l'organisme canadien peut soumettre à des essais de résistance au feu les matériaux de construction ignifuges et semi-ignifuges afin d'en déterminer la conformité avec les normes japonaises.

* 1^{er} juillet 1996 – Le ministère de la Construction du Japon a annoncé qu'il approuvait le bois de charpente canadien entrant dans la construction d'habitations à ossature de bois dans le Japon. La décision, qui s'applique au bois de charpente classifié selon les normes de la commission nationale de classification des sciages (National Lumber Grades Authority, ou NLGA) relevant de cinq membres du COFI, signifie qu'à compter de maintenant, les constructeurs japonais de maisons à ossature de bois peuvent choisir entre le bois de charpente du JAS (Japan Agricultural Standards) et celui de la NLGA.



À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Pour obtenir un formulaire d'inscription, télécopiez votre demande au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078; ou téléphonez au (613) 992-3005.

Les produits canadiens de construction remportent un vif succès au Japon

Viceroy Homes

(Scarborough, Ontario)
Depuis qu'elle a axé ses exportations sur le marché japonais, il y a un peu plus de deux ans, la société Viceroy Homes a connu une expansion rapide de ses exportations de maisons en pièces prêtes à assembler. Ses expéditions sont passées de une maison, durant l'exercice 1995, à près de 500, durant 1996. Pour 1997, la société prévoit des ventes, au Japon seulement, de 800 unités, en plus d'exportations croissantes à destination de plusieurs marchés européens, de la Corée et des Amériques, pour un total de près de 1 000 maisons exportées, cette année. Communiquer avec : M. David Ireland, directeur des ventes internationales et de la commercialisation, tél. : (416) 298-2200; fax : (416) 298-9545.

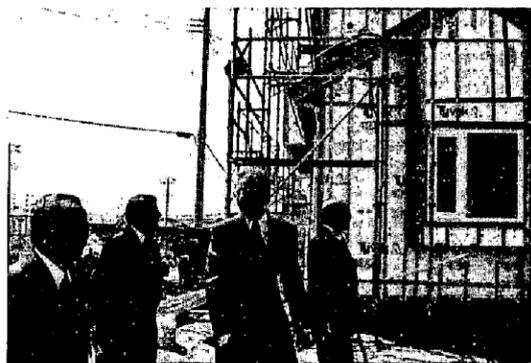
Willmar Windows (Winnipeg, Manitoba)

Spécialiste de portes et de fenêtres préfabriquées, et d'éléments décoratifs d'intérieur et d'extérieur, Willmar a pris la décision de vendre ses produits au Japon, il y a environ deux ans. Les exportations vers ce pays ont augmenté de façon exponentielle, dès que la société a travaillé avec des groupes tels que SG Kai. Communiquer avec : M. Al Dueck, directeur de la commercialisation, tél. : (204) 661-7702; fax : (204) 668-1072; courrier électronique : apdueck@ibm.net

Programme des Maisons du Canada atlantique

Les quatre provinces de l'Atlantique, avec la coopération du gouvernement fédéral — le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) — ont pris la direction de cette initiative afin

d'aider quelque 30 fabricants de produits de construction à exporter leurs produits vers le Japon, sous une bannière unique. Depuis sa création, au milieu de 1995, l'organisation a conclu un certain nombre de ventes et deux projets importants, et elle envisage d'autres possibilités. Un des projets les mieux connus est la construction de



Le ministre du Commerce international, M. Art Eggleton, (deuxième de dr.) a officiellement inauguré, en avril dernier, le « Canadian Place », un nouvel ensemble immobilier de 59 maisons canadiennes, situé dans la ville de Sendai, dans le nord du Japon. Il y était accompagné (de g. à dr.) de M. Norio Tejima, président de Sendai Terminal Building et président du conseil de l'association des cadres d'entreprises de Sendai, ainsi que de l'ambassadeur du Canada au Japon, M. Donald Campbell, et de l'ancien ministre-conseiller (Affaires commerciales) du Canada, M. Mark Romoff. Construit par Selco Homes de Sendai (l'un des plus importants importateurs mondiaux de maisons canadiennes préfabriquées), le « Canadian Place » comprend des maisons fournies par trois PME canadiennes : Nu-Fab de Saskatoon (Sask.), Royal Homes de Wingham (Ont.) et Newton Homes de Newton (Man.).

42 maisons du Canada Atlantique, dans le village de Shirane. Communiquer avec : M. Stephen MacKenzie, Nova Scotia Economic Renewal Agency, tél. : (902) 424-2232; fax : (902) 424-5739. Ou M^{me} Gail LeGresley, ministère du Développement économique et du Tourisme du Nouveau-Brunswick, tél. : (506) 453-8747; fax : (506) 453-3783. Ou avec M. Robert Parsons, ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de Terre-

Neuve, tél. : (709) 729-2208, fax : (709) 729-3208. Ou avec M^{me} Shelly Clark, Entreprise Île-du-Prince-Édouard, tél. : (902) 368-0553, fax : (902) 566-7453.

Fermco Industries (Saint-Adelphe, Québec)

En octobre 1995, la société a décidé de se lancer sur le marché japonais. Dix mois plus tard, elle s'était constituée une clientèle de plusieurs sociétés importantes, et elle commençait à expédier des maisons sur une base régulière. Fermco prévoit que ses ventes à destination du Japon atteindront des centaines d'unités en 1997. Communiquer avec : M^{me} Céline Trépanier, vice-présidente, commercialisation, tél. : (418) 322-5747; fax : (418) 322-5893.

Halliday Homes (Carleton Place, Ont.)

Quelques semaines après son premier voyage au Japon, en janvier dernier, la société a décroché un contrat. Communiquer avec : M. Allan Waugh ou M. Mike Clifford, tél. : (613) 257-3445; fax : (613) 257-7546.

MMH Prestige Homes (Sussex, N.-B.)

La société MMH, qui a fait ses premières tentatives de commercialisation au Japon il y a deux ans, a depuis engagé du personnel japonais et conclu des ventes avec Selco Homes et d'autres constructeurs d'habitations au Japon. Communiquer avec : M. Alan de Winter, directeur général, tél. : (506) 433-4980; fax : (506) 433-4641.

Nutech Energy Systems (London, Ontario)

Nutech est au second rang des fabricants d'Amérique du Nord de systèmes centraux d'aération à récupération de chaleur. En oc-

Voir page 10 — Réussites

Les sociétés canadiennes sortent gagnantes des Jeux olympiques

Atlanta, Georgie — Alors que tous les regards se tournaient vers les athlètes lors des Jeux du centenaire, une équipe d'intervenants de classe olympique travaillait dur dans la discrétion la plus totale et loin des feux de la rampe. Cette Équipe Canada, composée de négociants, de comptables et d'ingénieurs, a permis aux Jeux de franchir le fil d'arrivée. Voici un aperçu de l'équipe commerciale canadienne qui a pris part aux derniers Jeux olympiques d'Atlanta :

- Si les athlètes canadiens et ceux d'autres nationalités furent bien logés, c'est beaucoup grâce à **Ellis-Don Construction** qui fut responsable d'un des plus importants projets de la phase de préparation des Jeux d'Atlanta, soit la construction des logements des athlètes sur le campus Georgia Tech, au coût de 62 millions de dollars. Ce complexe de quatre immeubles a accueilli 4 000 athlètes durant les Jeux. Il sera par la suite cédé à l'Université de l'État de Georgie, qui en fera des résidences pouvant loger 2 000 étudiants. Situé sur un terrain de neuf acres, le complexe comprend deux parcs de stationnement.

- C'est également à **Ellis-Don** que l'on doit la transformation de l'édifice William Oliver, au centre-ville d'Atlanta, en appartements de style loft destinés aux principaux commanditaires des Jeux olympiques. Ces appartements seront ensuite vendus au public.

- La société **Mondo Rubber**, du Québec a, quant à elle, fait sa marque sur la piste d'athlétisme. Mondo a en effet fourni et installé la piste du stade d'Atlanta, ainsi que celles de six autres sites d'entraînement. C'est cette piste que le sprinter canadien Donovan Bailey a remonté à un train d'enfer pour battre le record du monde des 100 mètres. C'est là également que l'équipe masculine canadienne a gagné la médaille d'or au relais 400 mètres. Les amateurs d'athlétisme se souviendront peut-être que c'est Mondo qui avait fabriqué et installé les pistes des Jeux olympiques de Montréal, Moscou, Los Angeles et Barcelone.

- **Radio-Canada** a envoyé à

Atlanta une armée de techniciens et d'employés de soutien chevronnés afin que les Canadiens puissent connaître les dessous des prouesses de nos athlètes olympiques. Plus de 500 techniciens, communicateurs et employés de soutien y ont produit 14 heures d'émissions télévisées par jour. Radio-Canada a assuré la couverture des Jeux sur ses deux réseaux de télévision, anglais et français, ses deux réseaux de radio, ainsi que sur les deux chaînes qu'elle possède sur le câble, Newsworld et RDI.

Les spectateurs canadiens ont sans doute reconnu le nom de **Ralph Mellanby** au générique des émissions. Ancien producteur de « Hockey Night in Canada », Ralph a été nommé directeur de la coordination de la production sur les lieux de compétition par le Comité olympique d'Atlanta. En d'autres termes, c'est lui qui alimentait les diffuseurs du monde entier. Beaucoup de Canadiens connaissent un autre Mellanby dans la LNH : son fils Scott est en effet l'une des vedettes des Panthers de la Floride.

- C'est grâce à la société torontoise **The Post Card Factory** que les Canadiens ont pu raconter à leurs parents et amis l'aventure qu'ils ont vécue à Atlanta. L'entreprise y avait établi un entrepôt de 25 000 pieds carrés après avoir conclu, il y a deux ans, une entente avec le Comité olympique d'Atlanta qui faisait de la société le seul fournisseur de cartes postales durant les Jeux. Elle s'attendait à en vendre entre 10 et 20 millions. La Post Card Factory était également distributeur, non exclusif cette fois, d'épinglettes, de figurines aimantées, de livres et de calendriers.

