

Contrats à conclure

## Mission commerciale en Afrique subsaharienne : programme

### Dans ce numéro

- 3 Cherchez-vous des renseignements sur les visites?
- 4 Mission en aérospatiale au Japon prête à décoller  
Soutien aux exportateurs vers la Chine
- 5 La commercialisation aux États-Unis : guide pour artisans
- 6 CCC : le monde des contrats
- 7 Le marché des énergies renouvelables au R.-U.
- 8 Foires et missions commerciales/Conférences

**T**el qu'indiqué dans le dernier numéro, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, dirigera une mission commerciale en **Afrique du Sud, au Nigéria et au Sénégal du 15 au 26 novembre prochain.** Cet article-ci offre un bref aperçu du programme prévu dans chaque pays, ainsi qu'un exemple d'une société canadienne qui a remporté des contrats dans ces marchés et d'autres de la région.

### Programme de la mission

La mission mettra en lumière les occasions d'affaires et les possibilités d'investissement offertes aux entreprises canadiennes, et servira à faire avancer les objectifs de

politique commerciale du Canada dans les pays visités. Dans chaque ville, le programme comprendra :

- Des colloques généraux et sectoriels animés par des experts de la région et des séances d'information données par des délégués commerciaux du Canada, qui porteront sur les tendances, le contexte commercial et les débouchés du marché ainsi que les obstacles à surmonter pour exercer des activités dans la région.
- Des activités d'accueil et de réseautage conçues pour permettre aux Canadiens de rencontrer les gens d'affaires et les représentants des gouvernements locaux

*voir page 2 — Débouchés*

### Protocole de coopération France-Canada

## Bon coup de pouce aux investissements



De gauche à droite : MM. Jean Saint-Jacques, ministre conseiller, et Ian McLean, ministre plénipotentiaire, ambassade du Canada à Paris; M<sup>me</sup> Ariane Obolensky, présidente du Directoire de la BDPME; M. Jean-Charles Roher, ministre conseiller, ambassade de France, Ottawa; M. Dominique André, sous-directeur, BDPME; et M. Jean-Yves Dionne, conseiller (Investissements), ambassade du Canada à Paris.

*voir l'article page 2 — Coopération*

## Débouchés en Afrique — suite de la page 1

ainsi que d'autres Canadiens vivant et faisant des affaires en Afrique.

- Des rencontres individuelles avec les délégués commerciaux du Canada dans la région, qui donneront aux participants l'occasion de discuter de points précis concernant le marché africain.
- Une attention spéciale sera accordée aux besoins en financement des entreprises canadiennes désireuses de faire des affaires en Afrique.
- Des délégués commerciaux viendront de toutes les régions de l'Afrique pour discuter des occasions d'affaires qui existent dans leurs marchés et rencontrer les participants individuellement.

### Cas de réussite

Voici un exemple d'une société canadienne

qui a réussi à percer sur le marché africain. On en trouvera bien d'autres sur l'internet, en cliquant sur [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca)

**Positron Public Safety Systems Inc.**, Montréal (Québec) — À Montréal, on compose le 9-1-1. À Cape Town, le 1-0-7. Mais les deux numéros permettent de joindre un centre d'urgence conçu par les mêmes experts canadiens.

En 2000, Positron, de concert avec le Cape Metropolitan Council (Conseil métropolitain du Cap), ont établi un centre d'appels d'urgence à Cape Town, la première ville en Afrique du Sud à utiliser le numéro d'urgence 1-0-7. Depuis lors, le gouvernement sud-africain a travaillé à garantir l'accès à des fournisseurs de sécurité publique et à voir à ce que ces fournisseurs réagissent de manière efficace.

Le Centre d'urgence a été bien accueilli, non seulement en raison de la qualité du service qu'il fournit, mais aussi à cause de son engagement envers des programmes

de formation et de perfectionnement des compétences, et du recrutement de personnes auparavant défavorisées.

Positron n'a que des éloges envers le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada dans le monde entier. « Les ambassades du Canada nous ont toujours fourni un appui remarquable, » de dire le président du Développement des affaires internationales de l'entreprise, M. José Luis Menghini. « Je recommande toujours à nos employés à l'étranger de demander conseil au SDC de l'ambassade ou du haut-commissariat de l'endroit pour vérifier des renseignements cruciaux et régler des problèmes de tous ordres, par exemple établir la fiabilité de partenaires éventuels, résoudre des questions juridiques, éviter certains pièges et déceler des frais d'exploitation cachés. »

**Pour de plus amples renseignements** sur la mission, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada du MAECI, tél. : **(613) 944-2520**, téléc. : **(613) 996-3406**, courriel : [team-equipecanada@msn.com](mailto:team-equipecanada@msn.com) internet : [www.tcm-mec.gc.ca](http://www.tcm-mec.gc.ca) \*

## Coopération France-Canada

— suite de la page 1

La Canada et la France viennent de signer, à la fin du mois dernier à Paris, un protocole de coopération en faveur des PME françaises ayant un projet d'implantation ou d'exportation au Canada.

Le protocole s'insère dans le cadre de plusieurs années d'efforts bilatéraux visant à favoriser l'implantation d'entreprises canadiennes en France ainsi qu'à promouvoir les investissements français au Canada (la France est le troisième investisseur au Canada, avec plus de 23 milliards de dollars d'investissement).

En contrepartie, le protocole, signé avec la Banque de Développement des Petites et Moyennes Entreprises (BDPME) de France, donne accès pour le Canada au réseau d'une quarantaine de centres bancaires de la BDPME à travers la France. En outre, il positionne le Service commercial et économique de l'ambassade du Canada à Paris auprès des PME françaises, permettant ainsi à l'ambassade

de mieux cibler son programme de promotion des investissements.

La signature venait couronner la Journée du Canada, organisée par le Centre Français de Commerce Extérieur et le Sénat, dont le thème était : « Un pays discret, mais prospère : portail vers les Amériques ». Dans le cadre de cette journée fort réussie (selon le témoignage de plusieurs investisseurs éventuels français), plus de 170 personnes des milieux de l'industrie des deux pays, de services aux entreprises, de chambres de commerce et d'industrie et de représentants des gouvernements français et canadiens ont pu entendre des témoignages de la solide performance de l'économie canadienne et du grand attrait du Canada auprès des investisseurs étrangers.

