

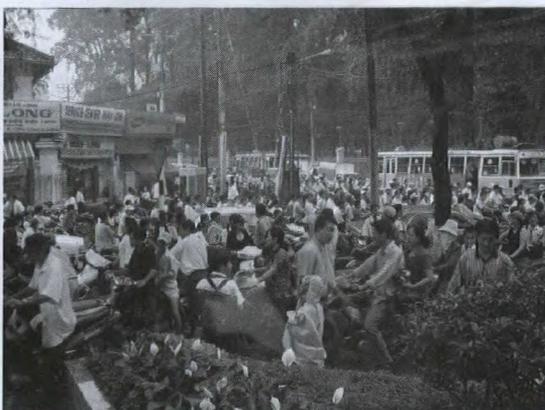


Le Vietnam : une étoile montante vous attend

Dans ce numéro

- 3 Le délégué commercial virtuel
- 4 La Collection Landry en vitrine à New York
Un salon californien des fruits de mer qui promet
- 5 Entente canado-suédoise : services de crédit à l'exportation
Survival Systems profite de la vague
- 8 Foires et missions commerciales

De nos jours, il est difficile d'ouvrir un journal économique sans tomber sur un article décrivant la croissance économique soutenue du Vietnam. Après la Chine, le Vietnam affiche le meilleur rendement économique du millénaire en Asie. De plus, le pays a réussi à maîtriser de façon impressionnante la poussée du SRAS à Hanoi.



Un marché bondé à Hô Chi Minh-Ville

L'attrait du Vietnam pour les investisseurs tient à la progression économique régulière du pays, à sa stabilité politique, à sa population jeune et instruite de quelque 80 millions d'habitants, à la croissance des revenus, à l'expansion du secteur privé et à l'engagement de libéralisation du commerce et de l'investissement pris par le gouvernement. Cette année marque le 30^e anniversaire de l'établissement de relations diplomatiques entre le Canada et le Vietnam.

voir page 6 — Le Vietnam

Vol. 21, n° 13
15 juillet 2003

VACANCES D'ÉTÉ!

Prochain numéro : 2 septembre 2003

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

Dessau-Soprin

Électrification rurale au Pérou

Les cas de collaboration réussie de sociétés d'experts-conseils canadiennes avec la Japan Bank for International Cooperation (JBIC) sont trop peu nombreux. Les barrières linguistiques et culturelles, sans compter la vive concurrence japonaise, font qu'il est très difficile d'obtenir la réalisation de projets financés par cette importante source d'aide publique au développement (APD).

Quand une société d'ingénieurs-conseils canadienne, comme la société montréalaise **Dessau-Soprin Inc.**, joue un rôle majeur dans la réalisation d'un projet d'électrification rurale au Pérou, projet d'une valeur de 60 millions de dollars américains financé par la JBIC, c'est une affaire extraordinaire.

voir page 2 — Dessau-Soprin

Dessau-Soprin Inc.

— suite de la page 1

Fondée en 1957, Dessau-Soprin se spécialise dans les domaines du transport, du génie du bâtiment, de l'eau et des eaux usées, de l'énergie électrique, de l'environnement, de la géotechnique, du génie des matériaux et de l'assurance de la qualité et du développement urbain. L'entreprise est active sur la scène internationale depuis plus de trente ans et a travaillé avec la plupart des banques de développement multilatérales.

L'Electric Frontier Expansion Project (Projet de 5 millions \$ US d'expansion des frontières électriques) de la JBIC, dont la réalisation a été accordée en novembre 2000 et qui a été achevée en mai 2002, visait à étendre les réseaux de transport et

de distribution de l'électricité aux régions rurales du Pérou. La JBIC, qui est l'agence pour l'aide publique au développement du Japon, a fourni le financement pour le projet, commandé par le ministère de l'Énergie et des Mines du Pérou et qui a profité à quelque 300 000 habitants de plus de 600 collectivités.

Dessau-Soprin faisait face à une vive concurrence internationale, notamment des firmes d'ingénierie japonaises. Toutefois, l'entreprise québécoise a monté une excellente proposition, obtenant même la plus haute note possible — 1 000 points — selon le système d'évaluation employé par le Bureau des Nations Unies pour les services d'appui aux projets (UNOPS), organisation engagée par le client péruvien pour garantir la transparence du processus d'adjudication du contrat. Par ailleurs, et de façon exceptionnelle, 100 pourcent de la supervision du projet dans son entier a été attribuée à la firme lavalloise sans l'ajout d'un partenaire japonais.