- En plus de savourer des boissons canadiennes bien populaires, soit la bière **Moosehead** et l'eau embouteillée **Naya**, les visiteurs ont pu voir des sculptures inuits venant du Grand nord canadien. Soixante-cinq sculptures, neuf gravures et deux tapisseries avaient en effet été fournies par la société **North West Company** de Rexdale (Ontario). Ces œuvres faisaient partie de la première exposition d'art inuit qu'ait reçue Atlanta. Présentée au Yanzum Indigenous Art Gallery, l'exposition a été organisée par le consulat général du Canada à Atlanta et commanditée par les citoyens canadiens.

- Les visiteurs du monde entier se sont déplacés d'un site à l'autre des Jeux dans des autobus qui avaient été construits, en grande partie, par la société **New Flyer** de Winnipeg. Bien qu'elle n'ait pas obtenu de contrat dans le cadre des Jeux olympiques, cette société fournit des autobus à la société de transport en commun d'Atlanta (MARTA) depuis un certain temps déjà.

- La société **Temporary Fence Rentals**, de Calgary, a contribué à garder les visiteurs sur la bonne voie en fournissant plus de 100 000 pieds de clôture pour le Parc du centenaire, le lac Lanier et d'autres installations olympiques.

- C'est au groupe **Chandrioux**, de Montréal, que le service de météorologie national avait confié la difficile tâche de traduire les bulletins météorologiques de l'anglais au français. Le groupe traduit chaque année quelque 27 millions de mots pour le bureau de traduction du gouvernement canadien.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Le Canada : l'invité d'honneur à Expolangues 97

PARIS, FRANCE — Le Canada a été désigné invité d'honneur à cette principale foire commerciale de la France pour les industries liées aux langues, qui se tiendra à Paris du 29 janvier au 2 février 1997.

Expolangues en sera à sa 15^e édition. Chaque année, plus de 34 000 visiteurs (17 000 professionnels) visitent les divers stands qui y sont présentés par des écoles de langues publiques et privées, des agences de voyages, des éditeurs de livres, de magazines et d'outils pédagogiques, des producteurs de logiciels et de multimédia et des sociétés travaillant en traduction.

À Expolangues, le gouvernement du Canada aura un stand canadien et organisera des activités complémentaires pour mettre en valeur l'expérience unique de nos industries liées aux langues. La mise en valeur de la culture et du patrimoine canadiens et la promotion du Canada en tant que destination touristique seront aussi des thèmes importants.

Des universités, des écoles de langues, des éditeurs, des producteurs de logiciels et de multimédia, des traducteurs et des producteurs d'outils pédagogiques canadiens se partageront les 150 m² d'espace qui leur sont alloués. Ils profiteront de la grande visibilité du stand canadien pour faire connaître leurs produits à des professionnels et à des clients de la France et de l'Europe.

Une campagne de publicité et de presse avant-exposition, ainsi que l'importante couverture médiatique d'Expolangues, nous donneront la vedette en France en 1997. Des éducateurs et des experts des produits canadiens garantiront que l'expertise du Canada dans ce secteur est bien commercialisée.

Si vous vivez de la langue et que votre marché est l'Europe, Expolangues 97 est un rendez-vous à ne pas manquer!

Renseignements

Pour obtenir une trousse d'inscrip-

tion à Expolangues 97, communiquer — le plus tôt possible — avec M^{me} Lorraine Reardon, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2; fax : (613) 944-1008.

Pour discuter plus en profondeur du projet, communiquer avec l'un des agents suivants de l'ambassade du Canada à Paris : Tom Oommen (Commerce), tél.: (011 33 1) 44 43 23 58, fax: 44 43 29 98; Danielle Cordisco (Tourisme), tél.: 44 43 25 02, fax: 44 43 29 94; André Jara (Relations universitaires), tél.: 44 43 21 11, fax : 44 43 21 99.

Exposition de matières plastiques en Grande-Bretagne

BIRMINGHAM, ANGLETERRE — Les fournisseurs canadiens d'équipement et de machines peuvent exposer leur documentation au stand d'information d'Interplas'96, organisé par le haut-commissariat du Canada à Londres.

Interplas, qui se tiendra du 10 au 14 novembre 1996, est une grande foire commerciale et exposition de l'industrie des matières plastiques, au Royaume-Uni.

Pour tout renseignement sur la foire commerciale, s'adresser à Reed Exhibitions, Londres; tél.: 44-181-910-7870; fax : 44-181-940-2171; ou à Gil Martin, agent commercial, haut-commissariat du Canada, Londres; tél.: 44-171-258-6664; fax : 44-171-258-6384.

Foire commerciale internationale en Inde

NEW DELHI, INDE — L'une des plus importantes foires commerciales multidimensionnelles de l'Asie se tiendra dans ce pays, du 14 au 27 novembre 1996.

À la foire India International Trade Fair (IITF'96), qui en est maintenant à sa seizième année, seront présentés des étalages sur tous les aspects de l'industrie, de l'agriculture, du commerce et des innovations scientifiques et technologiques. En plus des 60 000 gens d'affaires qui participeront à la foire, on prévoit la présence de visiteurs pouvant atteindre les trois millions de personnes, dont bon nombre représente une nouvelle classe moyenne à la recherche de

nouveaux produits. Au dire des organisateurs, la libéralisation de la politique de l'Inde en matière d'importations et la simplification des procédures faciliteront la participation étrangère à l'IITF, pour ce qui concerne la promotion de nouvelles entreprises et coentreprises, et l'exportation de leurs produits.

Pour tout renseignement, communiquer avec The General Manager, Domestic Fairs Division, India Trade Promotion Organisation, Pragati Bhawan, Pragati Maidan, New Delhi 110001; tél.: 3315213/3319564/3371351/3371815; fax : 91-11 3318142/332855/3317896; télex : 031-61022/61311/65155 ADEP IN.



FIERTÉ ET PERFORMANCE : LA CCC, AU SERVICE DES EXPORTATEURS DEPUIS 50 ANS

En tant que maître d'œuvre de la vente de biens et de services canadiens à des gouvernements étrangers et à des organismes internationaux, la Corporation commerciale canadienne (CCC) continue d'être un outil commercial rentable pour des milliers d'exportateurs. Les 50 années d'existence de la CCC (1946-1996) reflètent les besoins en évolution des exportateurs canadiens, le caractère changeant des biens et des services qu'ils vendent et les divers marchés qu'ils poursuivent.

Durant ces 50 années, la Corporation a contribué à réaliser des ventes évaluées à plus de 18 milliards de dollars — 8 milliards au cours des 10 dernières années. Ces contrats portaient sur des produits allant de bovins de race au bras canadien, de microprocesseurs à des chariots élévateurs à fourche.

La valeur de la CCC se situe dans sa capacité de favoriser des rapports privilégiés avec un export-

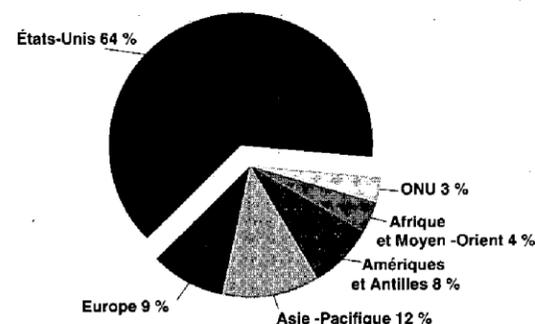
tateur et un acheteur étranger. Ces rapports rendent ces derniers moins méfiants et plus confiants, et leur permettent de faire des affaires ensemble dans de meilleures conditions.

Cette capacité a permis à des entreprises canadiennes de participer à la reconstruction et au réapprovisionnement de l'Europe de l'après-guerre et aux premiers programmes d'aide aux pays étrangers qui ont été mis sur pied, et de s'associer à des

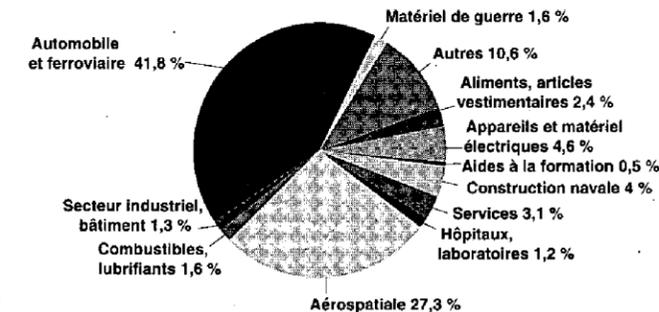
entreprises américaines dans le programme spatial des États-Unis. Elle a également permis aux exportateurs de tirer profit des nombreuses possibilités offertes en Amérique latine et dans les pays en bordure du Pacifique. À l'orée de son second demi-siècle d'existence, la CCC est dans une position idéale pour aider encore plus les exportateurs. Elle s'affaire dans un

Voir page VII — Fierté

La CCC : 1993-96 Marchés en évolution



Ventes de la CCC, par secteurs Exercice se terminant le 31 mars 1996



Une année sans précédent

En cette cinquantième année d'existence, la CCC a établi un certain nombre de records dans les efforts qu'elle déploie au nom des exportateurs canadiens :

- un volume d'affaires record (exportations de 1,017 milliard de dollars) — aidant ainsi les entreprises canadiennes à protéger

Voir page VIII — Une année

DANS CE NUMÉRO

UN PARTENAIRE UTILE.....	II
PROGRAMMES, SERVICES.....	III
LA CCC EST LA.....	IV
EXEMPLES DE RÉUSSITES.....	V-VI
RENSEIGNEMENTS.....	VII

LA CCC : UN PARTENAIRE COMMERCIAL UTILE ET SOLIDAIRE

Comment la CCC offre-t-elle son aide?