**Pour tout renseignement**, communiquer avec l'ambassade du Canada à Paris, Section commerciale, courriel : [paris-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:paris-td@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.amb-canada.fr](http://www.amb-canada.fr) \*



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

Cliquez... et tirez parti de  
nos services au

[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

Grâce à ses quelque 500 agents en poste dans 140 villes du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada aide des milliers d'entreprises à percer sur les marchés étrangers. Voici le quatrième d'une série d'articles qui vous présenteront plus en détails les services de base que le Service des délégués commerciaux offre aux gens d'affaires canadiens.



Vous vous rendez à l'étranger pour rencontrer de nouveaux acheteurs?

## Demandez-nous des Renseignements concernant les visites

**P**our tout entrepreneur qui souhaite faire des affaires dans un nouveau marché, il n'y a rien comme rencontrer ses futurs partenaires en personne. Le Service des délégués commerciaux recommande fortement aux gens d'affaires de visiter en personne le nouveau marché qu'ils souhaitent exploiter. En fait, il est essentiel de se rendre sur un marché-cible à plusieurs reprises afin de cimenter ses relations d'affaires. Peu importe le nombre d'appels téléphoniques, de télécopies, de lettres et de courriels que vous adressez, vous constaterez que, pour réussir en affaires sur la scène internationale, rien ne vaut une poignée de main chaleureuse.



### De quelles autres façons les Renseignements concernant les visites peuvent-elle m'aider?

Les délégués vous donneront des conseils pratiques et partageront avec vous leurs connaissances des coutumes et des pratiques commerciales locales, ainsi que les règles d'étiquette. Ils vous recommanderont également des services locaux, dont des hôtels; des services d'affaires; des interprètes et traducteurs; et des transporteurs locaux.

### Les délégués en poste à l'étranger s'occuperont-ils de mes réservations?

Non. Les délégués commerciaux ne préparent pas d'itinéraires, n'agissent pas à titre de guides touristiques et ne fournissent pas d'appui logistique. Bien que les délégués commerciaux ne soient pas en mesure de vous offrir des salles pour vos rencontres avec vos contacts d'affaires dans la région, ils peuvent vous transmettre les coordonnées de fournisseurs locaux réputés afin que vous puissiez prendre des arrangements avec eux.

### Quels renseignements dois-je fournir aux délégués en poste à l'étranger?

Au moment où vous communiquerez avec un délégué commercial en poste à l'étranger, vous devrez être en mesure de fournir des réponses claires aux questions suivantes :

- Quand projetez-vous effectuer un voyage d'affaires dans le pays du marché-cible?
- Prévoyez-vous adapter la documentation sur vos produits ou services en fonction de ce marché?
- Quels objectifs d'affaires souhaitez-vous atteindre en visitant votre marché-cible?

### Où puis-je obtenir de plus amples renseignements sur les voyages d'affaires à l'étranger?

Dois-je obtenir un visa afin de me rendre dans mon marché-cible? Des vaccins me sont-ils nécessaires? Vous pouvez obtenir facilement des réponses à ces questions et bien d'autres renseignements sur les voyages d'affaires à l'étranger par l'entremise des Services consulaires du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

Pour recevoir les plus récents conseils et avertissements concernant la destination de votre choix, nous vous invitons à visiter le site du MAECI au [www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca). Les Services consulaires proposent des publications qui aident les Canadiens à voyager en toute sécurité ainsi que des conseils sur plus de 220 pays du monde.



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

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

CanadExport

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

CanadExport est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des services de communications (BCS).

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec CanadExport au **(613) 992-7114**. Pour la version courriel, 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

Attachez vos ceintures!

## Mission commerciale en aérospatiale au Japon

L'industrie aérospatiale canadienne sera à Tokyo du 16 au 21 février 2003 pour une mission commerciale dirigée par le ministre des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en collaboration avec l'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC) et Industrie Canada.



Cette mission, annoncée à l'occasion de la récente assemblée générale de l'AIAC à Ottawa, va profiter de la progression du nombre de partenariats formés par des entreprises canadiennes et japonaises dans le secteur de l'aérospatiale. En même temps, la mission va aider les entreprises canadiennes à profiter des débouchés qui se créent dans un secteur japonais de l'aérospatiale dont la valeur atteint 12 milliards de dollars.

En février 2002, une grosse délégation japonaise est venue en visite au Canada;

elle était dirigée par le ministre japonais de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie et par la Société des entreprises aérospatiales du Japon. La délégation, qui comprenait plus de deux douzaines de grands fabricants japonais dans l'aérospatiale, a participé à un symposium à Montréal avant de visiter certains sites à Montréal, Toronto et Winnipeg. Les Japonais sont repartis très impressionnés par la qualité et le nombre des entreprises canadiennes.

Après cette mission, les Japonais ont exprimé leur désir d'explorer la possibilité

d'une collaboration plus poussée avec l'industrie canadienne, message qui a été renouvelé au Japon comme au récent salon aéronautique de Farnborough, au Royaume-Uni.

Les participants à la mission au Japon en février prochain pourront rencontrer les représentants de l'industrie japonaise de l'aérospatiale et leur faire connaître leurs capacités, soit un auditoire constitué de représentants aussi bien de l'État que de l'industrie. Ils pourront aussi visiter un certain nombre d'installations du domaine de l'aérospatiale dans tout le Japon, où ils pourront explorer plus en profondeur l'éventuelle formation de partenariats.

**Pour plus de renseignements** sur la mission commerciale, communiquer avec M. David Moroz, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2974, courriel : david.moroz@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka

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

## Faire des affaires en Chine

### Soutien aux exportateurs

Si votre entreprise cible le marché chinois, le Conseil commercial Canada Chine, l'Association commerciale Hong Kong-Canada, et la Chambre de commerce canadienne à Hong Kong sont là pour vous aider.

