

DOCS
CA1
EA507
C18
FRE
v. 19
Spring
2003
Copy 1



Canada

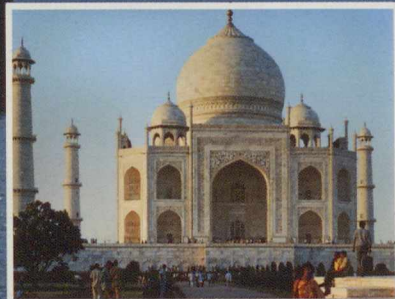
regard sur le monde

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

NUMÉRO 19 • PRINTEMPS 2003

AOUT 11 2003
AUG 11 2003

Return to Dept.
Retourner à la



La mondialisation des échanges commerciaux du Canada



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canada

Au sujet de *Canada — Regard sur le monde*

Canada — Regard sur le monde, un trimestriel publié en français et en anglais, fournit un aperçu des questions de politique étrangère dans une perspective canadienne et traite des dernières initiatives et contributions du Canada dans les affaires internationales.

Pour communiquer avec *Canada — Regard sur le monde* :

Canada — Regard sur le monde
Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
125, promenade Sussex, BCS, C2
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Courriel : rsm-cwv@dfait-maeci.gc.ca

Nouveaux abonnés

Pour recevoir des exemplaires gratuits de notre magazine et d'autres publications du MAECI :
Services de renseignements (SXC1)
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone (sans frais) : 1 800 267-8376
ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
Courriel : enqserv@dfait-maeci.gc.ca

Abonnés actuels

Aidez-nous à tenir nos dossiers à jour. Si vous changez d'adresse, si vous recevez des copies en double ou si vous ne souhaitez plus recevoir *Canada — Regard sur le monde*, nous vous prions de nous l'indiquer. Il vous suffit de modifier votre étiquette-adresse (couverture arrière), en lettres moulées, et de nous la retourner sans oublier d'y inscrire votre code client.

Vous pouvez nous communiquer les changements par télécopieur, au (819) 779-2833, par courriel, à l'adresse rsm-cwv@dfait-maeci.gc.ca, ou encore par retour du courrier à *Canada — Regard sur le monde*, 1770, chemin Pink, Aylmer (Québec) Canada K1A 1L3.

Canada — Regard sur le monde est également disponible à www.dfait-maeci.gc.ca/canada-magazine

Notre couverture

Quelques-uns des partenaires commerciaux du Canada dans le monde. Le commerce est important pour le Canada. Un emploi sur quatre y dépend des échanges commerciaux. L'an dernier, la valeur de son commerce bilatéral total a atteint 891 milliards de dollars, soit 2,4 millions de dollars par jour.

DANS CE NUMÉRO



Aperçu

Les bienfaits du commerce3

Pleins feux sur l'Amérique du Nord

Réussite des relations commerciales
entre le Canada, les États-Unis
et le Mexique6

Pleins feux sur l'hémisphère

La Zone de libre-échange
des Amériques prend forme7

Bilan sur les accords commerciaux

Composantes indispensables
d'un système commercial efficace8

Le Service des délégués commerciaux du Canada

Aider les Canadiens à percer
les marchés étrangers9

Une carrière sans frontières11

Jeunesse

Développez des compétences
professionnelles internationales12

Services de promotion du commerce

Équipe Canada : emplois
et croissance13

Sur le Web14

Nouvelles en bref

Nouveau mécanisme pour faire
échec au commerce des diamants
de la guerre15

Les recommandations du
Forum national des jeunes15

Un Canadien devient le
premier président de la
Cour pénale internationale15

Le Canada aide les pays
en développement à participer
aux activités de l'Organisation
mondiale du commerce15

Calendrier16

LES BIENFAITS DU COMMERCE

Au Canada, les exportations de produits et services représentent plus de 40 p. 100 de l'activité économique. De plus, il est estimé qu'un emploi sur quatre en dépend. Une telle prospérité n'est pas le fruit du hasard.

Dans le port de Vancouver, en Colombie-Britannique — le plus important port du Canada — les grues ruisselantes de pluie sont à l'œuvre 24 heures par jour pour charger et décharger le charbon, les pièces d'automobile et d'autres produits dans quelque 25 terminaux. Grâce à l'essor des échanges commerciaux avec l'Asie, à un taux de change favorable et à une excellente liaison ferroviaire avec le reste du continent, Vancouver devance tous les autres ports de la côte Ouest de l'Amérique du Nord, y compris ceux de Seattle et de Los Angeles, au chapitre du volume de fret.

En 2002, environ 63 millions de tonnes de fret ont transité par Vancouver, ce qui se traduit par quelque 63 000 emplois et une production économique estimée à 3,5 milliards de dollars. Ainsi, Vancouver est devenue un reflet fidèle de l'importance du commerce international pour le Canada.

En fait, rares sont les pays qui misent autant sur le commerce. Le Canada se démarque nettement des autres pays du Groupe des huit pays les plus industrialisés (G8) à cet égard. Le Canada exporte 41,1 p. 100 de son produit intérieur brut (PIB), alors que la moyenne du G8 est de 17 p. 100. De plus, il importe environ 37 p. 100 de son PIB; la moyenne du G8 est de 14 p. 100.

« Le Canada est un pays commerçant, affirme Pierre Pettigrew, ministre canadien du Commerce international. Nous devons donc faciliter les échanges avec le reste du monde afin d'assurer la prospérité du pays. »

La prospérité du Canada par le commerce a entre autres comme pierres d'assise le libre accès à des marchés stables et à un système commercial équitable reposant sur des règles. Mais ces fondements n'ont pas été posés là par hasard. Ils résultent plutôt d'une longue réflexion.

C'est pourquoi le gouvernement du Canada participe activement à des négociations commerciales qui touchent de nombreux secteurs. Dans chaque cas, il s'est fixé un objectif fondamental : créer des marchés plus ouverts et plus stables qui respectent les règles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), l'organisme international dont le siège est à Genève et qui adopte les règles régissant les échanges commerciaux entre les pays.

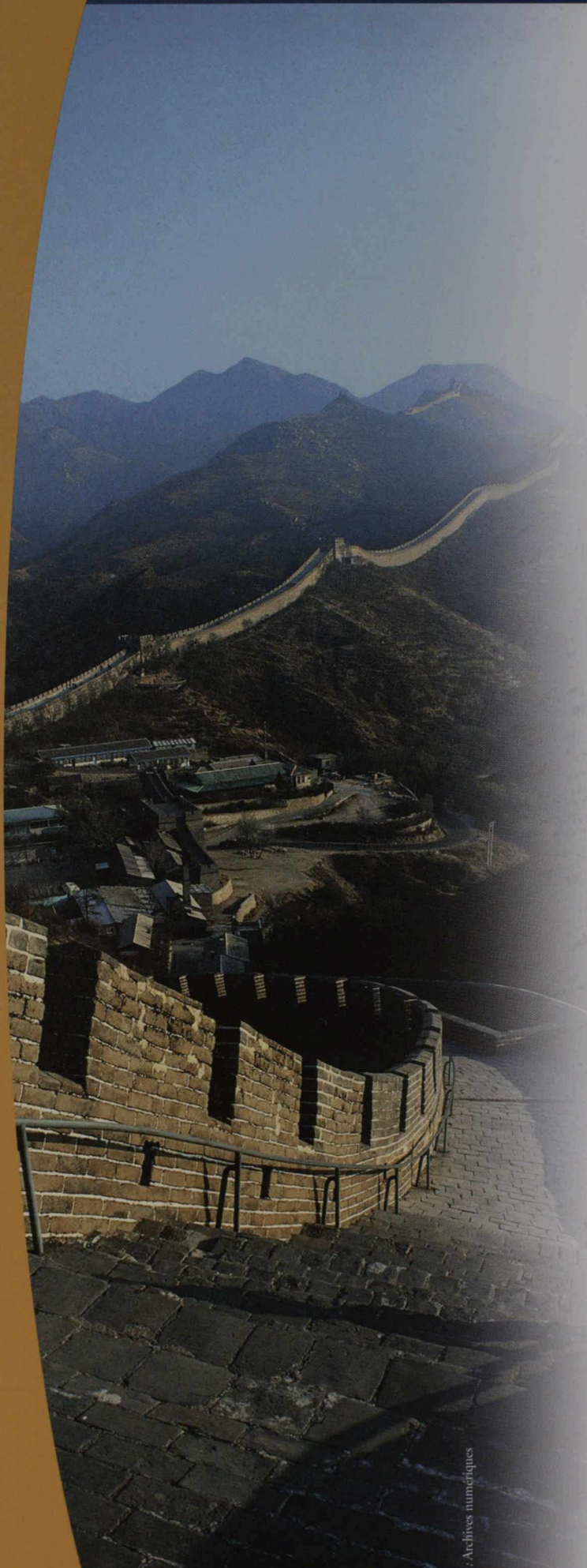


photo : Banque d'images du MAECI (BCSI)

Le gouvernement a également une bonne raison de déployer de tels efforts : le commerce est un stimulant économique et, par conséquent, une source de biens, de services, de technologie et d'idées.

Les avantages du commerce ne s'arrêtent pas là. Malgré l'appréhension suscitée par la mondialisation, le gouvernement fédéral estime que le commerce cimenter les relations internationales dans un cadre d'interdépendance, ce qui contribue à la réalisation d'un objectif fondamental de la politique étrangère canadienne : l'instauration d'un climat de paix et de stabilité à l'échelle planétaire.

Par ailleurs, un système de commerce mondial efficace nous aide à atteindre des objectifs tels que l'adoption de normes environnementales et de normes du travail plus



sévères, un meilleur respect des droits de la personne et l'augmentation des ressources affectées à la mise en œuvre des politiques sociales.