La CCC est un organisme d'aide aux exportateurs. Elle aide les entreprises canadiennes à trouver des débouchés sur des marchés spéciaux, et elle leur offre toute une gamme de services qui leur permettent de faire des affaires sur ces marchés.

De nombreux acheteurs du monde, en particulier dans le secteur public, jugent important que le gouvernement du pays étranger dont ils achètent des produits soit associé à la transaction. Ils veulent que ce gouvernement leur donne l'assurance additionnelle qu'ils vont obtenir ce qui est prévu dans le contrat. En outre, beaucoup d'entreprises canadiennes fabriquent des produits pouvant intéresser un client, mais, comme elles sont moins connues sur la scène internationale, elles ont moins de chance de réaliser la vente.

En jouant le rôle de maître d'œuvre auprès des exportateurs canadiens et de leurs clients étrangers, la CCC procure aux fournisseurs ce qu'ils ne peuvent acheter nulle part ailleurs : ils deviennent crédibles aux yeux de leurs clients.

En augmentant le degré de confiance qui règne entre les exportateurs et leurs clients, la CCC les rapproche et les aide à conclure des transactions. L'acheteur et le vendeur se font confiance et réduisent les risques qu'ils appréhendent, en faisant des affaires par l'entremise de la CCC. Ces avantages permettent aux entreprises canadiennes de faire des soumissions plus compétitives et de se faire une meilleure réputation sur les marchés publics étrangers.

Pourquoi recourir à la CCC?

La CCC est associée de près à

plusieurs créneaux du marché; elle fait des affaires avec des ministères de gouvernements étrangers, des municipalités, des organismes publics, des sociétés d'État, des organismes internationaux, et certains acheteurs privés (surtout pour des ventes associées à son Programme de paiements progressifs — voir ci-après pour des détails). Ces clients, qui offrent beaucoup de possibilités aux exportateurs canadiens, sont souvent d'importants acheteurs de biens et de services dans des secteurs où le Canada est des plus avancés.

Toutefois, ces créneaux du marché sont souvent jugés mystérieux et difficiles à percer, et les exportateurs canadiens préfèrent fréquemment renoncer aux débouchés commerciaux qui y sont offerts en raison des difficultés et des coûts qu'ils appréhendent.

L'expérience de la CCC et les liens qu'elle a tissés, dans ces créneaux, avec des acheteurs étrangers et les délégués commerciaux du Canada, permettent d'y démystifier les procédures d'approvisionnement. En signant des contrats avec des fournisseurs canadiens par l'entremise de la CCC, les clients sont confiants de recevoir des biens et des services de qualité, en conformité avec les conditions des contrats qu'ils signent.

Services de la CCC

En plus de l'appui de leur propre gouvernement qui les rend plus crédibles sur les marchés étrangers, les exportateurs canadiens ont accès à la gamme variée des services de la CCC qui les aident à toutes les étapes de la vente, dans de meilleures conditions et avec moins de risque. Ces services consistent :

- à obtenir de l'information sur les débouchés commerciaux et

à les jumeler aux compétences d'une entreprise canadienne;

- à inscrire les fournisseurs canadiens auprès de certains acheteurs (p. ex. le département de la Défense des États-Unis, la NASA) et de certains organismes internationaux (p. ex. des agences des Nations Unies);
- à faciliter l'obtention, l'interprétation et la préparation des documents de soumission;
- à interpréter les dispositions de lois et de règlements en vigueur sur les marchés que l'exportateur tente de percer;
- à participer à la négociation de contrats, y compris de contrats attribués à un fournisseur exclusif;
- à administrer les contrats, à recevoir les paiements des clients et à les remettre aux exportateurs.

Comment fonctionne le partenariat avec la CCC?

Les clients de la CCC voient en elle un partenaire sur qui ils peuvent compter au Canada, et qui les aide à se procurer facilement et en toute équité des produits et des services dans des secteurs où les Canadiens sont créatifs et compétitifs. En outre, ils sont sûrs de courir moins de risques en raison du rôle et des obligations de la CCC. L'exportateur canadien tire parti des services que lui offre la CCC et de la confiance que les clients du monde entier lui témoignent.

Il en résulte un partenariat unique entre l'acheteur, le vendeur et la CCC, partenariat qui incite bon nombre des clients de la Corporation à recourir à ses services année après année.

La CCC est associée depuis longtemps à de nombreux organismes d'achat partout dans le

Voir page VII — Un partenaire

CCC : DE NOUVEAUX SERVICES, DES MARCHÉS EN ÉVOLUTION ET DES PROGRAMMES

La capacité unique de la CCC de trouver des débouchés et de faciliter la signature de contrats a été mise à contribution dans deux nouveaux services.

Premièrement, la CCC a institué un service de jumelage des soumissions qui répertorie les débouchés qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis aux entreprises canadiennes.

Chaque jour, la CCC analyse une version électronique du *Commerce Business Daily* publié par le gouvernement américain, parcourt les avis de marchés et détermine les demandes pour lesquelles les entreprises canadiennes peuvent soumissionner. Quelque 200 de ces avis sont diffusés chaque jour au moyen du Service des invitations ouvertes à soumissionner (SIOS) du gouvernement canadien, de sorte que les fournisseurs canadiens qui s'y intéressent peuvent prendre connaissance des possibilités offertes et communiquer directement avec l'acheteur ou faire appel aux services de la CCC qui les aidera à se procurer et à remplir les documents de soumission.

La CCC jumèle ces possibilités aux compétences des entreprises canadiennes inscrites auprès d'elle. Actuellement, grâce à la CCC, plus de 2 000 entreprises canadiennes sont inscrites sur la *Bidders' Mailing List* du gouvernement des États-Unis.

Chaque jour, la CCC détermine, parmi les entreprises inscrites, celles qui peuvent répondre aux demandes, et télécopie ensuite les avis pertinents à chaque entreprise. Durant ses cinq premiers mois d'activité, ce service a permis de faire parvenir plus de 1 800 avis à plus de 500 entreprises du Canada. À ce jour, la valeur des contrats signés atteint quelque 83 millions de dollars. (Pour plus d'information sur ce service, téléphoner à M. Ron Linton au (613) 995-0140.)

Deuxièmement, la CCC facilite le recours à l'échange électronique de données (EED) avec des acheteurs américains de pre-

mier plan. En 1993, le gouvernement américain annonçait que l'EED serait son principal moyen de communiquer avec ses fournisseurs. Cette décision, même si elle simplifiait les choses, posait également un problème important aux exportateurs canadiens : le système d'achat des États-Unis n'est pas centralisé et chacun des quelque 200 organismes d'achat fonctionnerait dorénavant de manière autonome et utiliserait son propre système pour communiquer avec ses fournisseurs.

Les frais d'acquisition et de maintien du logiciel requis pour établir un lien d'EED pourraient empêcher les entreprises canadiennes qui vendent sporadiquement sur le marché du gouvernement des États-Unis d'y poursuivre leurs activités.

L'an dernier, la CCC a mis sur pied un programme-pilote avec des entreprises canadiennes consistant à maintenir un lien électronique avec des acheteurs importants et à transmettre l'information requise entre les acheteurs américains et les soumissionnaires canadiens. Durant les derniers mois, la procédure a été mise à l'essai et 850 transactions ont été menées à bien avec des acheteurs américains qui utilisaient l'EED par l'entremise d'une passerelle électronique instituée par la CCC. (Pour plus d'information sur le service d'EED de la CCC, communiquer avec Mme Sue Davis au (613) 995-6107.)

Le Programme des paiements progressifs (PPP) : un an d'activité et en pleine croissance

Lancé en février 1995, le PPP de la CCC aide les PME à préfinancer leurs exportations en combinant la compétence de la CCC en matière de négociation de contrats aux prêts

commerciaux que peuvent consentir les institutions financières.

Dans toute transaction faisant appel au PPP, la CCC étudie la demande de préfinancement d'un exportateur et évalue les risques associés au projet. Si la CCC autorise la transaction, une banque participante ouvrira, pour cette dernière, une marge de crédit distincte et fera des paiements à l'exportateur en fonction de l'avancement des travaux, déterminé par la CCC, et des coûts du projet.

Actuellement, la CCC est associée à neuf institutions financières. La CCC a lancé le Programme après avoir consulté des banques, la Société pour l'expansion des exportations et d'autres agents commerciaux pour s'assurer qu'il ne chevauchait pas les programmes offerts par d'autres membres d'Équipe Commerce Canada.

Toutes les parties ont convenu que la CCC était l'organisme le plus en mesure de mener le Programme à bien; en effet, il s'agissait du premier programme du genre à faire appel à la compétence de longue date de la CCC en matière de signature de contrats. Depuis des années, la CCC négociait des paiements progressifs financés par les clients pour des contrats d'exportation; le PPP était une façon d'obtenir des paiements semblables des banques canadiennes lorsqu'un exportateur n'était pas en mesure de négocier des paiements progressifs directement avec l'acheteur étranger.

De nombreuses entreprises utilisent le PPP pour exporter vers les États-Unis et le Japon, et le Programme a été utilisé dans des transactions sur des marchés aussi différents que ceux de la Jordanie, du Liban, de l'Inde, de la Corée, de l'Australie et du Yémen.

Voir page VIII — De nouveaux services

PETITE ENTREPRISE OU GRANDE ENTREPRISE, IL EST NORMAL DE COMMUNIQUER AVEC LA CCC

Le genre d'entreprises qui recourent à la CCC

Toute entreprise canadienne ayant comme client possible un gouvernement étranger ou un organisme international peut communiquer avec la CCC, dont les spécialistes s'occupent des préoccupations particulières de ce type de client.