#### Conseil commercial Canada Chine (CCCC)

Le CCCC est une association mutuelle du secteur privé qui collabore depuis 25 ans avec des entreprises du Canada et de la Chine dans le but d'accroître les échanges commerciaux et les investissements entre les deux pays. Le CCCC, dont le personnel est réparti dans deux bureaux au Canada (Toronto et Vancouver) et dans cinq bureaux en Chine (Beijing, Chengdu, Qingdao, Shanghai et Shenzhen), est fin prêt à aider les entreprises canadiennes à élaborer leurs stratégies de pénétration du marché chinois.

**Pour obtenir des renseignements supplémentaires** concernant le CCCC

et les avantages dont jouissent ses membres, communiquer avec M<sup>me</sup> Kai Xing, directrice principale du développement des relations d'affaires du CCCC, courriel : [ccbc@ccbc.com](mailto:ccbc@ccbc.com) internet : [www.ccbc.com](http://www.ccbc.com)

#### Association commerciale Hong Kong-Canada (ACHKC)

L'ACHKC, une association à but non lucratif fondée en 1984, favorise les activités commerciales et économiques entre le Canada et Hong Kong, et dans l'ensemble de la région Asie-Pacifique. L'importance et l'utilité de l'ACHKC se sont accrues depuis que Hong Kong est une zone administrative spéciale de la Chine. Principale association commerciale bilatérale au Canada, l'ACHKC est établie dans huit villes canadiennes, soit



Vancouver, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

**Pour des renseignements supplémentaires**, communiquer avec l'ACHKC, tél. : (416) 368-8277, téléc. : (416) 368-4321, courriel : [national@hkcbca.com](mailto:national@hkcbca.com) internet : [www.hkcbca.ca](http://www.hkcbca.ca)

#### Chambre de commerce canadienne à Hong Kong (CCCHK)

La CCCHK veille aux intérêts de ses membres et transmet leurs points de vue aux décideurs de l'industrie et du gouvernement de Hong Kong, du Canada et de la Chine. Elle s'efforce ainsi de maintenir et d'améliorer continuellement un milieu de travail qui favorise le commerce, facilite l'apprentissage et permet à ses membres de mieux échanger leurs idées et exprimer leurs préoccupations.

**Pour des renseignements supplémentaires**, communiquer avec la CCCHK, tél. : (011-852) 2110-8700, téléc. : (011-852) 2110-8701, courriel : [canada@cancham.org](mailto:canada@cancham.org) internet : [www.cancham.org](http://www.cancham.org)

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) puis cliquer sur la rubrique « Pleins feux sur la Chine et Hong Kong ».)

Octobre 2002

LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

## Prix d'excellence à l'exportation canadienne

2002



# Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2002



**A**u nom du gouvernement du Canada, je suis très heureux de remettre les Prix d'excellence à l'exportation canadienne pour l'année 2002 à dix entreprises canadiennes dont la performance exceptionnelle a aidé le Canada à demeurer un chef de file dans l'arène du commerce international. Ces entreprises, petites et grandes, sont nos ambassadrices à travers le monde et présentent le Canada comme une nation axée sur les idées, l'innovation et les compétences. Symbole de notre réussite à l'étranger, elles contribuent pour beaucoup

à la santé de notre économie. Ces exportateurs de premier plan créent des emplois et, par leur succès, renforcent tant notre économie nationale que leurs collectivités, permettant aux citoyens de bâtir une société solide. Je félicite la direction de même que le personnel dévoué de toutes les entreprises lauréates. Je tiens à rendre hommage aux lauréats dont le travail acharné est une source d'inspiration pour tous les Canadiens.

**Pierre S. Pettigrew, ministre du Commerce international**

## DECODE Entertainment Inc.

- Toronto (Ontario)
- Neil Court, associé
- **Prix Succès pour petit exportateur**



**D**ECODE Entertainment est l'une des entreprises de production les plus innovatrices et les plus prospères au monde dans le domaine du divertissement destiné aux enfants et aux jeunes. Abritant certains des meilleurs talents du Canada, DECODE crée, produit et distribue des séries télévisées reconnues à l'échelle internationale comme Angela Anaconda et The Zack Files, ainsi que des projets Web interactifs. L'entreprise, qui a remporté des prix, offre ses produits dans plus de 40 pays un peu partout dans le monde.

[www.decode.tv](http://www.decode.tv)

## Fincentric Corporation

- Richmond (Colombie-Britannique)
- Mike Cardiff, président et chef de la direction
- **Prix d'excellence pour l'ensemble de ses réalisations**

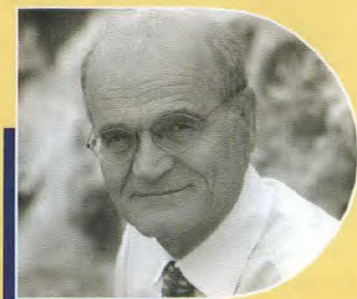


**F**incentric Corporation est un fournisseur international de technologie bancaire et de services de gestion de patrimoine. Fondée en 1984, cette entreprise innovatrice a reconnu très tôt l'importance de la gestion de patrimoine pour le secteur financier et est aujourd'hui un chef de file, offrant des solutions logicielles Web à environ 300 clients dans des établissements financiers à l'échelle mondiale. Les alliances stratégiques de l'entreprise l'ont aidée à percer les marchés des États-Unis, de l'Afrique du Sud et de l'Asie.

[www.fincentric.com](http://www.fincentric.com)

## ZENON Environmental Inc.

- Oakville (Ontario)
- Andrew Benedek, président-directeur général
- **Entreprise exportatrice de l'année**



**Z**ENON Environmental Inc. gagne à sa cause les environnementalistes et les investisseurs avec ses produits de filtration sur membrane technologiquement avancés, qui améliorent la salubrité et la qualité de l'eau. ZENON se spécialise dans une méthode de traitement de l'eau n'utilisant pas de produits chimiques qui est appelée la filtration sur membrane. Au cours des trois dernières années, ZENON a percé de nouveaux marchés en Asie, en Australie et en Europe de l'Est, en procédant à des milliers d'installations dans plus de 30 pays, tout en contribuant à protéger l'approvisionnement mondial en eau.