« En créant de la prospérité, le commerce rend les gens plus dignes et renforce la société, ici comme ailleurs, souligne M. Pettigrew. L'histoire nous apprend que, grâce au commerce, les administrations publiques disposent des ressources nécessaires pour protéger l'environnement, améliorer le filet de sécurité sociale et promouvoir nos valeurs fondamentales, dont la tolérance, la compassion, la générosité, la démocratie et la règle de droit. »

Une nouvelle ère dans le commerce mondial

Au cours des 50 dernières années, l'économie mondiale a subi une transformation aussi radicale que celle résultant de la révolution industrielle. Cette transformation l'a propulsée dans une nouvelle ère de relations commerciales entre les pays.

Au départ, les relations étaient régies par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), signé en 1948 par 23 pays commerçants.

Au fil des ans, les règles commerciales ont été forgées dans le cadre de nombreux cycles successifs de négociations internationales. Pendant ce temps, le commerce a plus que centuplé. Au terme de huit cycles de négociations, le tarif industriel moyen est passé de 40 p. 100 à moins de 4 p. 100. Le dernier cycle de négociations (le Cycle d'Uruguay), qui a débuté en 1986 pour se terminer en 1994, s'est soldé par la création de l'OMC en 1995.

Le Canada est nettement avantagé par un système de commerce mondial ouvert et fondé sur des règles claires et sur un accès prévisible aux marchés internationaux. Pour vendre leurs produits et services, les entreprises canadiennes doivent avoir la possibilité d'accéder aux marchés. Or, c'est précisément ce que leur permet l'OMC.

L'OMC est le pivot de la politique commerciale du Canada et de ses relations avec ses partenaires commerciaux. Dans le cycle de négociations multilatérales qui est en cours (voir l'encadré), le Canada continuera à prôner la mise en place d'un système international de règles qui donne accès aux marchés mondiaux en plein essor et qui suit l'évolution de la technologie, des pratiques commerciales, des systèmes sociaux et de l'intérêt public.

L'agriculture et les services sont les deux premiers secteurs à faire l'objet de négociations dans le cadre du nouveau cycle. Len Edwards, sous-ministre canadien du Commerce international, explique que, en matière agricole, « le Canada préconise l'élimination de toutes les subventions à l'exportation dans les plus brefs délais, la réduction du soutien interne ayant un effet de distorsion des échanges, une amélioration marquée de l'accès aux marchés pour tous les produits agricoles et alimentaires, ainsi que de nouvelles disciplines pour les taxes et les restrictions à l'exportation ».

S'il est important pour le Canada, le commerce s'avère capital pour les pays en développement. De concert avec les autres membres de l'OMC, le Canada s'emploie à accroître les avantages du système de commerce multilatéral en répondant aux préoccupations des pays en développement et en augmentant son soutien afin que les pays pauvres soient mieux en mesure de faire du commerce.

« Nous pouvons encaisser le choc parfois engendré par la concurrence internationale; nous pouvons aider les gens à suivre une formation et à se trouver un autre emploi, dit M. Pettigrew. Mais ce n'est pas le cas de la plupart des pays en développement. Il n'est donc pas étonnant que nombre d'entre eux soient réticents à conclure une entente qui pourrait faire dérailler leur économie fragile. Nous devons faire en sorte que leurs craintes ne se concrétisent pas. Toutes les économies, et particulièrement les plus petites, doivent tirer parti de la libéralisation du commerce. »

Afin d'améliorer l'accès aux services et aux produits industriels, le Canada tient à ce que les marchés soient plus ouverts. Le projet de règles sur les subventions et les recours commerciaux augmentera également la prévisibilité du système de commerce multilatéral, qui est essentielle à la réussite économique du Canada.

M. Edwards ajoute que, pour sensibiliser le public aux avantages du système de commerce multilatéral, le Canada fait activement la promotion de la transparence à l'OMC. La transparence est une dimension fondamentale de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique commerciale canadienne.

Le Canada prêche par l'exemple sur la scène intérieure : pour faire preuve de transparence, les ministères et organismes fédéraux qui participent aux discussions et aux négociations commerciales veillent à ce que les communications entre eux et avec les administrations provinciales et territoriales demeurent ouvertes et efficaces. De plus, grâce à cette transparence, les intéressés peuvent contribuer à l'élaboration de la politique de l'État, le public demeure au fait des intentions du pays en matière commerciale et l'information communiquée rapidement vient éclairer le débat. Résultat? La politique de l'État tient compte des intérêts supérieurs des Canadiens, qui peuvent donner leur aval en toute connaissance de cause.

Programme de Doha pour le développement

Le principal organe décisionnel de l'OMC est la Conférence ministérielle, qui réunit surtout les ministres du Commerce des pays membres, au moins une fois tous les deux ans. Lors de la conférence de novembre 2001, qui s'est tenue à Doha, au Qatar, les ministres ont réitéré l'engagement de la communauté internationale en faveur de la libéralisation du commerce. Passant de la parole aux actes, ils ont donné le coup d'envoi à un nouveau cycle de négociations visant principalement à répondre à bon nombre des préoccupations des pays en développement. Ces préoccupations sont énoncées dans le Programme de Doha pour le développement, qui prône notamment de nouvelles réductions des tarifs applicables aux exportations essentielles à l'économie des pays en développement. Enfin, en adoptant la déclaration sur la propriété intellectuelle et la santé publique, les participants à la rencontre de Doha ont signifié que le système de l'OMC permet à ses membres de concilier les objectifs liés à la santé et aux affaires sociales avec les objectifs économiques.

photo : Donald Stampfli AP



Entrée principale du siège de l'Organisation mondiale du commerce à Genève, en Suisse

Les avantages au Canada et à l'étranger

Le Canada est fortement tributaire du commerce; il est estimé qu'un emploi sur quatre y dépend des exportations. En 2002, la valeur totale de nos échanges bilatéraux de produits et de services a atteint 891 milliards de dollars, soit 2,4 milliards de dollars par jour. Toutefois, alors que la plupart des produits étrangers qui franchissent nos frontières sont exempts de droits de douane ou sont assujettis à des tarifs assez bas, certaines de nos exportations sont frappées de taxes pouvant atteindre 67 p. 100.

La libéralisation accrue du commerce avantagera les exportateurs canadiens — des petites et moyennes entreprises pour la plupart. Les Canadiens sont des producteurs de calibre mondial. On peut donc s'attendre à un accroissement des échanges, tout particulièrement dans les services, un secteur en forte croissance. Cela se traduira également par une augmentation de la productivité et de la compétitivité, ainsi que par un meilleur accès à la technologie, aux investissements et aux clients.

« C'est tout le pays qui en profitera, estime M. Edwards. Grâce au libéralisme commercial, de meilleurs emplois sont créés, les revenus augmentent, l'État dispose de ressources accrues pour les programmes sociaux et les consommateurs ont droit à des prix plus bas. Lorsque le système est équitable et repose sur des règles, les pays développés comme les pays en développement sont favorisés. »

RÉUSSITE DES RELATIONS COMMERCIALES ENTRE LE CANADA, LES ÉTATS-UNIS ET LE MEXIQUE

La valeur des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis avoisine les 2 milliards de dollars par jour et celle entre le Canada et le Mexique représente 15 milliards de dollars par année. L'efficacité du partenariat commercial nord-américain n'est pas facultative, elle est nécessaire.

En décembre 2002, le Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international de la Chambre des communes a présenté un rapport intitulé *Partenaires en Amérique du Nord : cultiver les relations du Canada avec les États-Unis et le Mexique*. Voici une des conclusions présentées dans ce rapport : « Le Canada est un pays nord-américain. L'instauration de relations nord-américaines satisfaisantes est donc un impératif pour le Canada. »

Len Edwards, sous-ministre du Commerce international, abonde dans le même sens. « Les intérêts commerciaux et économiques du Canada ne connaissent pas de frontières. Par conséquent, le multilatéralisme des échanges demeure la pierre d'assise de notre politique commerciale. Cependant, l'Amérique du Nord — et tout particulièrement les États-Unis — constitue de loin notre principal marché et, de plus en plus, notre prospérité et notre sécurité en dépendent », observe-t-il.

Depuis l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), le 1^{er} janvier 1994, le Canada a confirmé son statut de premier partenaire commercial des États-Unis. Les achats que nous effectuons chez notre voisin du Sud égalent ceux des pays de l'Union européenne réunis et représentent près de 19 p. 100 des exportations américaines. Le Canada est le plus important marché pour 38 États américains, ce qui se traduit par environ 1,2 milliard de dollars d'échanges, jour après jour.

Une des priorités du Canada consiste à mieux promouvoir ses intérêts aux États-Unis. « Une plus grande intégration économique signifie que de plus en plus de mesures prises par l'administration fédérale, les États et les municipalités des États-Unis ont d'importantes répercussions directes sur le Canada.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international veut être mieux en mesure de jouer son rôle d'interlocuteur auprès des Américains qui, tant à l'échelle des municipalités et des régions que des États, façonnent la politique du Congrès et de l'administration fédérale », explique M. Edwards.

L'ALENA s'est avéré un succès retentissant pour les trois partenaires. Depuis sa mise en œuvre, la valeur totale des échanges de produits entre le Canada, le Mexique et les États-Unis a augmenté d'environ 150 p. 100, passant de 374 milliards de dollars en 1993 à 944 milliards de dollars en 2002. La valeur totale des échanges bilatéraux entre le Canada et le Mexique a fait un bond de 233 p. 100 depuis 1993, et ce, même si nos exportations au Mexique ont diminué de 13 p. 100 en 2002.

« L'ALENA constitue le premier partenariat commercial réunissant deux pays développés, le Canada et les États-Unis, et un pays en développement, le Mexique, souligne M. Edwards. Le fait que l'Accord est une réussite démontre que la libéralisation du commerce et des investissements entre des pays développés et des pays en développement favorise toutes les parties, et surtout les pays en développement. »

Le Mexique est le sixième client en importance du Canada et se classe au quatrième rang sur le plan des importations canadiennes. Les échanges bilatéraux de produits ont atteint 15,1 milliards de dollars en 2002, et les investissements directs du Canada au Mexique ne cessent de croître, s'établissant à 4 milliards de dollars en 2001.