Depuis qu'elle existe, la CCC est venue en aide à des entreprises canadiennes dans la quasi-totalité des secteurs industriels. Dans son dernier plan d'entreprise, la CCC a désigné dix secteurs où ses compétences peuvent être tout particulièrement précieuses :

1. Aéronefs et pièces d'aéronefs
2. Aérospatiale
3. Défense
4. Transports
5. Technologies de l'information et matériel de télécommunications
6. Technologies de protection de l'environnement
7. Technologies de fabrication avancée
8. Produits et services médicaux
9. Matériel pétrolier et gazier
10. Matériel électrique et matériel de production d'énergie

La CCC est associée à la *Stratégie canadienne pour le commerce international* et elle est membre des équipes sectorielles nationales dans les secteurs où son travail peut être des plus efficaces. Cette participation a déjà donné lieu à une augmentation importante du nombre de projets et de propositions de projets auxquels sont associés de nouveaux fournisseurs sur de nouveaux marchés. Dans le secteur de l'environnement, par exemple, la CCC a élaboré un vaste projet de pipeline évalué à plus de 100 millions de dollars, et a consolidé ses rapports de travail avec d'autres organismes gouvernementaux et privés allant du ministère fédéral de l'Environnement

à l'Association canadienne des industries de l'environnement.

La CCC aide les petites entreprises

Vendre à des clients étrangers ne comporte pas forcément de grosses transactions avec de grandes entreprises. Chaque année, plus de 50 % des exportateurs qu'aide la CCC sont des PME, soit des entreprises dont les ventes annuelles sont inférieures à 10 millions de dollars ou qui comptent moins de 200 employés.

La CCC est un des rares organismes qui peut aider le gouvernement à atteindre son objectif consistant à augmenter le nombre de PME qui réussissent sur le marché des exportations. En plus du Programme des paiements progressifs (PPP), la **garantie d'exécution du contrat que la Corporation donne** à l'acheteur étranger représente le meilleur coup de pouce qui soit pour une petite entreprise qui a un produit de qualité, mais qui n'est tout simplement pas aussi connue sur un marché donné que ses rivales internationales plus grosses.

Lorsqu'il s'agit de négocier un contrat, l'aide de la CCC peut entraîner la réduction ou l'élimination des cautions de soumission ou de performance exigées par un client. Cela peut faire d'une PME un candidat de taille et lui éviter de renoncer à soumissionner en raison des coûts qu'elle devrait supporter. En outre, lorsqu'une PME obtient un contrat, la CCC peut, selon les modalités du contrat, lui offrir des conditions de paiement rapide (c.-à-d. dans les 15 jours suivant l'envoi de la facture, au lieu de 30).

Normes de service de la CCC

La CCC s'efforce d'échafauder des rapports d'affaires de longue durée

avec ses clients en leur offrant un certain nombre de services convenant à leurs besoins. Lorsqu'elle fournit des services, la CCC veut qu'ils reflètent les normes suivantes :

- rester axée sur le marché et se soucier sans cesse de la qualité du service offert;
- maintenir une confidentialité et une intégrité absolues dans les négociations de contrats;
- agir pour le compte des clients qui ont de bons rapports avec son personnel et ses gestionnaires;
- s'efforcer d'offrir un service rapide et courtois;
- s'efforcer d'être accessible à toutes les entreprises, et ouverte à toute une gamme de transactions et de relations d'affaires;
- fournir ses services d'une manière objective et impartiale.

Quand téléphoner à la CCC?

Posez-vous les questions suivantes :

- Des gouvernements étrangers et des organismes internationaux font-ils partie de vos clients éventuels?
- Des concurrents plus gros et mieux connus ont-ils déjà percé le marché?
- Une vente de gouvernement à gouvernement permettrait-elle à votre client de s'approvisionner auprès d'un fournisseur exclusif (c.-à-d. sans appel d'offres)?
- Votre client exige-t-il des cautions de soumission ou de performance qui vous rendent non compétitif?
- Êtes-vous préoccupé par les risques que vous font courir les conditions de paiement offertes par votre client?
- Avez-vous besoin d'un pré-financement d'exportations pour pouvoir réaliser une vente?
- Aimerez-vous qu'un expert vous renseigne sur les lois et

Voir page VIII - La CCC

EXEMPLES DE RÉUSSITES

La CCC a permis à beaucoup d'entreprises canadiennes de vendre leurs produits et leurs services à une clientèle nombreuse et diversifiée outre-mer. Voici quelques exemples de ces sociétés qui montrent comment le savoir-faire des Canadiens bénéficie au maximum du rôle sans égal que joue la CCC dans la négociation de contrats.

Fashions by "MEE"

Lorsqu'un fabricant de Saskatoon a demandé pour la première fois à la CCC de l'aider à vendre à ses acheteurs japonais, il exportait déjà avec succès.

Fashions by "MEE", producteur de la marque Mountain Extreme Equipment de vêtements et de matériel de grande qualité pour amateurs de planche à neige, avait plusieurs clients satisfaits tant au Japon qu'aux États-Unis.

Fondée en 1987 par deux frères, dont un ancien olympien en bobsleigh, l'entreprise est née parce qu'un de ses fondateurs, qui fabriquait ses propres vêtements pour pratiquer le culturisme, se faisait demander constamment où il s'habillait.

« Après avoir déterminé que la demande était là, » de dire le président du conseil de la compagnie, M. Harvey Viteychuk, « nous avons commencé à fabriquer des vêtements pour les vendre chez des détaillants. »

La demande a augmenté chaque année au Canada, ce qui fait que cette petite entreprise emploie maintenant 42 personnes.

Lorsque l'entreprise a décidé qu'elle avait peut-être un marché à l'étranger, des représentants de l'entreprise ont rencontré des acheteurs japonais à un salon de vente au détail aux États-Unis.

« Les acheteurs ont aimé ce qu'ils ont vu, » avoue M. Viteychuk, « et ont commencé à placer des commandes auprès de Fashions by "MEE". »

Les premières commandes d'un des acheteurs, soit la Société Minami du Japon, étaient assez petites pour que le fournisseur puisse les produire sans avoir trop de problèmes de liquidité, mais lorsque la demande a augmenté et que les commandes ont grossi, l'entreprise a dû trouver une source de fonds de roulement pour

financer la production.

« Comme nous avons entendu parler du Programme de paiements progressifs par notre banquier commercial, » ajoute M. Viteychuk, « l'entreprise s'est tournée vers la CCC. »

Grâce à ce programme, l'entreprise a pu obtenir de sa banque commerciale les fonds de roulement dont elle avait besoin, et terminer la production du contrat en plaçant par l'entremise de la CCC.

À la suite de cette réussite, d'autres acheteurs japonais ont placé des commandes qui ont permis à l'entreprise de prendre de l'expansion.

Fashions by "MEE" a reconnu les possibilités des affaires à l'étranger et a pu établir que ses produits étaient en demande. En retour, la CCC a pu appuyer cette croissance en permettant à l'entreprise de prendre des engagements plus importants, sachant qu'elle aurait suffisamment de fonds de roulement pour conclure les marchés en question.

Pour tout renseignement sur Fashions by "MEE", communiquer avec son président du conseil, M. Harvey Viteychuk, tél. : (306) 244-4410, fax : (306) 664-7777.

Chem-Security

Chem-Security, de Calgary (Alberta), a un procédé unique qui la distingue d'autres entreprises de neutralisation de la lewisite.

Ce procédé comporte la neutralisation de produits chimiques toxiques, comme l'arsenic et le chlore, pour que l'on puisse en disposer dans des décharges publiques sans nuire à l'environnement. Au début de 1994, l'Armée des États-Unis avait besoin d'un tel processus dans le cadre de son activité de démilitarisation des produits chimiques et de remise en état.

« Notre société possédait la technologie à utiliser, » de dire le gérant, génie et projets, de Chem-Security, M. Bill Evans, « et nous avions l'avantage d'avoir fait un travail semblable pour le compte du ministère de la Défense nationale du Canada. »

C'est alors que la CCC est entrée en jeu.

« La CCC nous a aidés à comprendre les modalités de l'appel d'offres, » explique M. Evans, « ainsi que les règlements sur les approvisionnements du Canada et leur

incidence sur le marché. La CCC a aussi aidé l'entreprise à répondre à l'appel d'offres. »

Ce contrat de 5.7 millions de dollars prévoyait aussi une inspection obligatoire avant l'adjudication.

Selon M. Evans, « La CCC a aidé Chem-Security à se préparer à l'inspection et à assurer que son représentant régional de l'Ouest était présent pour veiller à ce qu'elle se déroule comme il se devait, et de façon équitable. »

Les négociations contractuelles ont duré plus d'un an. Au cours de cette période, la CCC a collaboré avec Chem-Security pour dissiper certaines des préoccupations de l'acheteur.

« En nous fondant sur les conseils de la CCC et grâce à son intervention, » déclare M. Evans, « Chem-Security a pu faire la démonstration de son procédé supérieur, et étendre ses marchés d'exportation. »

Pour tout renseignement sur Chem-Security Ltd., communiquer avec son gérant, M. Bill Evans, tél. : (403) 235-8300, fax : (403) 248-3567.

EXEMPLES DE RÉUSSITES

Autocar Dupont

La CCC fait continuellement preuve de souplesse pour la réalisation d'affaires sur de nouveaux marchés pour le compte d'une variété de clients. On peut citer le cas d'Autocar Dupont Inc., une petite entreprise familiale installée à Québec.

De 1946 à 1992, l'entreprise a fourni des autocars de tourisme à des clients satisfaits partout au Canada. Depuis, elle a construit des trolleybus de grande qualité destinés à l'industrie du tourisme.