[www.zenonenv.com](http://www.zenonenv.com)

## General Motors Defense

- London (Ontario)
- William Pettipas, directeur exécutif



**G**eneral Motors (GM) Defense, un des principaux fabricants de véhicules blindés légers au monde, répond aux besoins de certains des clients militaires les plus exigeants de la planète. L'entreprise, qui a obtenu en 2001 des contrats d'exportation d'une valeur de 4 milliards de dollars et un contrat très important avec l'armée américaine, s'est imposée comme un géant de l'exportation. Le nouveau contrat conjoint d'une valeur de 6 milliards de dollars, qui prévoit la fabrication au Canada de véhicules blindés pour l'armée américaine, constitue le plus important que l'entreprise ait jamais conclu.

[www.gm-defense.com](http://www.gm-defense.com)

## H. Fontaine Itée

- Magog (Québec)
- André Fontaine, président exécutif



**G**âce à ses bureaux partout dans le monde, H. Fontaine est devenue un chef de file dans la gestion efficace de l'eau. Cette entreprise familiale conçoit et fabrique des vannes de contrôle utilisées par les centrales hydroélectriques et les usines de traitement des eaux usées. Les succès qu'elle remporte sur les marchés internationaux s'expliquent en bonne partie par son innovation et son savoir-faire environnementaux de calibre mondial. De la péninsule arabe à l'Amérique latine, les exportations vers les marchés étrangers représentent 80 p. 100 du total des ventes.

[www.hfontaine.com](http://www.hfontaine.com)

## Lacent Technologies Inc.

- Edmonton (Alberta)
- Ron Gilbertson, président et chef de la direction



**L**acent Technologies est une entreprise manufacturière à la fine pointe de la technologie. Cette société entreprenante conçoit et fabrique des systèmes avancés de découpe rapide par laser qui sert à couper les tissus et autres matériaux utilisés dans l'industrie automobile et l'industrie des textiles à usages techniques. En l'espace de six ans seulement, Lacent est passée d'une jeune entreprise technologique à un exportateur international, dont la clientèle est formée entre autres des fournisseurs des sociétés Honda et Levi Strauss.

[www.lacent.com/Lacent\\_Main.htm](http://www.lacent.com/Lacent_Main.htm)

## Lotek Wireless Inc.

- St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)
- Jim Lotimer, président
- **Prix Succès pour innovation et progrès technologiques**



**L**otek Wireless est un des grands innovateurs dans la conception et la fabrication de systèmes de surveillance du poisson et de la faune. Qu'il s'agisse de suivre des éléphants en Afrique ou des pingouins dans l'Antarctique, cette entreprise de technologie d'avant-garde se distingue par l'exportation de systèmes de surveillance qui utilisent des dispositifs électroniques conçus pour fonctionner dans des conditions difficiles. Un mariage de compétence technique et de dépenses en R-D s'est traduit par des ventes importantes dans 38 pays.

[www.lotek.com](http://www.lotek.com)

## NSI Global Inc.

- Pointe-Claire (Québec)
- David Ben-David, président et chef de la direction
- **Prix Succès pour la réussite sur les marchés difficiles**



**F**ondée en 1990, NSI Global est reconnue depuis longtemps dans l'industrie des télécommunications à large bande. NSI a déjà commencé à percer le marché en pleine croissance de la gestion à distance des actifs. Cette technologie permet aux entreprises de surveiller leurs installations et leur matériel industriel, comme les têtes de puits de pétrole et les camions. Le ministère chinois des Chemins de fer et PetroChina figurent parmi les principaux clients de NSI. En 2001, l'entreprise a vu ses recettes d'exportation s'accroître de façon spectaculaire de 200 p. 100.

[www.nsiglobalinc.com](http://www.nsiglobalinc.com)

**SMART Technologies Inc.**

- Calgary (Alberta)
- Nancy Knowlton, présidente, directrice de l'exploitation et cofondatrice

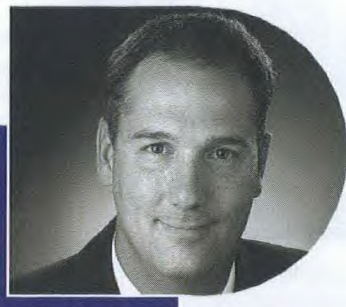


**S**MART Technologies est un chef de file du marché international; la société élabore des produits destinés à aider les gens à se réunir, à enseigner, à fournir de la formation et à donner des présentations, qu'ils se trouvent dans une même salle ou dans des endroits éloignés. Cette entreprise de technologie innovatrice a lancé son premier tableau blanc interactif, le SMART Board<sup>™</sup>, en 1991. Des alliances stratégiques et des investissements en R-D ont permis à SMART de vendre ses produits aux entreprises, aux gouvernements et aux éducateurs de toutes les régions du monde.

[www.smarttech.com](http://www.smarttech.com)

**Spielo**

- Moncton (Nouveau-Brunswick)
- John Manship, directeur général
- **Prix Succès en création d'emplois**



**E**n l'espace de 12 ans seulement, le fabricant de produits de jeu Spielo est passé d'une petite entreprise des Maritimes à un chef de file dans l'industrie concurrentielle du jeu où les enjeux sont considérables. Spielo met au point, fabrique et exploite des produits de jeu de haute technologie qui établissent les normes d'innovation. Grâce à ses appareils de loterie vidéo primés, Spielo décroche des contrats importants à l'échelle de la planète; elle compte parmi ses clients les plus récents des sociétés de loterie aux États-Unis et aux Pays-Bas.

[www.spielo.com](http://www.spielo.com)

Fier commanditaire des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, RBC Services Internationaux souhaite récompenser les entreprises avec le Prix Succès pour innovation et progrès technologiques.