Compétences locales clés

Une présence locale et l'expérience locale passée ont joué un rôle déterminant dans le succès de la proposition de Dessau-Soprin. L'entreprise conçoit des lignes de transport et des sous-stations au Pérou depuis 1992. En 1998, elle a remporté un Prix d'excellence pour la coopération internationale décerné par Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC) et l'Agence canadienne de développement international (ACDI) pour un projet de remise en état de 1 600 km de lignes de transport le long de la côte péruvienne.

« Il s'agissait d'un projet important qui nous a aidé à bien comprendre le marché péruvien et à nous positionner par rapport à d'autres clients », d'expliquer M. Homero Fuertes, vice-président pour l'Amérique du Sud chez Dessau-Soprin. « De sorte que lorsque ce projet de la JBIC est venu sur le tapis, nous étions déjà là sur le marché, avec tout ce qu'il fallait du point de vue de l'expérience, des compétences et des contacts parmi les ingénieurs locaux. »

Comme le souligne M. Fuertes, le fait de travailler avec des consultants locaux aide beaucoup à être concurrentiel quand il s'agit de projets financés par la JBIC. « La JBIC encourage les consultants japonais à s'associer avec des consultants du pays actifs dans le projet afin de surmonter la barrière linguistique et de mieux comprendre les règlements locaux; aussi cette stratégie a-t-elle constitué une grosse partie de notre proposition. » Au total, Dessau-Soprin a engagé et formé 180 ingénieurs locaux.

Ambassade : source d'information et de contacts

En ce qui a trait aux règlements locaux et à d'autres renseignements, Dessau-Soprin compte aussi sur le réseau commercial canadien à l'étranger. « L'ambassade du Canada à Lima a de très bonnes données sur le pays et sur le gouvernement, et nous nous adressons aussi à elle lorsque nous avons besoin de contacts, » de dire M. Fuertes.

Même si la JBIC ne participe activement ni à l'évaluation des propositions, ni à la supervision du contrat, elle est loin d'être un partenaire passif. Comme l'explique M. Fuertes, des représentants de l'agence de financement font une importante visite de suivi des lieux une fois le projet terminé. À ce sujet, Dessau-Soprin n'a aucune inquiétude: « Ils ont été très satisfaits de la performance exceptionnelle de la firme qui a complété le projet dans les délais fixés et à moindre coût que le budget prévu. »

Il n'est pas surprenant que le projet ait ouvert d'autres possibilités. En mai 2002, Dessau-Soprin, en partenariat avec la Corporation commerciale canadienne, Exportation et développement Canada et Investissement Québec, a signé un protocole d'entente avec le ministère péruvien de l'Énergie et des Mines concernant un projet d'électrification de quelque 3 000 collectivités du Pérou.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Homero Fuertes, vice-président pour l'Amérique du Sud, Dessau-Soprin Inc., tél. : (514) 281-1033, poste 2769, courriel : homero.fuertes@dessausoprin.com.

Rédactrice en chef : vacant
Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**
Rédacteur : **Michael Mancini**

Mise en page : **Yen Le**

Tirage : **55 000**

Téléphone : **(613) 992-7114**

Télex : **(613) 992-5791**

Courriel :

canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Site internet :

www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport

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

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

CanadExport est 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).
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

CanadExport

DÉLÉGUÉ
COMMERCIAL
VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES
PERSONNALISÉS



Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en direct et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Débouchés d'affaires pour les exportateurs canadiens qui veulent faire des affaires en Australie

Vous n'étiez pas au courant?

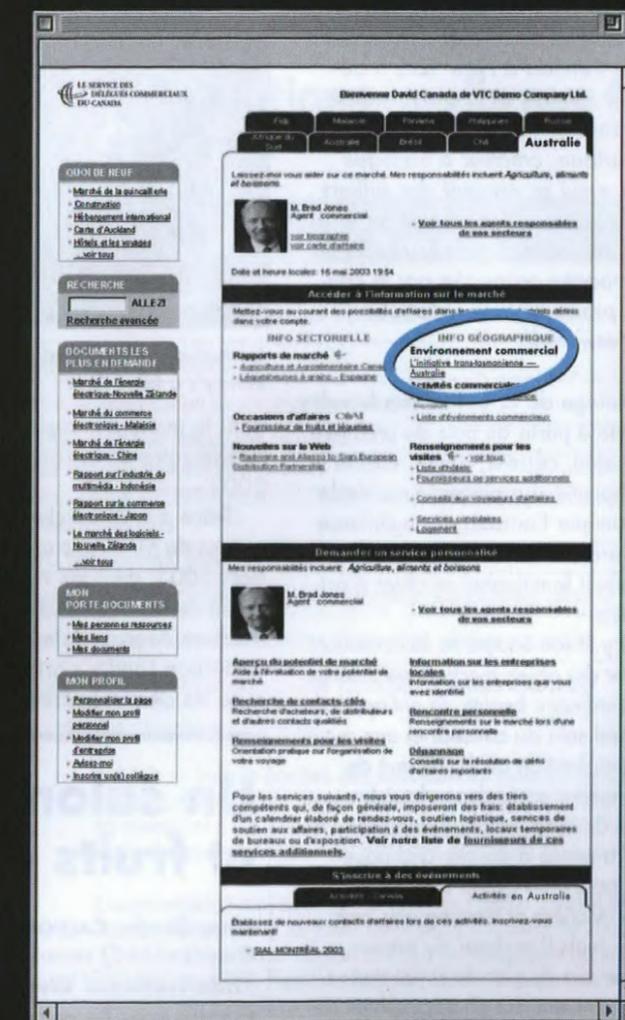
Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de possibilités en vous offrant des renseignements utiles. Allez-y!