Au dire du directeur général d'Autocar Dupont, M. Jean Dupont, « Nous avons pris contact avec la CCC à la suite d'une rencontre avec le représentant de la CCC pour la région de Québec. »

L'entreprise envisageait la vente de trois autobus, d'une valeur de 700 000 \$, à un acheteur municipal, soit la ville de Gatlinberg, dans le Tennessee.

Fournisseur d'autobus auprès d'un grand nombre de municipalités du Canada, Dupont ne s'inquiétait nullement de ne pas pouvoir livrer la marchandise. Toutefois, le marché américain présentait certains défis.

« N'ayant jamais réalisé des ventes d'exportation, » admet M. Dupont, « l'entreprise ne connaissait pas les modalités et les conditions particulières des contrats d'exportation. »

Le client, qui avait demandé des soumissions en régime de concurrence, tenait à ce que les soumissionnaires déposent un cautionnement d'exécution de 100 %.

Bien qu'il arrive souvent que la CCC puisse amener un acheteur à renoncer à un cautionnement d'exécution, l'acheteur a refusé d'y renoncer dans le cas présent, car cela aurait conféré un avantage concurrentiel à un seul soumissionnaire.

La CCC a toutefois réussi à regrouper un certain nombre d'éléments de manière à assurer la réalisation de ce projet.

Pour assurer la mise en place

du cautionnement d'exécution, la CCC a communiqué avec la Société pour l'expansion des exportations (SEE), qui a consenti à déposer le cautionnement d'exécution, à condition que la CCC consente au préfinancement des expéditions par le truchement de son Programme de paiements progressifs.

La CCC a accepté d'appuyer le projet et a offert des paiements progressifs à Dupont, par l'entremise de la banque de l'entreprise, ce qui a permis de financer les travaux en cours. Ainsi, la CCC a su réduire au minimum les risques dans l'intérêt de toutes les parties au projet.

Ce projet a nécessité l'intervention très présente de la CCC pour assurer la mise en place de modalités et de conditions contractuelles qui soient acceptables, et ce tant par l'acheteur américain que par Dupont.

En tout, il a fallu près de six mois pour finaliser ce projet. Durant cette période, des agents de la CCC ont participé à des visites d'installations

pour rassurer l'acheteur américain qu'il traitait avec un constructeur de produits de qualité jouissant d'appuis solides sur le plan contractuel.

Cette première expérience sur un marché étranger a donné confiance à Dupont sur le plan de son potentiel d'exportation. Par conséquent, l'entreprise envisage maintenant d'autres contrats éventuels avec des municipalités américaines, et se propose d'avoir recours de nouveau aux services de la CCC pour obtenir de nouveaux contrats en perspective.

De déclarer M. Dupont : « Nous soutenons que notre position concurrentielle est dorénavant plus forte en raison de notre partenariat avec la CCC. On ne peut trop insister sur la valeur de son aide lorsqu'on n'a aucune expérience sur les marchés d'exportation. »

Pour tout renseignement sur Autocar Dupont, communiquer avec son directeur général, M. Jean Dupont, tél. : (418) 649-9226, fax : (418) 529-3830.

Geotechnical Testing Equipment

La vente récente d'un produit canadien sans pareil à l'Université d'Osaka, au Japon, démontre comment l'intervention de la CCC peut offrir aux fournisseurs canadiens des modalités de paiement avantageuses, des négociateurs qualifiés, et les aider à nouer de meilleures relations avec des clients étrangers.

Geotechnical Testing Equipment, de Langley (C.-B.), produit les appareils d'essais pédologiques les plus sophistiqués au monde.

Le matériel sert à tester des échantillons de sol « profond » non remué pour déterminer la stabilité du sol en vue de la construction de structures imposantes comme des ponts suspendus, des immeubles en hauteur et des autoroutes, surtout dans les régions où les tremblements de terre sont fréquents.

« La transaction devait se

produire conformément à une lettre de crédit irrévocable, » de déclarer le président de Geotech, M. Fred Zurkirchen, « mais la CCC a exercé des pressions pour obtenir un paiement rapide vu que le client, la société Kisho-Mataichi, obtiendrait du fournisseur une formation sans frais et de longue durée.

« À la suite de l'intervention de la CCC, » confie M. Zurkirchen, « le client japonais lui a versé un acompte important que la CCC a remis rapidement à Geotechnical. »

Cet exemple illustre une fois de plus les services à valeur ajoutée offerts par la CCC pour venir à bout d'un contrat qui aurait pu achopper sur quelques détails.

Pour tout renseignement sur Geotechnical, communiquer avec son président, M. Fred Zurkirchen, tél./fax : (604) 533-5693.

Renseignements

Siège social de la CCC

50, rue O'Connor, pièce 1100,
Ottawa (Ontario) K1A 0S6
Tél. : (613) 996-0034; fax : (613) 995-2121;
Courrier électronique : info@ccc.ca
Internet : http://www.ccc.ca

Représentants régionaux de la CCC

- Court C. Touwslager, gestionnaire
Bureau de liaison de la C.-B., CCC
2300 - 650 West Georgia Street
C.P. 11538
Vancouver (C.-B.) V6B 4N7
Tél. : (604) 666-4781; fax : (604) 666-0398

- Gerald A. Haley, gestionnaire
Bureau de liaison de l'Ouest, CCC
1000 - 9700 Jasper Avenue

Edmonton (Alberta) T5J 4E2
Tél. : (403) 497-3801; fax : (403) 497-3562

- Bernice McCredie, gestionnaire
Bureau de liaison de l'Ontario, CCC
6205 Kestrel Road
Mississauga (Ontario) L5T 2A1
Tél. : (905) 795-5250; fax : (905) 795-5262

- J.M. Claude Lavoie, gestionnaire
Bureau de liaison du Québec, CCC
5, Place Ville-Marie, pièce 700
Montréal (Québec) H3B 2G2
Tél. : (514) 283-8791; fax : (514) 283-8794

- On prévoit ouvrir un Bureau de liaison au Canada atlantique.

Un partenaire commercial utile et solidaire (Suite de la page II)

monde. Dans certains cas, elle agit dans le cadre de règles et de structures formelles aux termes d'un accord international — par exemple, dans le cas des produits vendus au département de la Défense des États-Unis, aux termes de l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense (DPSA). Dans d'autres cas, y compris les achats des agences des Nations Unies, les clients reviennent à la CCC année après année avec des demandes précises, ou pour savoir comment l'industrie canadienne peut répondre à leurs besoins.

La liste des 20 plus importants

marchés de la CCC compte maintenant la Thaïlande, la Colombie, l'Iran, le Japon, l'Équateur et la Bolivie, et dernièrement, la CCC a aidé des entreprises à conclure une première transaction sur un certain nombre de marchés, dont le Botswana, l'Islande, l'Indonésie, le Liban, la Mauritanie, le Viêt-nam et le Yémen. C'est en Amérique latine que le volume d'affaires de la Corporation a augmenté le plus. L'an dernier, la CCC a négocié d'importants contrats de vente d'aéronefs et de matériel de transport au Pérou, en Bolivie, en Colombie et au Brésil et a réalisé des ventes de technologies de protection de l'environ-

nement au Chili et en Uruguay.

Les affaires avec les États-Unis

Depuis de nombreuses années, l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense (DPSA), l'Accord sur le partage du développement industriel pour la défense (DDSA), et divers accords conclus avec la National Aeronautics and Space Administration (NASA), ont permis aux entreprises canadiennes, grâce à la CCC, de bénéficier d'un accès privilégié aux marchés de la défense et de l'aérospatiale des États-Unis. En 1995-1996, le volume d'affaires a totalisé 639 millions de dollars, soit 28 % de plus que l'année précédente.

La CCC ne cesse d'effectuer des vérifications d'attribution, dans le cadre des divers accords qui la lient au département de la Défense des États-Unis. Ces vérifications consistent à examiner, à analyser et à accréditer les entreprises canadiennes qui peuvent s'associer à des projets entrepris aux États-Unis en tant que sous-traitants de maîtres d'œuvre américains. En 1995-1996, 112 vérifications d'attribution effectuées par la CCC représentaient des possibilités de soumissions d'une valeur de 563 millions de dollars.

FIERTÉ ET PERFORMANCE (Suite de la page I)

plus grand nombre de secteurs industriels et sur plus de marchés que jamais, évolue à la même allure que son marché le plus important, les États-Unis, et a déjà accédé au monde du commerce électronique. Elle établit de nouveaux partenariats avec les banques du Canada et fait appel à ses talents en matière de gestion de contrats pour trouver de nouvelles sources de fonds auprès de ces banques, fonds que les petites entreprises du Canada utiliseront comme fonds de roulement pour leurs ventes à l'exportation.

Le gouvernement du Canada s'est fixé un objectif ambitieux, soit de développer le commerce international. La CCC fait partie intégrante de cet objectif, étant appelée à augmenter le nombre d'entreprises qui réussissent sur le marché des exportations, en particulier les petites entreprises et les entreprises moins connues, et le nombre de marchés où elles font des affaires.

DE NOUVEAUX SERVICES, DES MARCHÉS EN ÉVOLUTION ET DES PROGRAMMES

(Suite de la page III)

(Pour plus d'information sur la manière de procéder pour utiliser le PPP, téléphoner à M. Don Olsen au 1-800-748-8191.)

D'autres programmes d'exportation

En tant que membre à part entière d'Équipe Commerce Canada, la CCC coordonne ses programmes d'aide aux exportateurs canadiens avec ceux d'autres agences commerciales

fédérales et provinciales, d'autres sociétés d'État et d'associations commerciales du secteur privé.

Le Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), qui travaille en étroite collaboration avec la CCC, est une source importante de renvois à la CCC. Les exportateurs qui ont eu de la difficulté à conclure une transaction outre-mer sont souvent mis en rapport avec la CCC par les délégués commerciaux du Canada pour

déterminer si les services de cette dernière peuvent rapprocher le fournisseur et le client.