À n'en pas douter, l'ALENA est avantageux pour toute l'Amérique du Nord. 🍀

L'ALENA FAVORISE LE COMMERCE

Baultar approvisionne le réseau de transport de Mexico

Baultar Inc., de Windsor (Québec), est rudement piétinée par les usagers du métro de Mexico — et ne s'en plaint aucunement.

Xavier Garcia, coordonnateur du marketing international chez Baultar, affirme que la société soutient avec succès la concurrence pour les contrats liés au réseau de métro fortement utilisé de Mexico depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA.

« Nous avons décelé au Mexique un besoin réel pour nos couvre-planchers résistants et lorsque l'ALENA a été mis en application, notre chiffre d'affaires dans ce pays a quintuplé », d'ajouter M. Garcia.

Gerth augmente ses ventes au sud de la frontière

Qui dit commerce, dit généralement marchandises. Cependant, il ne faudrait pas oublier les sociétés qui transportent ces biens par-delà les frontières, des sociétés comme Gerth Transport, de Kitchener (Ontario).

Il y a de nombreuses années que Gerth fait des affaires avec le Mexique, mais ses activités ont littéralement décuplé avec la mise en œuvre de l'ALENA. Depuis 1994, la taille de l'entreprise a triplé.

« L'ALENA nous a permis d'accomplir des progrès beaucoup plus rapidement que prévu au Mexique », dit Wayne Hadath, vice-président des ventes et du marketing.

Testori est propulsée vers les sommets aux États-Unis

Testori Americas Corporation, de Summerside (Île-du-Prince-Édouard), a commencé à vendre ses avions et pièces connexes aux États-Unis — surtout par l'entremise de Bombardier — peu avant l'entrée en vigueur de l'ALENA.

Lindo Lapegna, président de la société, se souvient qu'il n'était pas toujours facile de faire des affaires aux États-Unis avant l'ALENA. Il précise que l'Accord a aplani les difficultés qu'éprouvait Testori. « Le transport et les formalités douanières nous causaient d'innombrables problèmes, raconte M. Lapegna. L'ALENA nous a permis de mieux franchir ces étapes, ce qui favorise notre position concurrentielle. »



LA ZONE DE LIBRE-ÉCHANGE DES AMÉRIQUES PREND FORME

L'accord de libre-échange nord-américain a établi un partenariat commercial entre deux pays développés et un pays en développement. Ce tour de force s'est avéré une réussite. C'est maintenant un projet encore plus audacieux qui retient l'attention.

Certains pays pourraient se contenter de la création d'un système de commerce multilatéral comme l'ALENA. Cependant, ce n'est pas le cas du Canada.

« Le renforcement de l'espace économique nord-américain, et plus précisément des relations entre le Canada et les États-Unis, arrive en tête de liste de nos priorités, affirme Len Edwards, sous-ministre du Commerce international. Cela ne nous empêche toutefois pas de chercher à réaliser aussi nos autres objectifs régionaux et multilatéraux. Nos réussites à ce chapitre nous ont incités à accroître la libéralisation du commerce par une intégration économique à l'intérieur de la Zone de libre-échange des Amériques [ZLEA] », poursuit-il.

En décembre 1994, le premier Sommet des Amériques a eu lieu à Miami, aux États-Unis. La vision d'une zone de libre-échange hémisphérique se dessinait. En avril 1998, réunis à l'occasion du Sommet de Santiago, au Chili, les dirigeants de 34 pays démocratiques des Amériques ont enclenché les négociations afin de concrétiser cette vision.

Le projet de ZLEA fait partie intégrante du processus du Sommet des Amériques. Depuis 1994, cela a amené le Canada et ses partenaires des Amériques à travailler en étroite collaboration afin d'assurer un meilleur respect des droits de la personne, de renforcer la démocratie, d'accroître les débouchés économiques, et surtout, d'améliorer les conditions de vie de tous leurs citoyens.

« La ZLEA vise à élargir les débouchés économiques, de préciser M. Edwards. Elle ouvrira de nouveaux marchés à l'expertise et aux produits canadiens, et stimulera la croissance économique à l'échelle de l'hémisphère. »

M. Edwards ajoute que le processus vise en définitive à créer la plus grande zone de libre-échange de la planète d'ici 2005, un marché hémisphérique au potentiel illimité. Actuellement, cette région représente 828 millions de personnes, 40,7 p. 100 de la richesse mondiale et un PIB de 19,7 billions de dollars.

Le Canada exerce déjà une forte présence dans cette zone; la valeur de ses échanges avec les Amériques était de 594,9 milliards de dollars en 2002. La création de la ZLEA se traduira par de nombreux gains et fera réaliser un bond prodigieux aux entreprises canadiennes.

Grâce aux règles négociées dans le cadre des discussions sur la ZLEA, tant les agriculteurs que les investisseurs et les exportateurs de haute technologie du pays pourront tirer parti des débouchés offerts par ces marchés relativement peu connus des Canadiens.

Selon le ministre du Commerce international Pierre Pettigrew, 2002 a été une année charnière en ce qui a trait à la réalisation des objectifs clés du Canada. « De concert avec nos partenaires, nous nous sommes rapprochés d'un accord sur une ébauche d'entente intégrée sur la ZLEA. Nous avons renforcé la capacité du Comité de la ZLEA sur la participation de la société civile à favoriser l'apport des citoyens dans le processus de la ZLEA. Enfin, nous avons accru la transparence du processus et amélioré l'accès du public à l'information. »

Une plus grande transparence

Lors de leur réunion de novembre 2002, qui s'est tenue à Quito, en Équateur, les ministres du Commerce

des Amériques ont convenu de rendre public plus tôt que prévu le deuxième projet de textes servant de base aux négociations sur la ZLEA. Cela faisait suite à la décision, préconisée par le Canada lors de la réunion ministérielle de 2001 à Buenos Aires, en Argentine, de publier les projets de textes.

« Le Canada a atteint ses objectifs à la réunion de Quito : les négociations se sont poursuivies dans l'intérêt des exportateurs et des consommateurs canadiens, de même que des citoyens des Amériques, souligne M. Pettigrew. La diffusion de la plus récente version des textes de négociation reflète l'intégration de la nouvelle culture de la transparence aux négociations commerciales, dont le Canada s'est fait le défenseur. »

Les ministres ont également fait en sorte que les négociations sur la ZLEA continuent de s'inscrire dans le processus élargi du Sommet des Amériques et portent sur des secteurs prioritaires tels que la protection et la conservation de l'environnement ainsi que la promotion des droits des travailleurs. ♣

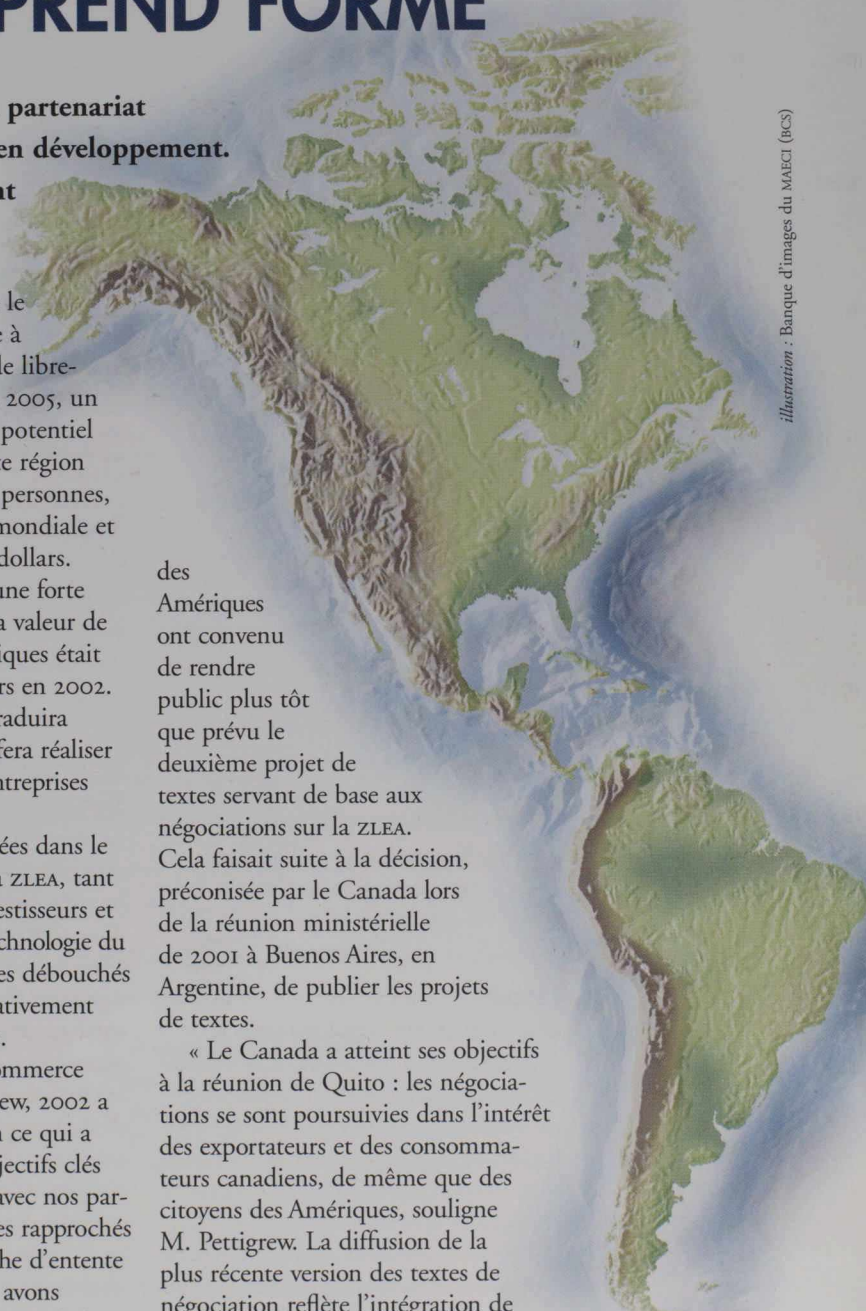


illustration : Banque d'images du MAECI (BGS)

COMPOSANTES INDISPENSABLES D'UN SYSTÈME COMMERCIAL EFFICACE

Le Canada a conclu des accords commerciaux ou a amorcé des négociations à cette fin avec de nombreux partenaires. Ces initiatives s'inscrivent dans le cadre des efforts déployés par le Canada afin d'accroître le libre-échange multilatéral et régional. Voici un bilan de ces initiatives.