CONTACTS

INFORMATION

SERVICE

Inscrivez-vous dès maintenant au www.infoexport.gc.ca et découvrez ce que des milliers d'entreprises canadiennes ont déjà trouvé!



Pour en savoir davantage sur ce service, consultez les prochains numéros de *CanadExport*.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel ou pour vous y inscrire, visitez :

www.infoexport.gc.ca

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

La Collection Landry

Un artisan du Québec en vitrine à New York

Il arrive rarement qu'un exportateur ait non seulement un produit original d'une très grande beauté à offrir, mais un concept de commercialisation non moins attrayant. Pourtant, c'est justement cette perle rare que le consulat général du Canada à New York a découvert l'été dernier en la personne de M. André Landry, de l'Annonciation, ingénieur-artisan, créateur d'horloges « tout bois » qui se vendent des milliers de dollars chacune. Devant tant de talent, faut-il se surprendre du succès remporté par la campagne organisée par le consulat pour promouvoir les créations Landry à New York.

Chaque horloge de la **Collection Landry** est fabriquée à partir de bois de première qualité (acajou, cerisier, noyer, érable et chêne). Chacune des pièces, tirée de la matière brute par l'artisan, est ingénieusement préparée, assemblée et collée. Le résultat : objet fonctionnel et objet d'art, tout à la fois.

M. Landry et son équipe ne se contentent pas de créer des objets fonctionnels uniques d'une extraordinaire beauté, ils ont apporté un très grand soin au concept et aux outils de commercialisation qu'ils utilisent de manière à mettre en évidence la richesse des œuvres de la collection. Non seulement M. Landry a pensé à donner à chaque horloge le nom d'un grand écrivain — Longfellow, Molière et Hemingway, par exemple — mais il a choisi du papier couché pour son dossier de présentation. Ce dernier contient des photographies de très belle facture, la liste des prix et une courte biographie de l'artisan, à la fois intéressante et vivante. Bref, le dossier de présentation respire la qualité.

En plus de fournir la photo et les dimensions de chaque horloge, M. Landry propose diverses options à ses clients éventuels. Et comme l'une d'elles est une boîte à cigares, le consulat a pensé

montrer les horloges au rédacteur de la revue *Cigar Aficionado*. Ce dernier a été à ce point emballé par les horloges qu'il en a présenté une (il a pris la photo dans le dossier de présentation de M. Landry)



Les horloges André Landry dans les vitrines de Barney's à New York.

dans le numéro marquant le dixième anniversaire de la revue, en décembre 2002.

Grâce aux démarches du consulat, les œuvres de M. Landry ont été présentées, en mars 2003, dans les vitrines du magasin-phare de la chaîne Barney's, au coin de Madison Avenue et de la 61^e rue est. La Collection Landry partageait la vedette avec les dernières créations de Versace

et des étoiles montantes de la mode, les créateurs Zac Posen et Behnaz Sarafpour.

Pour tirer le maximum de cette occasion inespérée, le consulat a communiqué avec la boutique-cadeau du American Folk Art Museum, qui a accepté de vendre des pièces de la Collection Landry dans ces locaux tant que ces dernières seraient en vitrine chez Barney's. On avait pris soin d'inscrire l'adresse du Musée dans la vitrine de Barney's en même temps que l'adresse internet de M. Landry (www.collectionlandry.com).

Encouragé par la publicité que lui a valu la présentation de ses œuvres au American Folk Art Museum, qui est mondialement connu, et au magasin branché qu'est Barney's à New York, M. Landry est bien impatient de présenter sa collection dans d'autres grandes villes américaines.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. John McCabe, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à New York, tél. : (212) 596-1657, courriel : john.mccabe@dfait-maeci.gc.ca.

Au calendrier É.-U.