Dans certains cas, le fait de combiner les services de financement et d'assurance de la Société pour l'expansion des exportation à l'aide et à la garantie d'exécution de contrat de la CCC constitue un atout de plus pour les exportateurs canadiens.

La CCC agit également pour le compte de certaines entreprises en travaillant en étroite collaboration avec divers organismes comme Industrie Canada, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Diversification de l'économie de l'Ouest, et le Bureau fédéral de développement régional, Québec (BFDRQ), qui offrent des programmes d'aide industrielle aux exportateurs canadiens; elle est également associée à divers organismes et ministères provinciaux à vocation commerciale.

Une année sans précédent

(Suite de la page I)

- quelque 11 000 emplois;
- grâce à la CCC, un nombre record de 308 fournisseurs canadiens ont réalisé de nouvelles ventes ou des modifications à leurs contrats existants — au total, plus de 1 000 entreprises canadiennes recourent actuellement à la CCC pour conclure ou parachever des transactions commerciales avec des acheteurs étrangers;
- les petites et moyennes entreprises (PME) représentaient 61 % des clients de la CCC;
- la CCC a fait des affaires avec des acheteurs de 41 pays et de 11 organismes internationaux, chiffres sans précédent;
- la CCC a signé un nombre record de 4 754 contrats et modifications, soit 40 % de plus que l'année précédente;
- la CCC a institué avec succès son Programme de paiements progressifs (PPP), qui permet aux PME d'avoir accès à de nouvelles sources commerciales de préfinancement des coûts de leurs ventes à l'exportation. Durant la première année d'existence du Programme, la CCC a négocié des contrats d'une valeur de 48 millions de \$;
- la CCC a fait un nombre record de 11 000 paiements à des exportateurs canadiens pour les contrats qu'ils avaient négociés avec son aide.

En raison de ses succès, la Corporation devrait continuer de progresser au cours des prochaines années. Elle est déterminée à adapter et à appliquer ses compétences et ses capacités spéciales pour permettre aux fournisseurs canadiens de tirer profit des débouchés de plus en plus nombreux qui s'offrent à eux sur les divers marchés d'exportation du monde, pour les aider à percer de nouveaux marchés et des marchés spéciaux, et pour leur permettre d'y faire des affaires dans de meilleures conditions.

LA CCC EST LÀ POUR AIDER

(Suite de la page IV)

les règlements en matière de contrats en vigueur chez votre client?

Si vous avez répondu « oui » à l'une ou l'autre de ces questions, n'hésitez pas à téléphoner à un des représentants régionaux de la CCC, ou à son siège social d'Ottawa (voir page VII). Les services des experts en contrats de la CCC sont conçus pour régler ces genres de difficultés que peuvent rencontrer les exportateurs sur la quasi-totalité des marchés du monde.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Une porte ouverte sur le marché de l'Amérique latine

L'EXPOCOMER de Panama accueille des acheteurs du monde

PANAMA, PANAMA — Du 5 au 10 mars 1997, des acheteurs internationaux qui visent les immenses marchés des Antilles, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud seront présents ici en grand nombre.

L'occasion est l'EXPOCOMER 97. Les entreprises canadiennes sont invitées à participer à un stand national mis sur pied par l'ambassade du Canada à San José, au Costa Rica.

Manifestation annuelle qui attire des acheteurs du monde entier, l'EXPOCOMER présente les produits d'entreprises de soins médicaux et de soins de santé, ainsi que d'entreprises engagées dans des secteurs tels que les suivants : alimentation, construction, quincaillerie, télécommunications, informatique, fournitures de bureau, textiles, pièces d'automobiles, matériel d'exploitation des mines, lampes, tapis, objets en cristal, bijoux, parfums et cosmétiques.

L'EXPOCOMER de 1996 a attiré 43 720 visiteurs en provenance de 33 pays. Les achats sur place, faits par 21 663 acheteurs, se sont élevés à un total de 76,7 millions de \$US.

On peut obtenir de plus amples renseignements sur l'EXPOCOMER 97 auprès de Mme Céline Boies, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), à Ottawa; tél. : (613) 996-4149, fax : (613) 943-8806.

On peut également obtenir des renseignements auprès de M. Manuel Ruiz, ambassade du Canada, San José, Costa Rica; tél. : (011-506) 296-4149, fax : (011-506) 296-4280.

Salon financier au Koweït

KOWEÏT — On recrute principalement des services d'investissement et des sociétés immobilières pour participer au 4^e salon financier annuel du Koweït (4th Annual Kuwait Money Show) qui se tiendra dans ce pays, du 25 au 28 novembre 1996.

Les entreprises qui ne peuvent déléguer des participants pourront néanmoins faire la promotion de leurs produits et de leurs

services par le moyen de catalogues. Pour leur part, les petites et les moyennes entreprises peuvent partager les coûts d'un stand.

Communiquer avec le représentant canadien officiel du salon, M. Michel D. Lecours, Kuwait-N.A. Development, 1649 Manitou, Laval (Québec); tél. : (514) 686-9205; fax : (514) 628-5553.

Un salon de la Floride branché sur les marchés latino-américain et caraïbe

MIAMI BEACH, FLORIDE — Les entreprises canadiennes des secteurs de l'informatique et de la technologie de l'information désirent explorer les marchés latino-américain et caraïbe n'ont pas beaucoup de pas à faire.

Il leur suffit de participer à COMDEX/HispanoAmerica 96, un salon professionnel qui se déroule en Floride du 4 au 6 décembre.

Pour plus de renseignements, communiquer avec COMDEX; tél. : (617) 433-1500, fax : (617) 444-3322.

Un fabricant québécois de maisons au Japon

(Suite de la page 2)

« C'est à force d'efforts, d'acharnement et de souci du travail bien fait, tout en demeurant à la fine pointe de la technologie, » souligne M. Bonneville, « que notre entreprise est devenue le chef de file sur le marché de la maison préfabriquée au Québec, et le plus important fabricant de maisons usinées au Canada. »

De 12 employés au début, l'en-

treprise en compte plus de 100 aujourd'hui, leur nombre ne faisant que croître avec l'importance grandissante des exportations.

« D'ailleurs, » révèle M. Bonneville, « le contrat avec le Japon va engendrer 50 nouveaux emplois, autre avantage important que comportent les exportations. »

Bonneville, qui avait effectué ses

premières ventes à l'étranger aux États-Unis, est sur le point de conclure des contrats également en Allemagne, en Hongrie et en Argentine.

Pour tout renseignement sur Les Industries Bonneville, communiquer avec le président de la compagnie, M. André Bonneville, tél. : (514) 464-1001, fax : (514) 467-8120.

Le Sommet économique du Caire (Suite de la page 1)

cadre de l'initiative des sommets au Moyen-Orient et en Afrique du Nord (SEMOAN), initiative qui a été conçue en 1991 comme véhicule parallèle à l'appui du processus de paix au Moyen-Orient.

Le but de l'initiative est de mobiliser le secteur public et le secteur privé au niveau régional et international, d'étendre le commerce au-delà des limites territoriales et régionales, et de dégager les intérêts communs de la population et des groupes touchés par le conflit israélo-arabe. Le Canada a été un ardent partisan de l'initiative depuis le premier sommet, qui a eu lieu à Casablanca en 1994. Il a aussi envoyé une délégation de 23 entreprises au Sommet d'Amman en 1995.

Le Sommet est coparrainé par les États-Unis et la Russie et organisé par le Forum économique mondial, qui a son siège à Genève.

L'accent sur les affaires

Le gouvernement d'Égypte a élaboré un programme qui met l'accent sur « les affaires dans la région », avec la possibilité de se renseigner sur de nombreux projets et de rencontrer d'importantes personnalités du monde des affaires. Des discussions sont prévues sur des projets multinationaux et des programmes

de privatisation, et sur les projets proposés au Sommet d'Amman. Par exemple, des discussions en groupe porteront sur des projets multinationaux comme ceux de Taba (Égypte) et d'Elhat (Israël) et celui de la région d'Aqaba (Jordanie), à l'extrémité nord du Golfe d'Aqaba et dans le sud-est de la région méditerranéenne.

Une séance spéciale mettra les participants à jour sur les projets proposés au Sommet d'Amman : réseau électrique régional, exportation de gaz naturel égyptien vers Israël et d'autres pays, construction de ponts et autres travaux d'infrastructure pour relier les diverses parties de la région, projets de centres touristiques le long du Golfe d'Aqaba et de la Mer Rouge.

Des ateliers animés par des experts locaux et des représentants gouvernementaux d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient feront connaître les possibilités d'investissement, les programmes de privatisation et les efforts de libéralisation du commerce des différents pays.

Services de liaison

Pour favoriser des « appariements » et des échanges directs de points de vue entre les participants, toutes les manifestations et toutes les réunions ont lieu au Centre interna-

tional de conférences du Caire (CICC), installation moderne et vaste, capable d'accueillir une conférence de cette envergure.

Le « Centre d'affaires du Canada », au CICC, mettra à la disposition des Canadiens des installations qui leur permettront d'avoir des réunions individuelles avec leurs nouveaux contacts.

Renseignements

Les personnes qui souhaitent se joindre à la délégation du Sommet peuvent communiquer avec le Conseil commercial canado-arabe, fax : (613) 238-7643.

Les projets du Sommet sur l'Internet

Des listes des projets régionaux et nationaux que l'Égypte propose d'examiner au Sommet économique du Caire ont été dressées et sont mises à la disposition des dirigeants d'entreprise qui voudraient les consulter avant le début de la conférence. (Voir le site web du Sommet du Caire <http://192.139.37.103/summit/>)

La SEE contribue à augmenter les exportations canadiennes

(Suite de la page 1)

financier pour étendre notre capacité et prendre plus de risques au nom des exportateurs canadiens. »

Ce montant de 1,5 milliard de \$ porte à plus de 5 milliards de \$ le fonds de financement de la SEE dont peuvent disposer les acheteurs acceptables sur de nouveaux marchés présentant plus de risques.