Chili

L'Accord de libre-échange entre le Canada et le Chili est entré en vigueur le 5 juillet 1997. Depuis, les relations économiques entre les deux pays sont en plein essor. En 2002, les échanges bilatéraux étaient de 947,6 millions de dollars, dont près de 280 millions de dollars d'exportations canadiennes. Les investissements ont également augmenté et se chiffraient à 5,69 milliards de dollars, ce qui confère au Canada le troisième rang pour ce qui est de l'importance des investissements au Chili.

Israël

L'Accord de libre-échange entre le Canada et Israël est la première entente du genre conclue par le Canada avec un pays de l'extérieur de l'hémisphère occidental. L'Accord a permis d'éliminer les tarifs d'exportation et d'importation applicables à la plupart des produits industriels. Depuis la mise en œuvre de l'Accord, le 1^{er} janvier 1997, les échanges commerciaux entre le Canada et Israël ont doublé. En 2002, ils ont franchi le cap du milliard de dollars pour la première fois.

Costa Rica

Le 1^{er} novembre 2002, l'Accord de libre-échange entre le Canada et le Costa Rica est entré en vigueur. Grâce à l'Accord, certains produits canadiens (poisson, produits de papier, pièces automobiles, matières plastiques, bois et produits agricoles) ont plus facilement accès au marché costaricain. De plus, cette entente simplifie les formalités administratives et douanières

auxquelles doivent se soumettre les Canadiens qui font des affaires au Costa Rica. La valeur des échanges de produits entre le Canada et le Costa Rica s'élevait à 321,9 millions de dollars en 2002.

Association européenne de libre-échange

Le 9 octobre 1998, le Canada a annoncé que des négociations avaient été entamées avec l'Association européenne de libre-échange (AELE), qui comprend l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège et la Suisse, en vue de la conclusion d'un accord de libre-échange. En 2002, la valeur des échanges bilatéraux de produits avec les pays de l'AELE s'établissait à 7 milliards de dollars : les exportations canadiennes se montaient à 1,5 milliard de dollars et les importations provenant de cette zone, à 5,5 milliards de dollars.

Singapour

Le 21 octobre 2001, le premier ministre du Canada, Jean Chrétien, et son homologue de Singapour, Gok Chok Tong, ont annoncé que des négociations avaient été entamées en vue de la signature d'un accord de libre-échange entre les deux pays. En 2002, les exportations canadiennes à Singapour se chiffraient à plus de 513 millions de dollars; cette année-là, Singapour occupait le 21^e rang des marchés d'exportation du Canada. Toujours en 2002, les exportations de Singapour au Canada ont atteint 988 millions de dollars. En 2000, la valeur des exportations canadiennes de services à Singapour était de 227 millions de dollars, et celle des importations, de 602 millions de dollars.

Groupe des quatre de l'Amérique centrale

Le 21 novembre 2001, le Canada a amorcé des négociations avec le Guatemala, le Honduras, le Nicaragua et le Salvador en vue de conclure un accord de libre-échange avec ces pays et d'améliorer ses relations commerciales avec l'Amérique centrale. En 2002, la valeur des échanges de produits entre le Canada et ces quatre pays d'Amérique

centrale s'élevait à 560,2 millions de dollars. En 2000, les échanges bilatéraux de services étaient évalués à 77 millions de dollars et les investissements directs du Canada dans ces marchés, à plus de 167 millions de dollars.

CARICOM

Le 19 décembre 2001, le gouvernement du Canada a annoncé qu'il tiendrait des consultations publiques afin de connaître l'avis des Canadiens sur le projet d'accord de libre-échange avec la Communauté et le marché commun des Caraïbes (CARICOM). La valeur des échanges bilatéraux de produits s'établissait à 1,24 milliard de dollars en 2002. Dans cette région, les Canadiens investissent principalement dans les services financiers, les mines, l'énergie et le tourisme; leurs investissements étaient de 31,7 milliards de dollars en 2002. Ainsi, après les États-Unis et le Royaume-Uni, c'est dans cette partie du monde que les Canadiens investissent le plus. En outre, chaque année, la valeur des contrats de consultation et d'ingénierie attribués dans les Caraïbes à des sociétés canadiennes se monte à 200 millions de dollars.

Pays andins et République dominicaine

Le 4 novembre 2002, le ministre Pettigrew a annoncé que le gouvernement du Canada allait tenir des consultations élargies sur deux projets d'accord de libre-échange, d'une part avec les pays andins (Bolivie, Colombie, Équateur, Pérou et Venezuela) et d'autre part, avec la République dominicaine. Les pays andins sont des partenaires commerciaux importants pour le Canada. La valeur des échanges bilatéraux représentait 3,3 milliards de dollars en 2002 et les exportations canadiennes vers ces pays, 1,2 milliard de dollars. En outre, les investissements du Canada dans les pays andins sont évalués à 11 milliards de dollars. Les échanges de produits entre le Canada et la République dominicaine ne cessent de croître; en 2002, ils étaient de 244,7 millions de dollars. ♦



Pour vous abonner à **Canada — Regard sur le monde** (au Canada seulement), veuillez compléter cette carte et nous la transmettre par la poste ou par télécopieur au (819) 779-2833.

Nom : _____

Prénom : _____

Adresse : _____

App. : _____

Ville : _____

Province : _____ Code postal : _____

1. À quelle fréquence lisez-vous *Canada — Regard sur le monde*? Toujours Souvent À l'occasion Rarement

2. Sur une échelle de un à cinq, où cinq correspond à très bon, trois à moyen et un à très faible, comment évalueriez-vous la réussite de *Canada — Regard sur le monde* dans les domaines suivants?

Favoriser un sentiment de fierté envers notre pays 1 2 3 4 5

Mettre en évidence la diversité culturelle et linguistique du Canada 1 2 3 4 5

Expliquer la politique étrangère du gouvernement du Canada 1 2 3 4 5

Informers les citoyens des activités et programmes internationaux du gouvernement 1 2 3 4 5

3. Qu'aimez-vous le plus au sujet de *Canada — Regard sur le monde*? _____

4. Qu'aimez-vous le moins au sujet de *Canada — Regard sur le monde*? _____

5. Avez-vous d'autres observations à formuler sur *Canada — Regard sur le monde*? _____

6. Où avez-vous reçu le présent numéro de *Canada — Regard sur le monde*?

Bibliothèque publique

Bibliothèque universitaire/collégiale

Bibliothèque d'école secondaire

Maison

Travail

Bureau d'un professionnel de la santé

Autre (veuillez préciser)

7. À quel groupe d'âge appartenez-vous?

60 ans ou plus

de 35 à 59 ans

de 18 à 34 ans

moins de 18 ans

PRINTEMPS 2003

lentilles sont acheminées en Égypte. À l'heure actuelle, le Canada détient 70 p. 100 du marché égyptien. »

En tant que délégué commercial en chef et sous-ministre adjoint au ministère canadien des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), John Gero est fier du travail accompli par Magdy Ghazal et les nombreux autres fonctionnaires affectés à la prestation des programmes et des services

Que ce soit pour comprendre les pratiques commerciales d'un pays, mieux connaître un marché cible ou la réglementation, trouver un partenaire commercial ou conclure un marché, les agents du SDC en poste à Atlanta, à Londres, à Mexico, à Singapour et ailleurs aident les gens d'affaires canadiens à tirer le meilleur parti possible des possibilités qui s'offrent à eux.

Il y a quelques années, le MAECI a procédé à une refonte en profondeur

conseils sur les pratiques commerciales de la région, leur décrivent les principaux obstacles et la réglementation, et les informent des activités à venir telles que les foires, les conférences, les séminaires et les missions commerciales.

« Une fois que nous avons évalué le marché avec le client, nous pouvons l'aider à déterminer si le jeu en vaut la chandelle et lui proposer une marche à suivre afin d'aller de l'avant », explique un agent du SDC.

CANADA — REGARD SUR LE MONDE

1770, Chemin Pink
Aylmer, Québec
K1A 1L3



1000013627-K1A0G2-BR01

DEPARTMENT OF FOREIGN AFFAIRS
AND INTERNATIONAL TRADE
COMMUNICATIONS SERVICES DIV (BCS)
125 SUSSEX DR
OTTAWA ON K1A 9Z9

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET
DU COMMERCE INTERNATIONAL
DIRECTION DES COMMUNICATIONS (BCS)
125 PROM SUSSEX
OTTAWA ON K1A 9Z9

ont doublé. En 2002, ils ont franchi le cap du milliard de dollars pour la première fois.

Costa Rica

Le 1^{er} novembre 2002, l'Accord de libre-échange entre le Canada et le Costa Rica est entré en vigueur. Grâce à l'Accord, certains produits canadiens (poisson, produits de papier, pièces automobiles, matières plastiques, bois et produits agricoles) ont plus facilement accès au marché costaricain. De plus, cette entente simplifie les formalités administratives et douanières

à Singapour était de 227 millions de dollars, et celle des importations, de 602 millions de dollars.