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

Un salon californien des poissons et fruits de mer qui promet

LONG BEACH, CALIFORNIE — 12-14 octobre 2003 — Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) recrute en ce moment des participants pour le pavillon du Canada à l'**International West Coast Seafood Show**. Cette manifestation est l'occasion parfaite pour les entreprises qui souhaitent exploiter le potentiel que représente le marché des fruits de mer en plein essor de l'Ouest américain.

Les débouchés abondent dans les espèces suivantes : crevettes d'eaux froides, moules bleues, flétan frais, morue charbonnière, homard, saumon et produits à valeur ajoutée de toutes sortes. La participation au pavillon du Canada est le moyen le plus sûr et le plus efficace au plan des coûts de montrer vos produits à ces acheteurs.

Pour plus de renseignements sur la procédure à suivre pour exposer à ce salon, communiquer avec M^{me} Lauren Lavigne, d'AAC, tél. : (604) 666-1067, courriel : lavignel@agr.gc.ca, ou avec M^{me} Jane Barnett, tél. : (905) 823-0122, courriel : barnettj@agr.gc.ca, internet : www.westcoastseafood.com.

Le commerce canadien en revue

Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada
Premier trimestre de 2003

Ce bulletin trimestriel porte sur la croissance économique du Canada au cours du premier trimestre de 2003 et souligne sa performance sur le plan du commerce et de l'investissement dans des secteurs et des marchés clés.

L'énergie favorise l'expansion des exportations tandis que les importations chutent

La croissance de l'économie canadienne s'est poursuivie au cours du premier trimestre de 2003, le produit intérieur brut (PIB) réel enregistrant une hausse de 2,4 % sur une base annuelle¹. La croissance de l'économie a donc été plus forte que durant le quatrième trimestre de 2002, où l'expansion n'était que de 1,6 %; ce taux de croissance est également plus élevé que le taux de 1,9 % qu'indiquent les résultats préliminaires des États-Unis pour la même période. Le facteur qui a principalement favorisé la croissance de l'économie canadienne au cours du trimestre était l'accumulation marquée des stocks, ainsi que des dépenses de consommation soutenues. Les dépenses dans le secteur du logement et de la rénovation domiciliaire ont continué à augmenter, alors que celles consacrées à des biens durables — les automobiles, en particulier — ont plafonné par rapport au trimestre précédent. Néanmoins, pour ce qui est de la production, la performance du secteur manufacturier a été mitigée. Alors que la production des fabricants de moteurs et de pièces automobiles enregistrait une hausse au cours du trimestre, on a pu constater un net fléchissement dans d'autres secteurs; le ralentissement des ventes dans les secteurs les plus faibles a contribué à l'accumulation de stocks.

Comptabilisées en dollars courants, les exportations de biens et de services ont augmenté de 0,5 % au cours du trimestre, alors qu'au trimestre précédent, elles avaient chuté de 0,4 %. La forte hausse des exportations d'énergie a été contrebalancée par la baisse qui a touché d'autres catégories de biens ainsi que les services. Les importations ont diminué de 5,4 % pendant le trimestre suite à la contraction des importations de biens et de services dans la plupart des secteurs.

L'amélioration du compte courant du Canada pendant ces trois premiers mois est due en partie à une balance commerciale positive, mais également à la réduction des intérêts (nets) versés aux détenteurs d'investissements directs étrangers (IDE) consentis au Canada.

La création d'emplois a continué à être soutenue au cours du premier trimestre de 2003, l'augmentation nette se chiffrant à 67 300 emplois. La croissance des postes à plein temps a été la plus forte — 84 600

Indicateurs économiques et commerciaux du Canada

Variation en pourcentage des taux annuels du quatrième trimestre de 2002 au premier trimestre de 2003	
PIB réel (taux annualisé)	2,4
Emploi (augmentation du trimestre, niveau)	67 300
Taux de chômage (moyenne trimestrielle)	7,4
Indice des prix à la consommation (du quatrième trimestre de 2002 au premier trimestre de 2003)	
Tous les articles	4,5
IPC fondamental (sauf les aliments et l'énergie)	3,1
Valeur du \$CAN par rapport au \$US (moyenne trimestrielle, niveau)	0,6624
Exportations de biens et de services (annualisé, dollars courants)	-0,5
Importations de biens et de services (annualisé, dollars courants)	-5,4

Source : Statistique Canada

emplois — mais le nombre des nouveaux emplois à temps partiel a baissé. Le taux de chômage moyen s'est établi à 7,5 %, donc à peu près au niveau où il était pendant la même période en 2002 (7,6 %), mais en légère hausse par rapport au trimestre précédent où il se situait à 7 %.