**NATIONAL POST** Le **National Post** a pour mission de fournir aux Canadiens l'information dont ils ont besoin pour être compétitifs et réussir chez eux et dans le monde entier. Nous savons que chaque entreprise canadienne qui s'impose sur les marchés mondiaux ne fait pas qu'inspirer les autres Canadiens, mais accroît aussi notre prospérité collective. Le National Post est donc fier de commanditer le Prix Succès en création d'emplois.

**Financière Sun Life** est une organisation de services financiers de premier plan à l'échelle internationale qui offre aux particuliers et aux entreprises une gamme diversifiée de services et de produits dans les domaines de la constitution de patrimoine et de l'assurance. Exerçant son activité dans d'importants marchés du monde, notamment au Canada, aux États-Unis, au Royaume-Uni, à Hong Kong, aux Philippines, au Japon, en Indonésie, en Inde, en Chine et aux Bermudes, la Financière Sun Life est en mesure de comprendre les défis que doivent relever les exportateurs. Elle est heureuse de commanditer le Prix Succès pour la réussite sur les marchés difficiles.

**DEO** Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DEO) est le ministère fédéral à vocation économique dans l'Ouest qui, au moyen de partenariats, favorise l'innovation, l'entrepreneuriat et le développement durable des collectivités. DEO a l'honneur de présenter le Prix d'excellence pour l'ensemble de ses réalisations, et est heureux de retrouver parmi les candidats des anciens participants à ses programmes.

**Le Port de Vancouver** est le port en eau profonde le plus grand et le plus achalandé du Canada, et il se classe premier en Amérique du Nord pour ce qui est des exportations étrangères. L'Autorité portuaire de Vancouver a formé une équipe de représentants portuaires expérimentés, qui se trouvent dans les principaux marchés asiatiques et nord-américains, afin d'aider les clients à explorer le potentiel du marché et à créer des débouchés dans certaines des régions commerciales les plus dynamiques du monde. L'Autorité portuaire de Vancouver est fière de faire partie des commanditaires des Prix d'excellence à l'exportation canadienne.

Pour plus de renseignements sur les lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2002 ou pour obtenir un formulaire d'inscription aux Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2003, dont ce sera le 20<sup>e</sup> anniversaire, consultez le site Internet [www.infoexport.gc.ca/awards-prix](http://www.infoexport.gc.ca/awards-prix)

**Tuyaux commerciaux**

**Guide de commercialisation aux États-Unis pour artisans**

**C**ette publication, commanditée par la Direction de la promotion des arts et des industries culturelles du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), vise à aider les producteurs canadiens d'objets d'artisanat d'art contemporain uniques et de première qualité qui souhaitent vendre leurs produits en gros aux États-Unis, que ces artisans soient déjà des exportateurs aguerris ou qu'ils tournent leur regard pour la toute première fois vers le marché américain.

Cette publication s'adresse également à la Fédération canadienne des métiers d'art, aux conseils des métiers d'art provinciaux et aux divers organismes de développement commercial et économique qui apportent leur aide aux producteurs canadiens d'objets d'artisanat d'art contemporain.

**Créer des liens**

Ce guide pratique, rédigé en grande partie par le verrier et éducateur Lou Lynn (Colombie-Britannique), offre des conseils utiles en matière de commercialisation, par exemple sur

Les chapitres qui traitent de l'exportation renseignent les artisans, par exemple, sur la façon de convertir les prix pour le marché américain, de classer les produits, de remplir les formulaires de douane américains et de rapporter les œuvres d'art au Canada. On y aborde également les questions relatives aux règles d'immigration des États-Unis dont les artisans canadiens doivent tenir compte, de même que des sites internet et autres outils de référence qui peuvent leur être utiles. Ce guide contient également une liste de fonctionnaires canadiens à l'ambassade et aux consulats du Canada aux États-Unis qui peuvent renseigner les artisans canadiens qui désirent de plus



Table de salon Garland, par Peter Fleming (photo : Ontario Crafts Council).

amples renseignements sur ce marché ou offrir une aide plus personnalisée.

**Savoir qui fait quoi**

Mais la particularité la plus importante de ce guide, c'est qu'il contient un profil détaillé de plus de 140 galeries commerciales américaines, qui représentent l'endroit idéal pour vendre des objets d'artisanat d'art contemporain aux États-Unis. Nulle part ailleurs

peut-on trouver ce type de renseignements, d'une valeur inestimable pour les producteurs canadiens d'objets d'artisanat d'art contemporain uniques et de première qualité qui désirent exporter leurs produits. Toutes ces galeries sont disposées à présenter les œuvres d'artisans canadiens, et plus de 25 % d'entre elles le font déjà. Nombre de ces galeries ont dit vouloir exposer les œuvres d'autres producteurs d'art contemporain canadiens talentueux.

Chaque profil comprend le nom du directeur de la galerie, l'adresse d'un site internet où l'artisan peut effectuer une visite virtuelle de la galerie, des renseignements sur les centres d'intérêt de la galerie et sur les artisans dont elle expose actuellement les œuvres, les procédures de soumission des œuvres, les conditions et, dans bien

des cas, des remarques additionnelles. Grâce à ces renseignements, les artisans peuvent effectuer leurs propres recherches en vue de déterminer les galeries les mieux adaptées à leurs produits et entreprendre des démarches auprès de ces dernières.

Ce guide est réservé aux Canadiens. On peut en obtenir une copie en communiquant avec le Service des renseignements du MAECI, tél. : **1-800-267-8376** ou **(613) 944-4000**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Dana Boyle, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Minneapolis, tél. : **(612) 332-7486**, poste **3358**, courriel : [dana.boyle@dfait-maeci.gc.ca](mailto:dana.boyle@dfait-maeci.gc.ca)

**La technologie militaire WEST 2003**

**SAN DIEGO, CALIFORNIE** — 14-16 janvier 2003 — Venez à la conférence/exposition annuelle **WEST 2003**, de l'Armed Forces Communications Electronics Association (AFCEA). Venez entendre des conférenciers de haut niveau dans votre domaine, participez à des tables rondes sur des sujets d'actualité dans le domaine militaire et soyez parmi les premiers à connaître des technologies de pointe.