Groupe des quatre de l'Amérique centrale

Le 21 novembre 2001, le Canada a amorcé des négociations avec le Guatemala, le Honduras, le Nicaragua et le Salvador en vue de conclure un accord de libre-échange avec ces pays et d'améliorer ses relations commerciales avec l'Amérique centrale. En 2002, la valeur des échanges de produits entre le Canada et ces quatre pays d'Amérique

part, avec la République dominicaine. Les pays andins sont des partenaires commerciaux importants pour le Canada. La valeur des échanges bilatéraux représentait 3,3 milliards de dollars en 2002 et les exportations canadiennes vers ces pays, 1,2 milliard de dollars. En outre, les investissements du Canada dans les pays andins sont évalués à 11 milliards de dollars. Les échanges de produits entre le Canada et la République dominicaine ne cessent de croître; en 2002, ils étaient de 244,7 millions de dollars. ❁

AIDER LES CANADIENS À PERCER LES MARCHÉS ÉTRANGERS

Présent dans 140 villes du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada est très bien placé pour aider les gens d'affaires canadiens à accroître leurs exportations.

Magdy Ghazal, délégué commercial au Bureau commercial du Canada au Caire, voit la vie en rose... plus exactement en lentilles roses, dont l'Égypte est le plus grand importateur au monde. Grâce aux efforts de M. Ghazal, le Canada est devenu son principal fournisseur.

Par le passé, l'Égypte importait ses lentilles roses de la Turquie et de la Syrie. Cependant, ces pays n'arrivaient pas à répondre à la demande, qui ne cessait de croître. À la recherche de nouvelles sources d'approvisionnement, les importateurs égyptiens ont fait des démarches auprès de M. Ghazal au Bureau commercial.

« Le Canada ne produisait pas de lentilles roses, raconte M. Ghazal. J'ai cependant communiqué avec Pulse Canada, l'association nationale qui représente les producteurs de légumineuses à graine, ainsi qu'avec les producteurs, et je leur ai expliqué que, s'ils semaient des lentilles roses, l'Égypte les achèterait. Nous avons demandé aux importateurs de leur donner une lettre de crédit. L'industrie canadienne a réservé un bon accueil à ma proposition et a élaboré une graine rustique en laboratoire. Les producteurs canadiens ont commencé par exporter quelques conteneurs, qui ont été suivis de quelques autres conteneurs. C'est maintenant par navire entier que les lentilles sont acheminées en Égypte. À l'heure actuelle, le Canada détient 70 p. 100 du marché égyptien. »

En tant que délégué commercial en chef et sous-ministre adjoint au ministère canadien des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), John Gero est fier du travail accompli par Magdy Ghazal et les nombreux autres fonctionnaires affectés à la prestation des programmes et des services

destinés aux exportateurs canadiens. « Notre équipe est notre actif — à valeur ajoutée — le plus précieux; sans elle, nous ne pourrions faire grand-chose pour les gens d'affaires canadiens », affirme-t-il.

M. Gero fait allusion aux employés du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC). En plus du personnel en poste à Ottawa, 530 professionnels du commerce sont répartis entre 140 bureaux dans le monde entier.

Le gouvernement déploie beaucoup d'efforts pour négocier des accords commerciaux permettant aux gens d'affaires canadiens d'avoir accès aux marchés et de tirer parti des débouchés. « Les accords ouvrent les portes, reconnaît M. Gero, mais la détermination et l'expertise des membres de notre personnel pèsent souvent lourd dans la balance lorsqu'un contrat international est attribué. Leur connaissance des marchés extérieurs et les relations qu'ils entretiennent avec les administrations et les entreprises étrangères peuvent aider grandement les entreprises à réussir sur la scène mondiale. »

Des entreprises en tous genres comptent sur le SDC, des petites et moyennes entreprises qui en sont à leurs premières armes à l'étranger aux sociétés expérimentées qui cherchent à accroître leur part des marchés extérieurs.

Que ce soit pour comprendre les pratiques commerciales d'un pays, mieux connaître un marché cible ou la réglementation, trouver un partenaire commercial ou conclure un marché, les agents du SDC en poste à Atlanta, à Londres, à Mexico, à Singapour et ailleurs aident les gens d'affaires canadiens à tirer le meilleur parti possible des possibilités qui s'offrent à eux.

Il y a quelques années, le MAECI a procédé à une refonte en profondeur



photo : Banque d'images du MAECI (BICS)

du SDC. « Nous avons analysé attentivement les types de services proposés, ainsi que les ressources et le temps consacrés à la prestation de ces services. Nous voulions nous assurer que nous répondions aux attentes des clients avec un maximum d'efficacité et d'efficience », relate M. Gero.

Un sérieux engagement à offrir six services de base (voir l'encadré de la page 10) en a résulté. « Ce sont les services qui, selon nos clients, sont susceptibles de les aider à réussir », précise M. Gero.

Évaluation du potentiel

Le premier service de base consiste à aider les entreprises à jauger les possibilités offertes par un marché. Les agents du SDC leur donnent des conseils sur les pratiques commerciales de la région, leur décrivent les principaux obstacles et la réglementation, et les informent des activités à venir telles que les foires, les conférences, les séminaires et les missions commerciales.

« Une fois que nous avons évalué le marché avec le client, nous pouvons l'aider à déterminer si le jeu en vaut la chandelle et lui proposer une marche à suivre afin d'aller de l'avant », explique un agent du SDC.

International Datacasting Corporation (IDC), une entreprise canadienne qui a remporté plusieurs prix, a bénéficié de ce service. Le succès remporté par sa technologie à large bande a amené la société d'Ottawa à faire des affaires dans plus de 35 pays.

« Dans un nouveau marché, nous commençons généralement par appeler le SDC, dit Diana Cantø, de la société IDC. Ses agents sont extraordinaires. Ce sont nos antennes dans la région. Ils nous aident à entrer en contact avec les bonnes personnes et à régler des problèmes. Enfin, le son de cloche du SDC est très utile lorsque nous faisons des séances de remue-méninges ou voulons connaître la valeur de nouvelles idées. »

Réseautage

L'entreprise qui a décidé de faire son entrée dans un marché doit établir des contacts et des relations d'affaires. Les agents du SDC peuvent lui communiquer une liste d'acheteurs, de distributeurs, d'associés éventuels ou d'autres personnes clés.

Joanne Smith, agente du SDC à Rome, raconte comment ce service a récemment porté fruit pour une entreprise québécoise. « Nous avons aidé un important fournisseur de services de formation et de logiciels destinés à l'industrie aéronautique à trouver un représentant en Italie. La société, Adacel Inc., a décroché son premier contrat dans ce pays en juillet 2002. Adacel a d'abord communiqué avec le SDC en 2000 afin d'obtenir de l'aide pour faire des affaires en Italie. À partir de la liste que nous lui avons fournie, l'entreprise a arrêté son choix sur un expert en aérospatiale ayant des relations dans l'industrie. Adacel a ensuite damé le pion à des concurrents

italiens de taille lorsque l'autorité italienne du contrôle de la circulation aérienne a choisi son simulateur de contrôle aérien, un contrat de 3,2 millions de dollars. »

Il arrive qu'une entreprise reçoive une proposition d'affaires spontanée. Avant d'y donner suite, il est capital de recueillir le maximum de renseignements sur l'associé éventuel, sur ses activités et sur ce qu'il a à offrir. C'est là que le SDC peut entrer en scène avec son troisième service de base : la communication de renseignements actuels et fiables sur les entreprises et les organismes locaux.

Au bureau du SDC à Ho Chi Minh-Ville, au Vietnam, Francis Uy a pu constater que ce service peut donner des résultats tangibles. « Depuis un an, nous aidons une entreprise québécoise, Gepay International, à cerner les besoins en formation professionnelle de l'industrie vietnamienne du soudage. La demande de soudeurs qualifiés au Vietnam est particulièrement forte dans les entreprises pétrolières et gazières, ainsi que dans celles de la construction navale, industrielle et civile. Cependant, les établissements de formation locaux n'ont pas l'équipement et les ressources nécessaires pour assurer cette formation spécialisée, ce qui crée une demande pour l'expertise de Gepay. Nous avons organisé des rencontres entre l'entreprise et des représentants d'établissements d'enseignement technique et professionnel, ainsi que d'entreprises pétrolières et gazières. Suite à ces rencontres, Gepay a amorcé des négociations en vue de la conclusion d'une entente avec des centres de formation vietnamiens », explique M. Uy.

Renseignements en vue de l'organisation de visites

Les entreprises qui ont un marché en perspective font également appel au SDC avant de se rendre sur place. « Si le représentant d'une entreprise demande des renseignements sur un marché à un des agents du SDC, celui-ci pourra lui indiquer à quel moment il serait souhaitable de faire une visite et comment l'organiser », mentionne M. Gero. Les agents peuvent donner des conseils sur des questions telles que les formalités douanières, le transport local, les services de soutien,

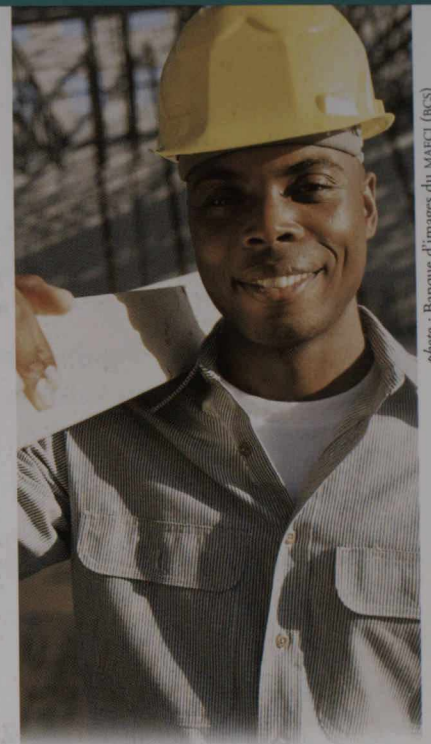


photo : Banque d'images du MAECI (BCS)

les services d'interprétation et de traduction, et l'hébergement. Durant une visite, il est essentiel que les représentants d'entreprise rencontrent les agents du SDC afin d'expliquer leurs besoins et d'obtenir de l'information sur l'évolution récente du marché cible.