L'augmentation moyenne sur 12 mois de l'Indice général des prix à la consommation (IPC) au cours du premier trimestre de 2003 était de 4,5 %, en hausse par rapport aux 3,8 % enregistrés durant le dernier trimestre de 2002. Parallèlement, l'IPC de référence moyen (excluant les aliments et l'énergie) a augmenté de 3,1 %, en hausse par rapport aux 2,8 % enregistrés au cours du trimestre précédent.

La valeur moyenne du dollar canadien par rapport au dollar américain s'est établie à 0,6624 \$US — une appréciation de 4 % comparativement à la valeur moyenne de 0,6370 \$US enregistrée au quatrième trimestre de 2002.

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

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



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Department of Foreign Affairs and International Trade

Faits saillants des échanges commerciaux et des investissements

Hausse des exportations d'énergie, performance médiocre des autres secteurs

Les exportations de biens et de services canadiens ont augmenté de 0,5 % au cours du premier trimestre (figure 1). La hausse de 2,4 % des exportations de marchandises a été contrebalancée par la baisse de 11,9 % des exportations de services. Sur le plan des importations, le recul de 5,4 % qui a été enregistré touche aussi bien les marchandises que les services.

Même si les exportations de marchandises ont augmenté au cours du premier trimestre, la hausse des exportations d'énergie masque une dégradation des résultats dans les autres secteurs. L'augmentation des prix dans le secteur énergétique, notamment celui du gaz naturel, a projeté les exportations trimestrielles d'énergie au niveau le plus élevé atteint au cours des deux dernières années (figure 2). Dans les autres secteurs de l'économie, la chute des exportations a été particulièrement marquée en ce qui concerne les produits de la foresterie (baisse de 19,5 % ou 1,9 milliard de dollars) et les biens industriels (baisse de 11,2 % ou 2 milliards de dollars). Pour ce qui est des importations de marchandises, la hausse des produits énergétiques (27,9 % ou 1,2 milliard de dollars) et des produits agricoles (9 % ou 0,5 milliard de dollars) a été plus que contrebalancée par une forte baisse dans les secteurs des machines et de l'équipement (14,1 % ou 4 milliards de dollars) et des produits automobiles (7,7 % ou 1,7 milliard de dollars).

Les exportations de marchandises vers les États-Unis ont légèrement augmenté (1 % ou 0,9 milliard de dollars) au cours du trimestre. L'accélération des exportations de biens à destination de l'Union européenne (UE) (en hausse de 2,4 milliards de dollars) et de pays non-membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) (en hausse de 1,2 milliard de dollars) a été la principale cause des gains enregistrés au niveau régional sur le plan des exportations de marchandises. Parallèlement, on a constaté à ce chapitre un déclin des exportations à destination du Japon (en baisse de 0,3 milliard de dollars) et d'autres pays membres de l'OCDE (en baisse de 1,7 milliard de dollars).

La baisse des importations de marchandises provenant des États-Unis a été forte durant le trimestre, se chiffrant à 4,2 milliards de dollars ou 6,4 %. Pour ce qui est du reste du monde, l'augmentation de 0,7 milliard de dollars des importations en provenance de l'UE n'a pas été suffisante pour contrebalancer le déclin qui a affecté tous les autres principaux marchés.

Grâce à la montée des exportations et à la chute des importations, la balance commerciale du Canada sur le plan des marchandises a progressé de 7,6 milliards de dollars au cours du trimestre. La plus forte augmentation à ce chapitre — 5 milliards de dollars — concerne les États-Unis. Quant à la progression touchant l'UE — 1,7 milliard de dollars — elle est entièrement attribuable à une amélioration de la balance commerciale entre le Canada et le Royaume-Uni. La baisse concernant d'autres pays membres de l'OCDE (1,2 milliard de dollars) a été plus que compensée par l'amélioration de la balance commerciale avec le Japon et des pays non-membres de l'OCDE.