« Ces nouveaux fonds aideront les exportateurs canadiens à soutenir la concurrence dans ces pays et à y réussir », dit M. Labbé.

Voici les 50 nouveaux marchés : Anguilla, Aruba, le Bangladesh, Belize, la Bolivie, le Brésil, le Costa Rica, la Croatie, Djibouti, la Dominique, l'Équateur, El Salvador,

les îles Malouines, Fiji, le Ghana, le Groenland, le Guyana, le Honduras, le Kazakhstan, le Lesotho, Macao, Malta, Marshall Islands, Mauritius, Micronesia, Montserrat, Namibie, Nauru, Nepal, la Nouvelle-Calédonie, le Panama, la Polynésie française, la Russie, Samoa-Occidentale, les Seychelles, les Îles Salomon, Saint Christopher and Nevis, Saint Kitts, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-et-les-Grenadines, la République slovaque, le Swaziland, les Tonga, les Turks et Caicos, l'Ouganda, l'Ukraine, l'Ouzbékistan, le Viêt-nam, les îles Vierges (britanniques) et le Yémen.

La SEE, qui est une société d'État

autosuffisante sur le plan financier, aide les exportateurs canadiens à soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux en leur fournissant une vaste gamme de services financiers et de services de gestion des risques, y compris l'assurance-crédit, le financement des ventes et des garanties.

Les exportateurs peuvent joindre la SEE, qui a des bureaux à Ottawa, Halifax, Montréal, Toronto, London, Winnipeg, Calgary et Vancouver. Les petits exportateurs (ventes annuelles à l'exportation n'excédant pas 1 million de \$) peuvent appeler l'Équipe des exportateurs en essor de la SEE, au 1-800-850-9626.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

ARABIE SAOUDITE — Le représentant d'une entreprise en Arabie saoudite recherche des fabricants intéressés à conclure un accord de transfert de technologie pour établir une usine de production de liquide pour freins (capacité de 1 500 tonnes), d'eau distillée pour batteries (capacité de 1 000 t) et de liquide pour radiateurs (capacité de 5 000 t). Les Saoudiens assurent le financement à 100 %. Communiquer avec Tahir I. Qureshi, Tiqsons Technologies Inc., 235 Dixon Road, P.O. Box 39228, Toronto M9P 3V2; tél. : (416) 249-8101; fax : (416) 249-4505; Internet : <http://www.tiqsons.com/tiqsons/>

BELGIQUE — Une société belge

voudrait représenter des sociétés canadiennes désirant vendre en Belgique. Les produits recherchés sont des plus variés : vêtements de cuir, bijoux de fantaisie, produits alimentaires, boissons alcoolisées, meubles, appareils ménagers etc. dans la mesure où ils permettent la vente au détail régie par les dispositions réglementaires et lois en vigueur en Belgique. Communiquer avec M.K. Marketing, Stendrich, 59, B-4700 Eupen, Belgique; tél. : 32/87/55.82.01.

BELGIQUE — Une société belge est à la recherche d'exportateurs canadiens d'habits traditionnels et accessoires indiens et western. Communiquer avec M. Blondeaux, Quartier Sentinelle, 335, B-7300

Bossu, Belgique; fax: 32/65/78.10.94.

NÉPAL — Une grande maison d'importation cherche des fabricants canadiens de divers types de savon. Communiquer avec M.P. Shrestha, directeur général, Nepal Electric Trading (P.) Ltd., P.O. Box 5402, Kathmandu, Népal; tél. : 222417; fax : 977-1-227919; télex : 2716 WCSS NP.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une compagnie bien établie sur place désire s'approvisionner en produits adhésifs et décoratifs nouveaux pour vendre sur le marché local. S'adresser à Brett Henderson, Managing Director, Holdfast Manufacturing Ltd., P.O. Box 4206, Hamilton, Nouvelle-Zélande; tél. : (64-7) 847-5540, fax : (64-7) 847-0324.

Les habitations canadiennes au Japon (Suite de la page 3)

tomo, Marubeni, Nissho Iwai, ainsi que d'importants constructeurs d'habitations et entrepreneurs généraux comme Sweden House, Kanematsu, Selco Homes et Tokyu Home.

Expansion du marché

La déréglementation et l'évolution des goûts des consommateurs ont favorisé l'essor du marché de l'habitation importée au Japon ces dernières années. En 1995, les exportations canadiennes d'habitations préfabriquées ont augmenté de 139 %, pour s'établir à 131 millions de \$ CAN. Tout porte à croire qu'elles progresseront du double cette année encore.

La même tendance semble se dégager pour un large éventail de produits du secteur canadien de l'habitation, par exemple les fenêtres, les portes, les revêtements de sol et les escaliers. Même des fabricants canadiens de produits comme des accessoires de salles de bains, des échangeurs de chaleur et des systèmes d'aspirateur central commencent à s'établir sur le marché.

Suivre le courant

Les charpentes de bois de style nord-américain ont gagné en popularité au Japon l'an passé quand le tremblement de terre survenu à Kobe a démontré la résistance supérieure des habitations construites sur ces charpentes.

Les consommateurs et les constructeurs d'habitations ont commencé à porter une plus grande attention aux nombreuses autres caractéristiques des habitations construites à l'aide de poutres de 2 po sur 4 po (meilleure isolation, durabilité, flexibilité et rapidité de construction) et aux modèles d'habitation de style nord-américain.

En 1995, la construction d'habitations utilisant des poutres de deux pouces sur quatre s'est accrue de 15 %, le nombre de ces nouvelles habitations s'établissant à 74 000. Au premier semestre de 1996, elle a augmenté de 36,4 % par rapport au chiffre enregistré à la même période en 1995.

À titre de comparaison, les mises en chantier globales, qui s'établissaient à 1,47 million en 1995, se sont accrues de 9 % pendant les six

premiers mois de 1996.

Des entreprises canadiennes étaient là pour tirer parti de cet engouement. Outre les 29 membres du programme Canada Comfort Direct de la British Columbia Trade Development Corporation, plus de 120 fabricants canadiens de produits finis ou semi-finis pour la construction d'habitations exportent désormais avec succès vers le Japon.

Personnes-ressources

Les entreprises qui souhaitent obtenir plus de renseignements sur le marché de l'habitation au Japon peuvent communiquer avec M. Doug Bingeman, Direction du Japon, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Ottawa; tél. : (613) 995-1678, fax : (613) 943-8286.

On peut aussi se renseigner directement auprès de M. François Rivest, ambassade du Canada, Tokyo, Japon; tél. : (011-81-3) 3408-2101, fax : (011-81-3) 3470-7280/3479-5320.

PUBLICATIONS


**Guides commerciaux :
Lettonie, Estonie, Lituanie**

Au cours de l'année écoulée, un certain nombre d'exportateurs canadiens, dont plus de 20 sociétés canadiennes de matériaux de construction, ont découvert de nouveaux marchés d'exportation dans les États baltes de la Lettonie, de l'Estonie et de la Lituanie.

Afin d'aider les nouveaux exportateurs, l'ambassade du Canada (auprès des pays baltes) à Riga, en Lettonie, a produit trois guides sur la façon de faire des affaires dans chacun des États baltes.

Les guides contiennent des renseignements utiles sur une gamme de questions d'intérêt pour les exportateurs et les investisseurs éventuels.

Pour de plus amples renseignements commerciaux sur cette région, ou pour obtenir une copie des guides, communiquer avec M. Jacob Kunzer, ambassade du

Canada, Riga, Lettonie; tél. : 371-783-0141; fax : 371-783-0140.

**Le marché mexicain de
l'électronique à l'étude**

Le nouveau consulat du Canada à Guadalajara a commandé une étude sur les débouchés considérables qu'offre le Mexique aux sociétés canadiennes spécialisées en électronique. Bien que l'étude porte surtout sur le secteur des technologies de l'information de Guadalajara, on y trouve un bref aperçu des activités de l'industrie de l'électronique dans d'autres régions du pays.

Pour renseignements ou pour un exemplaire de l'étude de marché, s'adresser au consulat du Canada, Hotel Fiesta Americana, local 31; Aurelio Aceves 225, Sector Juárez, 44100 Guadalajara, Jalisco, Mexique, tél. : (011 52 3) 615-6270/6266/6215; fax : (011 52 3) 615-8665.

**Rapport sur le blé en
Égypte**

L'Égypte, qui a pour politique l'autosuffisance en matière de production du blé (politique réalisée à 55 %, en 1995), a aussi importé, en 1995, un volume record de 6 320 tonnes métriques de cette céréale, ce qui révèle qu'il existe toujours un marché pour le blé. En 1995, le Canada, dont le marché du blé est très évolué et très concurrentiel, a exporté 42 000 tonnes métriques de blé à l'Égypte. Ces faits et d'autres renseignements (les modifications tarifaires et les obstacles non tarifaires, la commercialisation, les activités des concurrents, les règlements phytosanitaires) se trouvent dans la publication *The Egyptian Wheat Report*, qu'on peut se procurer auprès de l'ambassade du Canada, au Caire; tél. : (011-20-2) 354-3110; fax : (011-20-2) 354-7659.

Réussites de produits canadiens de construction

(Suite de la page 4)

tobre 1995, la société a noué des liens avec SG Kai, un important groupe d'entrepreneurs généraux du Japon. Au début de 1996, lorsque des représentants du groupe sont venus rencontrer des cadres de la société, ils ont commandé sur le champ sept conteneurs d'échangeurs de chaleur. Communiquer avec : M. Roger M. Johnson, vice-président, ventes et commercialisation, tél. : (519) 457-1904; fax : 1-800-494-4185.