Hemant M. Shah, PDG de Cubex Limited, de Winnipeg (Manitoba), est reconnaissant de l'aide que le SDC lui a apportée. À son arrivée au Canada en 1978, il n'a pas tardé à analyser les possibilités d'exportation en Inde, son pays d'origine. D'entrée de jeu, il a pu compter sur le soutien du Centre du commerce international de Winnipeg. « Les agents qui se sont occupés de moi m'ont donné des conseils et m'ont encouragé », précise-t-il. Les agents du SDC en poste à Bombay (maintenant Mumbai) ont également apporté leur concours. Grâce au réseau de contacts développé durant ces premières années, M. Shah a accumulé les succès à l'exportation, réussissant notamment à vendre du matériel agricole et des pois secs.

En 1998, M. Shah a formé une coentreprise avec un associé d'Hyderabad, en Inde, qui lui avait été présenté par le SDC. Au départ, KLR-Cubex International Ltd. voulait mettre au point une machine de forage souterrain adaptée au contexte indien. La société a depuis ajouté à sa gamme de produits des systèmes d'entretien municipal tels que des autobalayeuses et de l'équipement de curage d'égoûts.

Les six services de base du SDC

- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements concernant les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Résolution de problèmes

Le sixième service de base, soit le dépannage, consiste à aider les entreprises à résoudre les problèmes auxquels elles sont confrontées sur un marché.

« Dans bien des pays, les négociations sont beaucoup plus formelles qu'en Amérique du Nord. Les parties ne peuvent conclure un accord de principe tant que des questions techniques demeurent en suspens, indique Don Campbell, président du groupe chargé de la formation et de la simulation militaire chez CAE Inc., de Montréal (Québec). On doit être bien préparé et s'attendre à ce que les négociations soient longues et animées. »

M. Campbell ajoute que les négociations ne sont qu'une des variables de l'équation lorsque l'on est en lice pour l'obtention d'un contrat. Il convient également d'entretenir des relations avec les autorités compétentes, tout particulièrement dans le cas des contrats publics. Pour CAE, le SDC s'est avéré d'une aide inestimable en établissant de tels contacts et en la dépannant, au besoin. « Si nous sommes confrontés à un obstacle, nous savons que nous pouvons compter sur le soutien du SDC pour le contourner. »

Dans bien des cas, le client utilise tous les services de base du SDC ou presque, et même d'autres services. Doreen Steidle, haute-commissaire du Canada à Singapour, se souvient d'un dossier révélateur à cet égard : un projet visant à améliorer la sécurité des autobus scolaires à l'aide d'une application de pointe de localisation par satellite mise au point par Unity Integration Corp., de Vancouver (Colombie-Britannique). Les agents du SDC ont pris une part active à la conception du projet afin de concrétiser la vision. Résultat? Le projet a rapidement été réalisé à titre expérimental dans une école locale. « Voilà un exemple de réussite qui va au-delà de la sphère commerciale pour laisser une empreinte indélébile sur la communauté locale, qui continuera d'apprécier les bienfaits de cette trouvaille canadienne », de dire M^{me} Steidle. ♣

UNE CARRIÈRE SANS FRONTIÈRES

Pour trois nouveaux délégués commerciaux, entrer au Service extérieur canadien n'était que la première étape. Après une formation pratique rigoureuse à Ottawa... le monde.

Eugénie Cormier-Lassonde, journaliste chez Reuters, a vu une affiche de recrutement à l'Université de Montréal, où elle étudiait les sciences économiques à temps partiel.

François Lasalle, commissaire industriel dans une municipalité régionale de comté (MRC) du Québec, a pris connaissance de la possibilité d'emploi dans le quotidien montréalais *La Presse*.

Enseignante ayant de l'expérience outre-mer, Nira Shearer a eu l'idée de postuler en visitant le site Web du Service extérieur.

Tous trois font maintenant carrière au sein du Service des délégués commerciaux du Canada, qui est rattaché au Service extérieur canadien.

« Les délégués commerciaux forment un groupe exceptionnel de professionnels dévoués qui remuent ciel et terre pour aider les entreprises canadiennes à réussir à l'étranger, souvent dans des circonstances très difficiles », affirme le ministre du Commerce international Pierre Pettigrew.

Chaque année, quelque 6 000 personnes posent leur candidature à un poste d'agent du Service extérieur. Une soixantaine seulement sont retenus. Ce sont des gens de tous les horizons. Par exemple, Eugénie connaît un cinéaste et un physicien de l'Université Yale qui ont mis à contribution leur expertise et leur façon de voir au Service extérieur canadien.

Le commerce est un des quatre parcours qui s'offrent aux candidats, les autres étant l'immigration, les affaires consulaires et les affaires politiques.

Quel que soit le parcours choisi, le processus de sélection est le même. Tout d'abord, le candidat doit subir trois examens : l'examen de recrutement des diplômés, l'examen de compétence en communication écrite et l'examen de jugement situationnel pour le Service extérieur. S'il réussit les examens, le candidat est convoqué à



photo : Christine Le Blain

une entrevue par un comité de la Commission de la fonction publique. Enfin, s'il satisfait aux critères relatifs à la santé, à la sécurité et aux compétences linguistiques, il est prêt à relever un des défis les plus imposants et les plus gratifiants de son existence.

Le commerce était le premier choix d'Eugénie, de François et de Nira.

« Le commerce m'intéressait, parce que c'est très concret et axé sur les résultats, explique Nira. Le fait d'avoir à travailler surtout avec des Canadiens du secteur privé, entre autres des entrepreneurs, des exportateurs et des investisseurs, a également joué. Avant toute chose, je considère le commerce comme un domaine où l'on peut obtenir des résultats bénéfiques non seulement pour le pays dans son ensemble, mais également pour les Canadiens et leur famille. »

Eugénie est sensiblement du même avis : « J'estimais que le commerce me donnerait la possibilité de collaborer étroitement avec des Canadiens, afin de les aider à réaliser leurs objectifs et leurs ambitions, et que je pourrais, à tout le moins un peu, contribuer à leur succès. De surcroît, leur réussite crée des emplois et accélère la croissance chez nous. »

« C'était pour ainsi dire déjà mon domaine, dit François. Je travaillais depuis six ans au conseil de

François Lasalle au Topkapi Palace à Istanbul, en Turquie, avec son fils Raphaël



Nira Shearer (à gauche) et Eugénie Cormier-Lassonde à l'administration centrale à Ottawa

développement économique d'une MRC du Québec. En tant que commissaire industriel, il m'appartenait d'aider les gens à créer leur entreprise. J'aimais vraiment mon travail. Je considérais qu'il y avait beaucoup de points communs entre ces fonctions et la filière commerce. »

Bien entendu, les voyages constituent un autre attrait. Cependant, les nouveaux agents du SDC sont d'abord affectés au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, à Ottawa, pour une année ou

deux. Durant cette période, ils suivent une formation de base en commerce ou dans un des trois autres parcours de carrière.

François a travaillé pendant deux ans à la Direction générale des communications en qualité d'agent de relations avec les médias. Nira a passé un an à la Direction des pays Baltes, de l'Europe centrale et de la Méditerranée orientale. Pour sa part, Eugénie fait partie du personnel de la Direction de l'Europe de l'Est depuis six mois seulement.

Les nouveaux agents suivent une formation et acquièrent une expérience pratique à l'administration centrale. Ils travaillent avec diverses directions géographiques à Ottawa et des bureaux commerciaux dans le monde entier. De plus, ils sillonnent le Canada pour rencontrer des exportateurs, des associations sectorielles, des organismes provinciaux et municipaux, et d'autres groupes qui s'intéressent au commerce.

Après avoir terminé leur formation initiale à Ottawa, les nouveaux venus

peuvent poser leur candidature à un poste à l'étranger en indiquant leurs trois affectations préférées. Nira s'envolera bientôt pour le Kazakhstan. Après seulement un an à l'administration centrale, elle considère qu'il s'agit d'une occasion extraordinaire. « Je suis impatiente de commencer, souligne-t-elle. Je voulais travailler à l'étranger, alors quand j'ai appris qu'un poste était libre au Kazakhstan, je n'ai pas hésité. » Elle apprend le russe et sera prête à entrer en fonction en septembre 2003.

François travaille déjà au bureau d'Ankara du SDC, en Turquie. Dans son cas, ce n'est pas l'emplacement qui a été décisif. « J'accordais de l'importance au pays où j'allais me retrouver, tout particulièrement parce que j'ai une famille, mais je me souciais tout autant des personnes que je côtoierais, de même que de la nature de mon travail, reconnaît-il. La Turquie est une affectation très intéressante; les gens y sont enthousiastes et dévoués. Il y a des défis stimulants à relever dans ce

JEUNESSE

DÉVELOPPEZ DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES INTERNATIONALES

Pour les jeunes du Canada qui souhaitent acquérir de l'expérience de travail à l'étranger, Jeunes professionnels à l'international est un bon tremplin.

En Nouvelle-Zélande, une jeune Saskatchewanaise de la nation Whitebear analyse la protection des intérêts des Maoris. À Genève, un jeune Ontarien travaille pour les Nations Unies dans le domaine de la prolifération des missiles. À Washington, un jeune malvoyant de Terre-Neuve-et-Labrador élabore un projet portant sur la sécurité des piétons aveugles.

Comme des centaines d'autres jeunes, ces trois Canadiens sont parrainés par Jeunes professionnels à l'international (l'ancien Programme de stages internationaux pour les

jeunes), une initiative du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Cette initiative, qui s'inscrit dans le cadre de la Stratégie emploi jeunesse du gouvernement du Canada, vise à aider les jeunes du pays à développer les compétences que requiert l'économie mondiale. Il offre une première expérience de travail rémunéré, axée sur la carrière, à l'étranger. Il s'adresse aux Canadiens de 18 à 30 ans, sans emploi ou sous-employés, qui ne sont pas inscrits à un programme d'études, et qui sont désireux de travailler à l'étranger afin de lancer leur carrière.