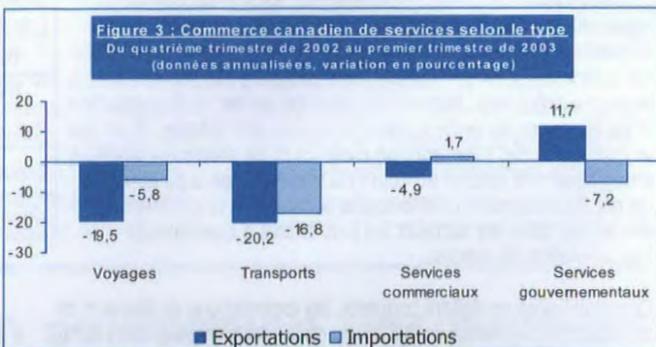
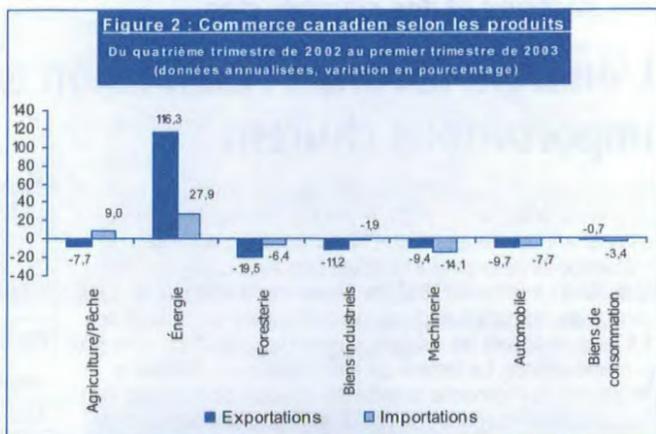
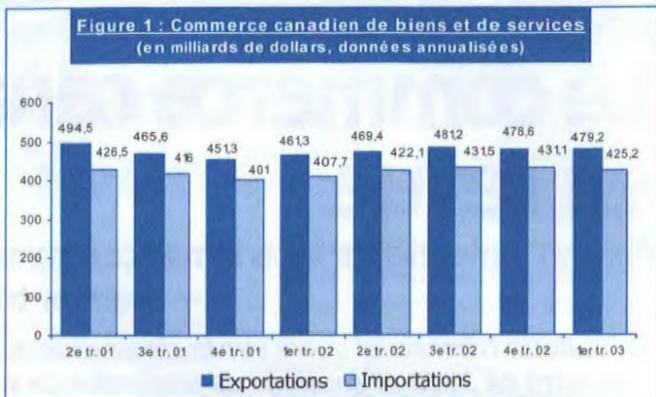
Aggravation du déficit commercial dans le secteur des services

Comme on l'a noté ci-dessus, les exportations de services ont chuté de 11,9 % durant le premier trimestre de l'année, ce déclin étant principalement attribuable aux secteurs du tourisme (baisse de 19,5 % ou 900 millions de dollars), des transports (baisse de 20,2 % ou 644 millions de dollars) et des services commerciaux. La progression des exportations de services gouvernementaux a toutefois limité les pertes dans l'ensemble (figure 3). À noter, en particulier, la chute marquée des exportations de services vers les États-Unis et le Japon. Pour ce qui est des importations de services, on constate également une baisse, moins importante toutefois (4,7 %) que dans le domaine des exportations. La chute des importations de services est surtout notable dans les secteurs suivants : transports (en baisse de 16,8 % ou 660 millions de dollars) et tourisme (en baisse de 5,8 % ou 276 millions de dollars). Le bond de 140 millions de dollars des importations de services commerciaux n'a pas été suffisant pour compenser le recul de tous les autres services importés.

Les exportations de services ayant chuté plus rapidement que les importations, le déficit de la balance commerciale s'est creusé pour atteindre 8,1 milliards durant le premier trimestre, soit 1 milliard de plus qu'au cours du trimestre précédent.

Investissements directs étrangers : sorties de fonds supérieures aux rentrées

L'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) s'est chiffré à 5,6 milliards de dollars durant les trois premiers mois de 2003 — en baisse par rapport au niveau de 6,7 milliards de dollars atteint à la même période en 2002. Même si des augmentations ont été enregistrées dans les secteurs de l'énergie, des machines et des transports par rapport à la même période l'année précédente, un recul des flux trimestriels d'IDCE dans les secteurs des finances et de l'assurance, ainsi que des services et du commerce de détail a plus que contrebalancé ces gains. Sur le plan des destinations, parmi tous les principaux marchés, seuls les États-Unis et l'Union européenne ont bénéficié de flux d'IDCE à la hausse.



Source : Statistique Canada

L'investissement direct étranger (IDE) à destination du Canada s'est chiffré à 3,1 milliards de dollars durant le premier trimestre de 2003 — soit moins d'un cinquième des 16,8 milliards de dollars investis au cours de la même période l'année précédente. Cette contraction des flux d'IDE à destination du Canada a touché principalement les secteurs de l'énergie, des machines et des transports, où une baisse de 90 % a été enregistrée par rapport à la même période l'année précédente. Le recul de l'IDE est attribuable à une réduction des investissements en provenance des États-Unis : alors qu'ils se chiffreraient à 15,5 milliards de dollars durant le premier trimestre de 2002, ils sont tombés, au cours des trois premiers mois de 2003, à 1,5 milliard de dollars. Cette baisse a été compensée en partie par le rétablissement d'IDE s'élevant à 0,4 milliard de dollars en provenance du Royaume-Uni, ce pays n'ayant réalisé aucun investissement de ce type durant le premier trimestre de 2002. Dans l'ensemble, l'excédent trimestriel des sorties de fonds par rapport aux rentrées s'est chiffré à 2,6 milliards de dollars — résultat inverse à celui du premier trimestre de l'année précédente où l'excédent de l'IDE par rapport à l'IDCE avait atteint 10,1 milliards de dollars.