**Douglas Manufactured Homes
Ltd. (Delta, C.-B.)**

Toute la production de maisons préfabriquées de cette société de la côte Ouest est exportée vers le Japon et la Corée. Par suite de l'emballement de la demande, la société est démenagée dans des locaux plus grands. Communiquer avec : M. Mark Ando, président, tél. : (604) 940-5555; fax : (604) 940-4500.

**Nu-Fab Building Products
(Saskatoon, Saskatchewan)**

La société a rencontré des représentants du groupe SG Kai, il y a deux ans. Elle vend actuellement quelque 300 maisons par an aux membres de SG Kai et, récemment, elle a inauguré une seconde usine dans le but de doubler sa capacité de production. Communiquer avec : M. Russell Muzyka, président, tél. : (306) 244-7119; fax : (306) 244-0553.

**AAB Building System Inc.
(Cobourg, Ontario)**

AAB Building System Inc. est le fabricant du principal système de coffrages isolés de l'industrie. En 1994, AAB a signé un contrat avec SG Kai afin de fournir cette technologie au Japon. Par suite d'une modification récente de la réglementation, les sous-sols prennent de plus en plus de vogue au Japon. Le système de coffrages de AAB constitue, pour l'industrie japonaise de la construc-

tion, une méthode rentable permettant de répondre à cette demande. Communiquer avec : AAB Building System Inc, tél. : (905) 373-0004; fax : (905) 373-8301.

**Maple Homes Canada
(Richmond, C.-B.)**

En 1989, M. Brad Grindler, président, a fondé cette petite société qui exporte toute sa production, après avoir travaillé quatre ans au Japon. Son chiffre d'affaires est passé de 115 464 \$ à 8,7 millions de \$ entre 1990 et 1995, soit une augmentation de 7 409 %. Ce fournisseur de produits de construction et de maisons préfabriquées a été présenté dans la revue *Profit 100* (numéro de juin 1996) comme la deuxième société au Canada qui croît le plus rapidement. Maple vend maintenant en Allemagne, Corée et Chine. Communiquer avec : M. Brad Grindler, président, tél. : (604) 273-2955; fax : (604) 273-1053.

AU CALENDRIER
Expansion des marchés en Chine

SHANGHAI, CHINE — Considérée comme la réunion de l'année du Conseil des gens d'affaires Canada-Chine, l'Assemblée générale annuelle des membres (AGAM) et le Congrès d'orientation du Conseil des gens d'affaires Canada-Chine, auront lieu à Shanghai, du 24 au 27 novembre 1996.

Points d'intérêt

Les groupes de discussion se pencheront sur les plus récentes tendances de l'économie chinoise, les nouveaux modes de financement des projets et l'évolution récente de la politique fiscale et réglementaire du gouvernement chinois. Ils s'intéresseront également de façon particulière à deux secteurs clés, soit les transports et la construction.

La place importante qui sera faite au delta du fleuve Yangtze fera

ressortir les débouchés qu'offre ce marché de plus en plus prospère de 193 millions de personnes, avec Shanghai comme plaque-tournante.

Pour la première fois, les participants à l'AGAM se rendront dans la ville de Suzhou (décrite récemment dans Asia Week comme une oasis de productivité dans le chaos dans lequel est plongée l'économie à croissance la plus rapide au monde) pour y rencontrer le maire et visiter le parc industriel Singapour-Suzhou. Des experts les entretiendront également des mérites de Shanghai et de Hong Kong en tant que portes d'entrée sur la Chine.

L'AGAM de 1996 sera une occasion de renforcer la volonté du Canada de faire croître le marché chinois, de célébrer une réussite commerciale qui ne cesse de grandir, et d'aider les entreprises

canadiennes à trouver, sur les marchés dynamiques du delta du fleuve Yangtze, des emplois pour aujourd'hui, demain et l'avenir.

Coordonnées du Conseil

Pour s'inscrire ou pour obtenir plus d'information sur l'Assemblée générale annuelle des membres et le Congrès d'orientation du Conseil des gens d'affaires Canada-Chine, communiquer avec le Conseil; tél. : (416) 954-3800, fax : (416) 954-3806, courrier électronique : ccbc@istar.ca

Les services

TORONTO — 17 octobre 1996.

Les entreprises, les gens d'affaires et les juristes canadiens, qui travaillent activement ou souhaitent travailler activement à la prestation de services à l'étranger, constituent l'auditoire cible de l'**International Trade in Services : New Opportunities for Canadian Companies and Commercial Lawyers**. Les services représentent actuellement quelque 22 % du commerce mondial et plus de 1 billion de \$ US en exportations à l'échelle de la planète. Le programme, parrainé par l'Association du Barreau canadien-Ontario (ABCO), comprend des allocutions de trois conférenciers qui partageront leur expérience et les leçons qu'ils ont retenues, en ce qui concerne la prestation de services de télécommunications aux États-Unis, de services d'assurances en Chine, en Indonésie et dans la région Asie-Pacifique, et de services professionnels en Amérique du Nord. Pour obtenir formulaires d'inscription et renseignements sur les coûts, ou autre, communiquer avec l'ABCO, à Toronto, tél. : 1-800-668-8900 ou (416) 869-1233, fax : (416) 869-1390.

Réussir et survivre sur le marché chinois

HULL (QUÉBEC) — 18 octobre - 10 novembre 1996 — Comment survivre et réussir sur un marché chinois de 1,2 milliard de consommateurs (Thrive and Survive in China Market Program) : voilà ce que les petites, les moyennes et les grandes entreprises apprendront en deux fins de semaine intensives dans un programme mis au point par des spécialistes universitaires, des gens d'affaires et des diplomates et agents commerciaux chevronnés.

Commerce international et diplomatie — le marché chinois (International Business Diplomacy for the Chinese Market-Place) est plus qu'un service d'appariement. Comme disent les organisateurs : « C'est un guide d'initiation accélérée aux embûches culturelles qui guettent ceux qui veulent faire des affaires en Chine — par exemple, on montre comment découvrir qui est responsable, quand dire oui et quand dire non, comment faire des affaires dans un cadre légal complexe. »

En plus d'avoir l'occasion d'élaborer leur propre plan d'entreprise en vue de pénétrer le marché chinois, les entreprises auront aussi accès aux données les plus récentes sur les tendances des marchés, les débouchés commerciaux et les contacts en Chine.

Le programme a été conçu et est administré conjointement par la School of Continuing Studies de l'Université de Toronto et par l'Institut canadien du service extérieur, avec une forte contribution et un fort appui du Conseil commercial Canada-Chine. Il sera offert les fins de semaine des 18, 19 et 20 octobre et des 8, 9 et 10 novembre; les frais d'inscription sont de 1 850 \$.

Pour tout renseignement, communiquer avec le bureau des inscriptions, Université de Toronto, School of Continuing Studies, 158 St. George Street, Toronto M5S 2V8; tél. : (416) 978-2400; fax : (416) 978-6666; courrier électronique : constud.registrar@scs.utoronto.ca; Web : http://www.utlink.utoronto.ca/scs/

AU CALENDRIER

Le Congrès mondial de la conservation

MONTREAL — 13-23 octobre — Le Congrès mondial de la conservation sera le plus grand événement du genre jamais tenu au Canada dans le domaine de la conservation et du développement durable. Organisé par Parcs Canada en collaboration avec l'Union mondiale pour la nature (IUCN), le Congrès réunira des représentants des secteurs public et privé venant de plus de 130 pays. Plus de 2 000 délégués et plusieurs centaines d'observateurs canadiens devraient participer aux divers ateliers et séances prévus dans le cadre du Congrès.

Plus de 150 exposants y présenteront des mé-

thodes, techniques et solutions aptes à favoriser la conservation et l'exploitation durable des ressources dans le respect des impératifs économiques, environnementaux et sociaux. Le programme du Congrès prévoit la tenue d'un certain nombre d'ateliers présidés par des sommités mondiales telles Maurice Strong et Stephan Schmidheiny.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Alain Dufresne, tél. (514) 288-7970.

CanadExport disponible sur courrier électronique

Les lecteurs ayant accès au courrier électronique Internet peuvent maintenant recevoir directement les articles de *CanadExport* par courrier électronique Internet.

Pour s'abonner à la version courrier électronique, ils n'ont qu'à soumettre le formulaire d'abonnement disponible sur le site web (<http://www.dfait-maeci/français/news/newsletr/canex>) ou envoyer un message par courrier électronique Internet à canadexport-request@lists.dfait-maeci.gc.ca en inscrivant uniquement le terme « **subscribe** » dans le corps du message. Ne rien inscrire sur la ligne « subject ». L'abonnement au courrier électronique sera envoyé à l'adresse « From: » du message; il doit donc être expédié à partir du poste habituel de courrier électronique de l'abonné.

Nous demandons aux lecteurs de nous faire parvenir par la *poste* ou par *télécopieur*, au plus tard le **1^{er} novembre 1996**, le formulaire de réabonnement ci-contre. Ceux qui ne veulent plus être abonnés à la version imprimée n'ont pas à nous envoyer ce formulaire, mais leur réponse nous serait utile à des fins statistiques.

FORMULAIRE DE RÉABONNEMENT

Numéro d'abonné : _____

Nom : _____

Organisme : _____

Adresse : _____

Ville : _____ Province : _____

Code postal : _____

Tél. : _____

Fax : _____

Courrier électronique : _____

Continuez de m'envoyer la version imprimée en
_____ Anglais _____ Français

Ne m'envoyez plus la version imprimée; je préfère :

visiter votre site web

m'abonner à votre version courrier électronique

Retourner le formulaire par FAX au (613) 992-5791,
ou par COURRIER à l'adresse ci-dessous.

INFOCENTRE

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

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



POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canadian Post Corporation
Postage paid / Postage-Paid

NBRE BLK

2488574

OTTAWA