Le consulat du Canada partagera le coût des espaces d'exposition avec les entreprises canadiennes qui viendront exposer et sera, avec l'AFCEA de San Diego, l'hôte de la réception de réseautage. AFCEA International est une association sans but lucratif de premier plan qui représente des professionnels des communications, de l'électronique, du renseignement et des systèmes d'information.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Jeffrey Gray, agent de développement commercial, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : **(213) 346-2752** internet : [www.west2003.org/](http://www.west2003.org/)



**Les Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC)** sont heureux d'honorer les champions de l'exportation et de commanditer les Prix d'excellence à l'exportation canadienne. En tant que principal réseau d'affaires au Canada, les MEC défendent avec succès les intérêts des entreprises canadiennes, et permettent à leurs membres de rester compétitifs sur le plan de la production manufacturière et du commerce de niveau international. Les membres des MEC représentent 75 p. 100 de la production manufacturière du Canada et 90 p. 100 de ses exportations de marchandises.



**Exportation et développement Canada (EDC)**, qui parraine le Prix Succès pour petit exportateur, rend hommage aux champions canadiens de l'exportation. Depuis plus de 50 ans, les entreprises

canadiennes de toutes tailles, et parmi elles de nombreux lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, font appel à EDC pour mieux réussir sur les marchés étrangers. Afin de les aider à toujours atteindre de nouveaux sommets, EDC leur offre des services de gestion des risques et de financement à l'exportation qui facilitent leurs ventes sur les marchés mondiaux et permettent aux étrangers d'acheter des produits canadiens.



**RBC Services Internationaux**, membre de RBC Groupe Financier, est conscient que l'innovation et les progrès technologiques sont les moteurs des activités d'exportation mondiales d'aujourd'hui. Depuis plus d'un siècle, nous fournissons des services financiers commerciaux, en travaillant de concert avec les chefs de file de l'industrie et les entreprises qui repoussent leurs limites et remettent en question les conventions.

## L'abc de l'exportation : les trois C

## Le monde des contrats

**V**ous avez tout mis en œuvre afin d'établir votre crédibilité auprès d'un acheteur étranger. Vous avez déployé des efforts considérables en vue de vous assurer la confiance du client. Vous êtes maintenant prêt à négocier un contrat. De quoi devez-vous tenir compte? Comment vous assurer que les conditions négociées vous permettront de fournir les meilleurs produits ou services possibles? Cet article, le dernier de la série sur les trois C, offre certaines réponses à ces questions ardues.

La Corporation commerciale canadienne (CCC) a aidé des entreprises canadiennes à négocier des contrats avec des acheteurs de plus de 100 pays. Les agents de la CCC savent ce qui fonctionne, mais aussi ce qui ne fonctionne pas. Voici quelques conseils.

## Couvrez vos coûts

Lorsque vous négociez un contrat d'exportation, établissez un calendrier des paiements qui vous permet de couvrir le coût de vos matières avant de livrer votre produit; ainsi, si des complications se présentent après la livraison, vous aurez au moins recouvré vos dépenses. Cela ne semble peut-être pas une façon très positive de penser, mais une saine dose de réalisme permet d'être bien préparé à toutes les éventualités. Il faut bien sûr parfois déployer des trésors d'imagination créatrice afin de convaincre un acheteur d'accepter de verser une somme élevée avant la livraison des produits.

Par exemple, la CCC a déjà collaboré avec un fabricant d'ordinateurs dont le client souhaitait effectuer des essais d'acceptation après avoir reçu le produit. Une telle situation aurait comporté des risques énormes pour le fabricant, parce que les coûts d'expédition auraient été élevés et qu'il n'aurait eu aucun contrôle sur la façon dont les essais étaient réalisés. Le fabricant a plutôt fait venir le client au Canada, afin qu'il approuve les produits ici même.

## N'oubliez aucun détail

Lorsque vous négociez un contrat, ne vous concentrez pas seulement sur les produits livrables. Réfléchissez à votre procédé. C'est par une bonne gestion de projet qu'on évite les pertes. Ne signez aucun contrat dont les conditions sont vagues et ne laissez aucune question sans réponse.

Par exemple, une entreprise peut penser qu'il est inutile d'inscrire au contrat une revue de la configuration du premier article si le produit qu'elle doit livrer est identique à ceux qu'elle fabrique habituellement. Mais parfois il est difficile de traiter avec un acheteur étranger; il est donc préférable de prévoir au contrat des échéances et des phases d'approbation des produits. Cela vous évitera bien des maux de tête.

## Faites preuve de sagesse en matière d'argent

La durée d'un contrat peut se calculer en mois — parfois en années. Pendant ce temps, la devise que votre acheteur doit utiliser pour vous payer peut s'apprécier ou se déprécier, ce qui se traduira pour vous par des gains ou des pertes inattendus. En matière de contrats, certaines options s'offrent à vous : vous pouvez fixer la valeur de la devise à ce qu'elle était à une certaine date, ou conclure un contrat à terme normalisé sur devises qui vous garantit un taux de change favorable. Il est important de savoir que certaines devises sont peu sûres. Pour éviter ce risque, la CCC conseille normalement aux exportateurs de négocier leurs contrats dans une autre devise qui reçoit l'assentiment de l'acheteur et du vendeur, le dollar américain ou le dollar canadien, par exemple.

Existe-t-il une règle d'or qui garantit la passation de contrats fructueux? Ne dépassez pas vos limites. Les grandes entreprises hésitent parfois à courir des risques; elles s'abstiendront de conclure des contrats qui semblent comporter des problèmes. Les entreprises de plus petite taille ont souvent l'impression qu'elles ne peuvent se permettre de refuser un tel contrat.

La promesse d'une vente peut parfois attirer l'exportateur en terrain dangereux. Soyez honnête avec vous-même : êtes-vous capable de fournir les produits exigés par le contrat? Les conditions vous conviennent-elles? Si la réponse à ces questions est non, vous pourriez perdre le contrat... et votre entreprise. Il serait peut-être préférable de chercher d'autres occasions d'affaire. Elles existent.