Le Canada puise dans ses réserves officielles de change

Le Canada a réduit ses avoirs de réserve officiels de 2,7 milliards de dollars durant le premier trimestre de 2003, alors qu'à la même période, l'année précédente, ces réserves avaient augmenté de 696 millions de dollars.

Exportations du Canada vers les États-Unis selon la province d'origine

Cette partie du présent rapport comprend une analyse à l'échelle provinciale des exportations de marchandises à destination des États-Unis, dont le but est de déterminer dans quelle mesure il y a recoupement entre la province d'origine et la province de dédouanement, c'est-à-dire l'endroit où les biens exportés sont présumés avoir quitté le Canada et avoir pénétré sur le territoire américain. Les données utilisées pour effectuer cette analyse concernent trois catégories de moyens de transport : route, rail et autres moyens (cette dernière catégorie inclut le transport aérien, maritime, par pipeline et par courrier).

Exportations du Canada vers les États-Unis selon la province

Le tableau 1 présente le total des exportations de marchandises canadiennes à destination des États-Unis, selon la province, au cours de l'année 2002. On trouve sur ce tableau la part, selon la province d'origine et selon la province de dédouanement, des marchandises exportées; par province d'origine, on entend la province dans laquelle le produit a été extrait, fabriqué ou cultivé, alors que par province de dédouanement, on désigne celle où le produit en question a obtenu un congé en douane et a franchi la frontière pour pénétrer sur le territoire des États-Unis.

Comme l'indique clairement le tableau 1, l'Ontario et le Québec arrivent en tête avec environ les trois quarts du total des exportations à destination des États-Unis, quelle que soit la mesure utilisée. L'Ontario est la province qui a produit le plus de biens exportés ensuite aux États-Unis (55,8 % du total des exportations canadiennes à destination de ce pays), suivi du Québec (16,6 %). Pour ce qui est de la province de dédouanement, l'Ontario est toujours en tête, puisque 65,8 % des exportations de marchandises canadiennes vers les États-Unis sont passées par un poste-frontière situé en Ontario, ceux du Québec en traitant 11 %.

La dernière colonne du tableau 1 établit une relation simple entre la part des exportations selon la province d'origine et selon la province de dédouanement. Si la différence (c'est-à-dire la part en tant que province d'origine moins la part en tant que province de dédouanement) est positive, cela signifie que la province en question produit plus de biens pour l'exportation aux États-Unis qu'elle n'en traite à ses postes-frontières. Ainsi, le Québec, les provinces de l'Atlantique (à l'exception du Nouveau-Brunswick) et, plus notablement, l'Alberta sont des provinces où la quantité de biens produits pour l'exportation aux États-Unis est supérieure à celle des biens qui franchissent leurs postes-frontières à destination des États-Unis. À l'inverse, les provinces de l'Ouest (à l'exception de l'Alberta) et, plus notablement, l'Ontario traitent, à leurs postes-frontières, plus de marchandises qu'elles n'en produisent pour exporter aux États-Unis.

Les raisons pour lesquelles les biens produits dans une province ne franchissent pas la frontière dans cette même province sont nombreuses. Par exemple, le pétrole et le gaz ne peuvent franchir la frontière qu'en passant par les réseaux de pipelines établis entre les deux pays. Par ailleurs, les produits exportés par courrier transitent souvent par des centres régionaux ou nationaux, qui assurent

ensuite l'expédition transfrontière. Parfois aussi, tout simplement, la géographie influe sur l'acheminement de la production des provinces qui est destinée à l'exportation. La mesure dans laquelle les provinces contribuent à l'exportation de marchandises produites par d'autres provinces, en assurant leur dédouanement à la frontière avec les États-Unis, est examinée dans la section suivante.

Dédouanement interprovincial des exportations à destination des États-Unis

On trouve, au tableau 2, une tabulation croisée des exportations à destination des États-Unis en 2002, selon la province d'origine et la province de dédouanement. La diagonale (en gras) indique la proportion des biens fabriqués dans une province et physiquement exportés (c'est-à-dire dédouanés à la frontière) directement à partir de cette province. Ce tableau fait ressortir la place importante de l'Ontario dans le dédouanement des marchandises des autres provinces, notamment

des biens d'origine québécoise. Cela contribue aussi à expliquer pourquoi, au tableau 1, la part des exportations selon la province de dédouanement attribuable à l'Ontario était de dix points de pourcentage supérieure à sa part des exportations selon la province d'origine.