David Belluz a participé à ce programme qui lui a permis de faire ses débuts en tant que cinéaste. Il dirige maintenant sa propre entreprise.

Le jeune cinéaste en herbe originaire de la Saskatchewan a fait parvenir à Cooper Rock Pictures, de Regina, un documentaire de démonstration qu'il avait tourné. Avec l'appui de Jeunes

professionnels à l'international et de l'Association canadienne de production de films et de télévision, il a fait un stage chez Cooper Rock et a réalisé plusieurs documentaires à Gulu, dans le Nord de l'Ouganda, dont un film sur les 300 000 personnes déplacées de cette région.

Avec l'aide de Cooper Rock, David Belluz a supervisé ses projets à toutes les étapes, de la conception à la postproduction. Il a ensuite créé son entreprise, Alethia Productions Inc. En collaboration avec Cooper Rock, il a convaincu trois télédiffuseurs de financer intégralement son film *Ebola War: The Nurses of Gulu*.

Pour David Belluz et des centaines d'autres jeunes, Jeunes professionnels à l'international n'était qu'un début.

Grâce à ce programme, des jeunes Canadiens ont effectué des stages dans des organismes de quelque 115 pays, dont l'Institute for Education in Democracy à Nairobi, au Kenya; le

ÉQUIPE CANADA :

emplois et croissance

Plutôt que de boire de la tequila, des consommateurs avertis de Tijuana à Oaxaca, au Mexique, se délectent de la vodka Canadian Iceberg.

Ce produit fin est fabriqué à partir de l'eau extraite des icebergs qui flottent au large de Terre-Neuve-et-Labrador — l'eau la plus pure au monde — et de maïs sucré canadien. L'an dernier, les ventes au détail de ce produit se sont chiffrées à environ 10 millions de dollars dans 14 pays. Canadian Iceberg a récemment percé le marché mexicain grâce aux efforts d'Équipe Canada, le programme le plus prestigieux du Service des délégués commerciaux.

Les missions d'Équipe Canada sont dirigées par le premier ministre, le ministre du Commerce international, les premiers ministres des provinces et les dirigeants des territoires. Ce partenariat unique vise à accroître les échanges commerciaux afin de créer des emplois au Canada et d'y accélérer la croissance.

De plus, le ministre du Commerce international est souvent à la tête d'autres missions commerciales canadiennes. Elles sont semblables aux missions d'Équipe Canada sauf que le premier ministre et les dirigeants provinciaux et territoriaux n'y participent pas.

En juin 2002, dans le cadre d'une mission commerciale au Mexique, Canadian Iceberg a conclu une entente de trois ans d'une valeur de 2 475 000 \$, qui confère à Comercializadora Los Agaves l'exclusivité de la distribution de ses produits dans ce pays.

Le président de la société, Gary Pollack, qui souhaitait trouver de nouveaux circuits de distribution pour sa vodka primée, en était à sa troisième participation à une mission organisée par le gouvernement du Canada. Les deux premières missions ont également donné des résultats impressionnants : une entente de 7 millions de dollars pour promouvoir les ventes en Russie



et la signature d'un contrat de distribution à Hong Kong donnant accès au marché de la Chine continentale.

Les missions d'Équipe Canada renforcent les liens commerciaux, politiques, éducatifs et culturels du Canada avec d'autres pays. La présence et l'appui du premier ministre et d'autres chefs de gouvernement permettent aux entreprises canadiennes de bénéficier d'un accès unique à des décideurs économiques clés et leur donnent une grande visibilité.

En organisant de telles missions, le Canada indique clairement qu'il est déterminé à faire des affaires avec les pays visités. Ces missions rehaussent le prestige et la crédibilité du Canada tout en aidant les exportateurs débutants et chevronnés à se positionner avantageusement sur les marchés mondiaux.

Figurent au nombre des participants à ces missions : des exportateurs, des dirigeants d'établissements d'enseignement, des représentants des secteurs des arts, de la culture et du tourisme, des représentants de PME, ainsi que des Autochtones, des jeunes et des femmes qui dirigent des entreprises.

En 1994, Équipe Canada a effectué sa première mission en Chine. Sa dernière mission, qui remonte à 2002, a eu lieu en Russie et en Allemagne. En tout, elle a à son actif sept missions, auxquelles ont participé quelque 2 800 représentants d'organisations et d'entreprises canadiennes, et qui ont généré des nouveaux contrats d'une valeur de 30,6 milliards de dollars. Il ne faudrait pas non plus passer sous silence les centaines d'entreprises et de projets qui ont vu le jour grâce à ces missions. 🍁

Pour plus de renseignements :
www.equipecanada.gc.ca

Le ministre du Commerce international Pierre Pettigrew s'adresse à des représentants d'entreprise en 2002 à l'occasion de la mission commerciale d'Équipe Canada en Allemagne.

pays du fait qu'il émerge à peine d'une grave récession et que les débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes ne cessent de croître. C'est un endroit emballant. »

Eugénie n'a pas encore arrêté son choix sur l'un ou l'autre des bureaux du SDC. « Après seulement six mois à l'administration centrale, j'ai beaucoup appris. J'avais choisi de suivre une formation de deux ans avant de tenter d'obtenir un poste à l'étranger. Bientôt ce sera le temps pour moi de chercher un poste dans un endroit où je pourrai être utile. J'ai hâte d'entreprendre ma nouvelle carrière », confie-t-elle. 🍁

Pour obtenir des renseignements sur une carrière au Service extérieur : www.dfait-maeci.gc.ca/departement/service/menu-fr.asp

Centre des Caraïbes du Programme du Commonwealth pour la jeunesse à Georgetown, au Guyana; et la Chambre de commerce Canada-Philippines, à Manille. Le programme a aussi donné l'occasion à des jeunes de travailler dans des sociétés comme Entreprise Berthier au Costa Rica; Amisk Czech, un constructeur de maisons à charpente d'acier en République tchèque, qui appartient à des intérêts canadiens; et Trinôme Inc., une société de production cinématographique de Montréal. 🍁

Pour plus de renseignements sur Jeunes professionnels à l'international :

www.dfait-maeci.gc.ca/interns

SUR LE WEB

L'exportation présente de nombreux défis, surtout pour ceux et celles qui en sont à leurs premières armes. Heureusement, il existe toute une gamme de services pour faciliter la tâche.

Service en ligne

Le Délégué commercial virtuel compte parmi les programmes les plus récents et les plus novateurs que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ait mis de l'avant pour promouvoir l'exportation. Ce service en ligne s'adresse aux exportateurs canadiens qui désirent obtenir de l'information sur les personnes-ressources et les débouchés à l'étranger.

Le Délégué commercial virtuel se met à l'œuvre dès qu'une entreprise canadienne s'inscrit sur le site Web du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC). Le nouveau client a accès à sa page Web personnalisée, qui renferme des liens vers les délégués commerciaux responsables des secteurs d'activité de ses marchés cibles. On y trouve également les dernières études de marché, les débouchés, les activités commerciales et les nouvelles susceptibles d'intéresser le client.

Par l'entremise du Délégué commercial virtuel, les entreprises peuvent s'inscrire à des séminaires ou à des missions commerciales et demander à recevoir l'un des six services de base

du SDC (voir l'encadré de la page 10). De plus, les clients se font connaître auprès des délégués commerciaux du monde entier.

Pour faire une visite guidée du Délégué commercial virtuel ou pour s'inscrire en ligne et avoir accès à une page Web personnalisée : www.infoexport.gc.ca

Repérage électronique

Pour réussir en affaires, il faut être au courant des débouchés. C'est pourquoi le Centre des occasions d'affaires internationales offre aux exportateurs canadiens un service unique de repérage électronique, le service e-Leads. Grâce à e-Leads, les utilisateurs sont informés par courrier électronique des possibilités d'affaires offertes par des acheteurs étrangers.

Ce service est offert gratuitement aux entreprises canadiennes. Il leur suffit d'établir leur profil et d'indiquer leurs préférences en matière d'exportation.

Pour plus de renseignements : www.e-leads.ca/cancompanies/default-f.asp

Cap sur de nouveaux marchés

Le Centre des études de marché du SDC produit de la documentation qui aide les exportateurs canadiens à trouver de nouveaux marchés pour leurs produits et services.

Les études et profils de marché par pays et par secteurs que prépare le Centre portent sur un large éventail d'activités, de l'agroalimentaire et de la bio-industrie aux technologies de l'information et des communications. Plus de 1 000 études et profils de marché sont actuellement accessibles dans le site Web du SDC (www.infoexport.gc.ca).

CanadExport vous informe

Toutes les deux semaines, quelque 70 000 entreprises canadiennes reçoivent *CanadExport*, un bulletin gratuit sur le commerce international et les occasions d'investissement à l'étranger.

Un réseau qui facilite l'exportation

Un immense réseau a été mis en place afin d'aider les gens d'affaires canadiens désireux d'exporter. Il s'agit d'Équipe Canada inc (ECI) qui regroupe plus de 20 ministères et organismes fédéraux; des administrations provinciales, territoriales et municipales; des associations industrielles; des établissements d'enseignement; et des entreprises privées.

C'est une solution à guichet unique : toutes les organisations du Canada qui s'intéressent au commerce y sont représentées.

Si une entreprise veut exporter de l'orge en Arabie saoudite, par exemple, ECI peut la mettre en rapport avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, l'association du secteur et le Service des délégués commerciaux du Canada.

ECI aide les entreprises à exporter pour la première fois. Les exportateurs expérimentés qui souhaitent pénétrer de nouveaux marchés peuvent aussi faire appel à ses services.