Et la CCC sera, bien sûr, toujours là pour vous aider.

**Pour de plus amples renseignements** sur la façon dont la CCC peut mettre la puissance du Canada au service de vos ventes à l'exportation, communiquer avec la CCC en composant le **1-800-748-8191**, ou cliquer sur le site internet **www.ccc.ca** ✪

## Des solutions canadiennes pour nos exportateurs



La **Corporation commerciale canadienne (CCC)** est l'organisme de négociation des contrats d'exportation du Canada. Elle se spécialise dans la vente aux gouvernements étrangers et offre un accès privilégié aux marchés de la défense et de l'aérospatiale des États-Unis.

Les exportateurs canadiens qui ont recours à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés grâce à l'expertise de la CCC en matière de passation des marchés et de sa formule unique de garantie d'exécution des contrats offerte par le gouvernement du Canada.

La CCC assure des services de négociation des contrats d'exportation, et ses efforts permettent souvent aux exportateurs d'obtenir une exemption de cautionnement d'exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables. La CCC peut donner accès aux sources de financement à l'exportation avant l'expédition. Au besoin, la CCC fait office d'entrepreneur principal pour les arrangements intergouvernementaux nécessaires.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec la CCC, tél. : **(613) 996-0034**, numéro sans frais au Canada : **(1-800) 748-8191**, téléc. : **(613) 995-2121**, internet : **www.ccc.ca**

## Gros débouchés au Royaume-Uni

## Les énergies renouvelables : un marché en expansion

**L**e gouvernement du Royaume-Uni a fixé comme objectif plutôt ambitieux que, d'ici 2010, les énergies renouvelables devront fournir 10 % de l'électricité du pays. Comme actuellement celles-ci fournissent seulement 2,8 % de l'électricité produite au Royaume-Uni (où la consommation annuelle totale est de 350 000 GWh), la croissance du marché devrait être de 250 % durant la prochaine décennie.

À cet effet, le gouvernement du Royaume-Uni a adopté une nouvelle série de réglementations. Cela inclut notamment l'obligation pour les fournisseurs du pays de s'approvisionner (selon des pourcentages établis) en électricité produite à partir de sources d'énergies renouvelables, ainsi que de nouvelles mesures fiscales qui pénalisent la consommation de combustibles fossiles et favorisent l'utilisation des énergies renouvelables.

Le gouvernement du Royaume-Uni a aussi annoncé, dernièrement, qu'un montant supplémentaire de plus de 550 millions de dollars (250 millions de livres sterling) serait alloué à titre d'aide au financement de la recherche et développement, de projets pilotes ou de projets de démonstration dans le domaine des énergies renouvelables, ainsi que de la commercialisation et de la promotion des énergies renouvelables pour accroître le recours à celles-ci sur le marché britannique.

Ces nouvelles mesures d'importance devraient favoriser une expansion considérable du marché des énergies renouvelables au Royaume-Uni et, du fait même, ouvrir de nombreux débouchés aux entreprises canadiennes œuvrant dans ce secteur.

## Débouchés

Le Canada est un chef de file mondial pour ce qui est de la production d'énergie renouvelable, les sources d'énergies renouvelables fournissant 17 % de l'énergie primaire et 62 % de l'électricité produite au Canada. Cela est attribuable essentiellement

à l'importance considérable de l'hydroélectricité au Canada. Vu l'expertise canadienne et le pourcentage relativement peu élevé d'électricité à base d'énergies renouvelables au Royaume-Uni, il devrait y avoir de nombreuses occasions d'affaires pour les sociétés canadiennes.

Les débouchés devraient être particulièrement intéressants dans les domaines de la biomasse (comme énergie primaire et comme carburant pour le transport), de l'énergie des vents de reflux, des petites centrales hydroélectriques et de l'énergie photovoltaïque. Une fois que les piles à combustible et, dans une moindre mesure, les technologies utilisant l'énergie marémotrice et l'énergie des vagues pourront être diffusées commercialement et en grande quantité, le marché britannique offrira des débouchés encore plus considérables.

## EUROPE

Le marché britannique s'est considérablement ouvert aux fournisseurs étrangers, surtout depuis que bon nombre de services publics ont été privatisés. Les acheteurs britanniques recherchent des produits et des services qui répondent à leurs besoins à un coût qui satisfasse leurs actionnaires.

## Stratégies d'accès au marché

Les entreprises canadiennes offrant des produits, des technologies ou des services particuliers, ou pouvant avoir une application directe dans les nouveaux projets ou dans les projets en cours au Royaume-Uni, devraient penser à entrer directement sur le marché, que ce soit en travaillant conjointement avec un des grands producteurs, distributeurs ou fournisseurs d'électricité du Royaume-Uni ou en formant un consortium pour promouvoir et développer un projet donné.

Les stratégies adoptées pour pénétrer le marché s'avèreront d'une importance capitale, en particulier vu que bon nombre de technologies liées aux énergies

renouvelables, à l'échelle mondiale, en sont au stade de la démonstration ou au tout premier stade de commercialisation. Les technologies de plusieurs entreprises canadiennes spécialisées dans les énergies renouvelables sont déjà bien acceptées au Royaume-Uni; cela peut d'ailleurs être dû au fait que leurs projets de commercialisation initiale ont été réalisés dans ce pays.

Étant donné que bon nombre des technologies liées aux énergies renouvelables ne font que commencer à être commercialisées, les débouchés au Royaume-Uni sont moins sujets à la nécessité de conclure des accords vendeur-acheteur traditionnels, mais nécessitent plutôt de trouver des partenaires britanniques qui faciliteront la commercialisation. Compte tenu de la vigueur de la livre sterling depuis quelques années, les produits importés canadiens sont très avantageux pour les Britanniques, même après y avoir ajouté les droits d'importation.

Pour les entreprises canadiennes, faire des affaires au Royaume-Uni offre des avantages appréciables, notamment vu que les pratiques commerciales sont similaires, les systèmes juridiques sont analogues, les contrats sont respectés et la langue est la même. Un long passé d'expérience commune en commerce et en investissement a tissé des liens commerciaux solides entre les deux pays.

On trouvera les coordonnées des principaux producteurs, fournisseurs et distributeurs britanniques d'électricité dans la section « Principaux contacts » du rapport « Le marché des énergies renouvelables au Royaume-Uni » du MAECI. En outre, l'association professionnelle représentant le segment correspondant d'énergies renouvelables pourrait s'avérer d'une bonne aide pour trouver des entreprises désireuses de faire partie du consortium. On trouvera les détails à la fin du même rapport, disponible sur l'internet à **www.infoexport.gc.ca/ie-fr/MarketProspect.jsp?cid=114&oid=36#592**

**Pour plus d'informations**, communiquer avec M. Simon Smith, agent à l'expansion des affaires, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : **(011-44-20) 7258-6600**, téléc. : **(011-44-20) 7258-6384**, courriel : **simon.smith@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.dfait-maeci.gc.ca/london/french/home.htm** ✪

# Calendrier des manifestations culturelles 2003

## ÉDITION

**LONDRES (R.-U.)** — 16-18 mars 2003 — **London Book Fair** (salon du livre) ([www.lbf-virtual.com/page.cfm/NewSection=Yes](http://www.lbf-virtual.com/page.cfm/NewSection=Yes))

**BOLOGNE** — 2-5 avril 2003 — **Bologna Children's Book Fair** (salon du livre pour enfants) ([www.bolognafiere.it/BookFair](http://www.bolognafiere.it/BookFair))

**LOS ANGELES** — 28 mai-1<sup>er</sup> juin 2003 — **BookExpo America** ([www.bookexpoamerica.com](http://www.bookexpoamerica.com))

**TORONTO** — 6-9 juin 2003 — **BookExpo Canada** ([www.reedexpo.ca/bookexpo/](http://www.reedexpo.ca/bookexpo/))

**TURIN** — 15-19 mai 2003 — **Turin Book Fair** (salon du livre) ([www.fieralibro.it](http://www.fieralibro.it))

**FRANCFORT** — 9-14 octobre 2003 — **Frankfurt Book Fair** (salon du livre) ([www.frankfurt-book-fair.com](http://www.frankfurt-book-fair.com))

## FILMS, VIDÉO, TÉLÉVISION ET RADIO

**NOUVELLE-ORLÉANS** — 20-23 janvier 2003 — **Conférence de la National Association of TV Programming Executives** ([www.natpe.org](http://www.natpe.org))

**BERLIN** — 6-16 février 2003 — **Berlinale**, festival international du film ([www.berlinale.de](http://www.berlinale.de))

**SANTA MONICA** — 19-26 février 2003 — **American Film Market** ([www.afma.com](http://www.afma.com))

**CANNES** — 22-28 mars 2003 — **MIPTV** et **MIPDOC**, marché international des programmes de télévision ([www.miptv.com](http://www.miptv.com))

**TORONTO** — 25 avril-4 mai 2003 — **Hot Docs Canadian International Documentary Festival** (Festival international canadien du documentaire) ([www.hotdocs.ca](http://www.hotdocs.ca))

**CANNES** — mai 2003 — **Festival du film de Cannes** ([www.festival-cannes.fr](http://www.festival-cannes.fr))

## MÉTIERS D'ARTS CONTEMPORAINS

**SAN DIEGO** — 12-15 mars 2003 — **National Council on Education for the Ceramic Arts** (Conseil national de l'apprentissage des arts céramiques) ([www.nceca.net](http://www.nceca.net))

**NEW YORK** — mai et juin 2003 — **SOFA New York** (Sculpture Objects & Functional Art) ([www.sofaexpo.com](http://www.sofaexpo.com))

**SEATTLE** — 10-15 juin 2003 — **Glass Art Society** ([www.glassart.org](http://www.glassart.org)) \*

## EXPORTER VERS LE MOYEN-ORIENT ET L'AFRIQUE DU NORD

Les préparatifs vont bon train pour faire connaître les débouchés commerciaux que peuvent offrir deux marchés en expansion rapide du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Les manifestations prévues comporteront d'importants conférenciers, des spécialistes de la région et des séances axées sur des secteurs en particulier. En outre, les participants auront l'occasion de rencontrer personnellement des délégués commerciaux principaux de la région. On trouvera les détails dans un prochain numéro de *CanadExport*.

### Réservez ces dates!

**MONTRÉAL** : 28 novembre 2002

**TORONTO** : 2 décembre 2002

**WINNIPEG** : 4 décembre 2002

**CALGARY** : 5 décembre 2002

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Mona Bieber, Direction du Moyen-Orient, MAECI; courriel : [mona.bieber@dfait-maeci.gc.ca](mailto:mona.bieber@dfait-maeci.gc.ca) \*

## Symposium international sur les alcools carburants

**PHUKET, THAÏLANDE** — 12-15 novembre 2002 — L'**International Symposium on Alcohol Fuels (ISAF XIV)** portera sur les technologies relatives aux carburants et aux véhicules, sur les effets environnementaux et économiques et sur le marché des alcools carburants durables. Cette importante manifestation va marquer le début d'une ère nouvelle dans le développement des alcools carburants et de leur application à l'automobile.

**Pour renseignements**, communiquer avec M. Surin Thanalertkul, agent commercial, ambassade du Canada en Thaïlande, tél. : **(011-662) 636-0560**, poste **3356**; téléc. : **(011-662) 636-0568**, courriel : [surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca](mailto:surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.bangkok.gc.ca](http://www.bangkok.gc.ca) ou avec ISAF XIV (Thaïlande), internet : [www.mtec.or.th/isafxiv](http://www.mtec.or.th/isafxiv) courriel : [conference@mtec.or.th](mailto:conference@mtec.or.th) \*

Le service de renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements sont disponibles au **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : **(613) 944-4000**) ou par télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant

SXC1/B1

1E 1F

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

Postes Canada  
Numéro de convention 40064047