Pour connaître toute la gamme des services offerts par Équipe Canada inc, composez le 1 888 811-1119 ou consultez le site ExportSource (exportsource.gc.ca), la meilleure source canadienne d'information en ligne sur l'exportation.

CanadExport fournit de l'information sur les possibilités d'exportation, sur les foires et les missions commerciales ainsi que sur les conférences d'affaires. Le bulletin renferme des articles sur les marchés internationaux et sur des exportateurs canadiens qui ont vu leurs efforts couronnés de succès. C'est une source de conseils précieux qui aident les entreprises canadiennes à devancer leurs concurrents.

Pour plus de renseignements ou pour s'abonner : www.infoexport.gc.ca/canadexport

Le rendez-vous des entrepreneures canadiennes

Le site Web « Les femmes d'affaires et le commerce » s'adresse aux femmes qui dirigent des entreprises et souhaitent exporter ou améliorer leur performance à l'exportation.

On y trouve des conseils pratiques de femmes d'affaires chevronnées, ainsi que de l'information sur des activités commerciales et des possibilités d'affaires. Le site comprend également une liste des coordonnées de personnes-ressources clés au sein d'associations régionales, nationales et internationales, d'organismes d'aide gouvernementale et d'institutions financières.

Pour plus de renseignements : www.infoexport.gc.ca/businesswomen ✪

Le Canada rend hommage à ses grands exportateurs

Chaque année, les Prix d'excellence à l'exportation canadienne sont attribués aux entreprises canadiennes qui se sont illustrées sur les marchés internationaux grâce à leur talent et à leur esprit d'innovation.

« Les exportateurs canadiens sont reconnus partout dans le monde pour leur esprit d'innovation et l'excellence de leurs produits et services, a déclaré le ministre du Commerce international Pierre Pettigrew. Leurs réalisations aident le Canada à demeurer un chef de file dans le domaine du commerce international. Nous voulons attirer l'attention sur les entreprises qui se mesurent avec succès aux meilleurs au monde. »

Depuis 1983, plus de 200 entreprises ont reçu un prix en reconnaissance de leur réussite au-delà de nos frontières. Cette année, les noms des finalistes seront annoncés en juillet. Les lauréats et l'entreprise exportatrice de l'année seront honorés au cours d'une cérémonie et d'un dîner de gala qui se tiendront à Toronto, en novembre 2003.

NOUVELLES EN BREF

Nouveau mécanisme pour faire échec au commerce des diamants de la guerre

De par leur petite taille et leur grande valeur, les diamants se négocient facilement. C'est la monnaie d'échange idéale pour financer une guerre.

Toutefois, un nouveau mécanisme international viendra remédier à la situation.

À la fin des années 1990, le trafic illicite des diamants bruts a favorisé l'éclosion de conflits armés en Angola, en Sierra Leone, en République démocratique du Congo et ailleurs. À mesure que le problème des « diamants de la guerre » prenait de l'ampleur, le commerce sans entrave de ces pierres précieuses compromettait la légitimité de l'industrie du diamant.

Le Conseil de sécurité des Nations Unies a donc instauré des sanctions afin de mettre un terme au commerce des diamants provenant des zones de conflit. Cependant, il convenait d'aller plus loin encore.

En mai 2000, les pays d'Afrique australe ont pris le relais et ont enclenché le Processus de Kimberley pour renforcer le contrôle et accroître la transparence du commerce des diamants. Au 1^{er} janvier 2003, le Canada et plus de 30 autres pays avaient adhéré à ce mécanisme qui oblige les exportateurs et les importateurs à obtenir un certificat d'origine auprès d'un gouvernement pour chaque diamant. On cherche ainsi à empêcher que les diamants de la guerre ne soient écoulés sur le marché officiel.

Dans le cadre du Processus de Kimberley, les diamants bruts exportés du Canada auront une attestation de légitimité, et seuls les diamants régis par ce mécanisme pourront être importés au pays. Les peines prévues vont des amendes et de l'incarcération à la perte de la licence d'exportation ou d'importation.

Les recommandations du Forum national des jeunes

Du 21 au 24 mars dernier, Ottawa a accueilli le Forum national des jeunes 2003. À cette occasion, plus de 120 jeunes de 18 à 21 ans, provenant de toutes les régions du Canada, ont pris part aux discussions organisées

par le Centre canadien pour le développement de la politique étrangère (CCDPE). Le Forum avait pour thème « Le prochain Canada et le monde que nous voulons ».

« J'estime important que nos jeunes se prononcent sur l'avenir de la politique étrangère du

Canada. Dans le cadre du Dialogue sur la politique étrangère, le gouvernement a réservé un bon accueil au rapport et aux recommandations émanant du Forum national », a déclaré le ministre des Affaires étrangères Bill Graham.

Le dernier jour de l'événement, les participants ont présenté à M. Graham des recommandations et des conseils clés relativement aux trois piliers de la politique étrangère canadienne, soit la sécurité, la prospérité, et les valeurs et la culture.

Les jeunes participants représentaient sept organismes partenaires : l'Association canadienne pour les Nations Unies; Jeunesse Canada Monde; le YMCA; la Jeune Chambre du Canada; le Conseil ethnoculturel du Canada; War Child Canada; et l'Association nationale des centres d'amitié.

Le rapport final et les recommandations sont affichés dans le site Web du CCDPE (www.cfp-pec.gc.ca).

Un Canadien devient le premier président de la Cour pénale internationale

En mars 2003, Philippe Kirsch a été élu à l'unanimité président de la nouvelle Cour pénale internationale (CPI) lors de la séance inaugurale, à La Haye, aux Pays-Bas.

M. Kirsch, qui fait partie du Service extérieur canadien depuis 1972, a joué un rôle clé dans le cadre de la création de la CPI. Il a dirigé les négociations qui ont mené à l'adoption du Statut de Rome de la CPI en 1998. De 1999 à 2002, il a également présidé la Commission préparatoire, qui a donné lieu à d'importants instruments subsidiaires tels que les règles de procédure et les règles de preuve. M. Kirsch est une sommité du droit humanitaire et du droit pénal sur la scène internationale, et a fait activement la promotion de la ratification du Statut de Rome.

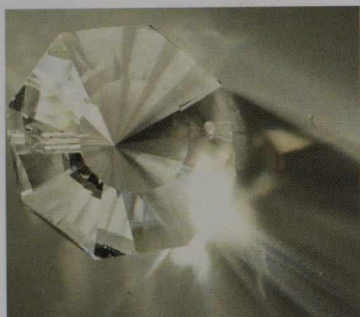
M. Kirsch siégera comme juge de la CPI pendant six ans et a un mandat renouvelable de trois ans en tant que président du tribunal. Akua Kuenyehia, du Ghana, et Elizabeth Odio Benito, du Costa Rica, feront fonction de vice-présidentes.

Le Canada aide les pays en développement à participer aux activités de l'Organisation mondiale du commerce

Le 10 mars 2003, le ministre du Commerce international Pierre Pettigrew a annoncé que le Canada verserait 500 000 \$ afin de favoriser la participation des pays en développement aux activités de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Ce financement fait suite aux engagements pris envers les pays en développement dans le cadre du Programme de Doha pour le développement de l'OMC (voir page 5). On cherche plus précisément à accroître la capacité de négociation des pays en développement, ainsi qu'à les aider à s'adapter aux règles de l'OMC et à s'acquitter de leurs obligations envers l'organisme.

Les 500 000 \$ s'ajoutent à la somme de 1 million de dollars versée par le Canada au Fonds global d'affectation spéciale de l'OMC, de même qu'aux 300 000 \$ remis à l'Institut de formation de l'OMC. 🍁



Aidez-nous à tenir nos dossiers à jour. Si vous changez d'adresse, nous vous prions de nous la retourner sans oublier d'y inscrire votre code client.

Vous pouvez nous communiquer les changements par téléphone ou encore par retour du courrier à Canada — Regard sur le monde.

Au bureau de poste : Si cet envoi ne peut être livré, veuillez retourner à Aylmer (Québec) Canada K1A 1L3.

CALENDRIER

AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL

JUIN

Du 1^{er} au 3 juin
Sommet du G8
Évian, France

Les 2 et 3 juin
**Réunion des ministres du
Commerce de la Coopération
économique Asie-Pacifique (APEC)**
Khon Kaen, Thaïlande

Du 8 au 10 juin
**Assemblée générale de
l'Organisation des États américains**
Santiago, Chili

JUILLET

Le 2 juillet
**Sélection de la ville-hôte des Jeux
d'hiver de 2010 par le Comité
international olympique**
Prague, République tchèque

AOÛT

Les 7 et 8 août
**Réunion ministérielle de l'APEC
sur les petites et moyennes
entreprises**
Chiang Mai, Thaïlande

SEPTEMBRE

Du 10 au 12 septembre
**Conférence
de l'Organisation
du commerce
mondial**
Cancun, Mexique

Du 21 au 23 septembre
**Congrès
de l'Organisation
du commerce
mondial**
Québec (Québec)

Du 29 septembre
au 1^{er} octobre
**Conférence
internationale
sur le changement
climatique**
Moscou, Russie

CULTURE ET ÉTUDES CANADIENNES

AVRIL

Du 3 avril au 30 novembre
Festival Shaw
Niagara-on-the-Lake (Ontario)

Du 10 avril au 9 novembre
Festival Stratford
Stratford (Ontario)

JUIN

Les 25 et 26 juin
Festival du film Banff Mountain
Huaraz, Pérou

Canada regard sur le monde.

--

recevoir
es, et de

gc.ca,

Japon

JUIN

5 juin
Journée mondiale de l'environnement

26 juin
**Journée internationale contre l'abus
et le trafic illicite des drogues**

AOÛT

8 août
**Journée internationale des
populations autochtones**

12 août
**Journée internationale de
la jeunesse**

SEPTEMBRE

9 septembre
Journée internationale de la paix