Pour ce qui est de l'importance de la production et de l'exportation des marchandises (c'est-à-dire les entrées diagonales du tableau 2), l'Ontario a dédouané quelque 94,4 % de ses exportations vers les États-Unis en 2002, suivi par la Colombie-Britannique (72,7 %), le Manitoba (71,1 %), le Nouveau-Brunswick (56,8 %) et le Québec (54,9 %). Les provinces de l'Atlantique (à l'exception de Terre-Neuve-et-Labrador), privilégient le Nouveau-Brunswick comme point de passage en douane en dehors de la province, suivi de l'Ontario — c'est-à-dire que le Québec a joué, en 2002, un rôle secondaire en tant que point de passage vers les États-Unis pour les provinces de l'Atlantique. En 2002, jusqu'à 43,5 % des exportations québécoises à destination des États-Unis ont été dédouanées en Ontario. Bien que, la même année, le Manitoba ait dédouané

Tableau 1 : Exportations canadiennes à destination des États-Unis, année 2002

	Tous les moyens de transport				Comparaison prov. d'origine et prov. de dédouanement
	Province d'origine	Province de dédouanement	EX millions de \$	Part	
Canada	346 457	346 457	100,0 %	100,0 %	
Terre-Neuve-et-Labrador	4 160	1 162	1,2 %	0,3 %	0,9 %
Île-du-Prince-Édouard	626	36	0,2 %	0,0 %	0,2 %
Nouvelle-Écosse	4 507	3 558	1,3 %	1,0 %	0,3 %
Nouveau-Brunswick	7 383	8 719	2,1 %	2,5 %	-0,4 %
Québec	57 344	38 072	16,6 %	11,0 %	5,6 %
Ontario	193 308	228 031	55,8 %	65,8 %	-10,0 %
Manitoba	7 678	15 042	2,2 %	4,3 %	-2,1 %
Saskatchewan	7 011	13 501	2,0 %	3,9 %	-1,9 %
Alberta	43 877	12 382	12,7 %	3,6 %	9,1 %
Colombie-Britannique	20 516	25 934	5,9 %	7,5 %	-1,6 %
Territoires du Nord-Ouest	48	20	0,0 %	0,0 %	0,0 %

Tableau 2 : Province d'origine des exportations vers les États-Unis par rapport à la province de dédouanement

Province de dédouanement	Province d'origine										
	T.-N.-et-Labrador	Î.-P.-É.	Nouvelle-Écosse	N.-B.	Québec	Ontario	Man.	Sask.	Alberta	C.-B.	T.N.-O.
Terre-Neuve-et-Labrador	26,6 %	S/O	0,0 %	0,2 %	0,0 %	0,0 %	S/O	0,0 %	0,0 %	0,0 %	S/O
Île-du-Prince-Édouard	S/O	5,7 %	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O	S/O
Nouvelle-Écosse	25,4 %	0,1 %	5,8 %	19,1 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %	0,1 %	0,1 %	0,2 %	0,0 %
Nouveau-Brunswick	12,0 %	81,0 %	56,4 %	56,8 %	0,4 %	0,3 %	0,3 %	0,1 %	0,0 %	0,2 %	0,4 %
Québec	14,5 %	1,4 %	6,3 %	5,4 %	54,9 %	2,0 %	1,1 %	0,5 %	1,8 %	3,0 %	0,0 %
Ontario	2,4 %	11,4 %	29,0 %	13,8 %	43,5 %	94,4 %	19,9 %	23,1 %	28,3 %	12,1 %	31,6 %
Manitoba	0,0 %	0,1 %	0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,8 %	71,1 %	21,4 %	13,6 %	2,4 %	0,8 %
Saskatchewan	S/O	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,3 %	1,3 %	29,4 %	20,4 %	8,8 %	0,3 %
Alberta	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,5 %	1,6 %	20,8 %	21,8 %	0,6 %	34,2 %
Colombie-Britannique	19,1 %	0,3 %	2,5 %	4,6 %	0,7 %	1,3 %	4,3 %	4,7 %	13,9 %	72,7 %	10,3 %
Territoires du Nord-Ouest	S/O	S/O	S/O	S/O	0,0 %	0,0 %	S/O	0,0 %	0,0 %	0,0 %	22,4 %

Tableau 3 : Province d'origine des exportations vers les États-Unis selon le moyen de transport, 2002

Province	Part des exportations canadiennes vers les États-Unis selon la province		
	Route	Rail	Autres
Terre-Neuve-et-Labrador	0,3 %	0,0 %	4,9 %
Île-du-Prince-Édouard	0,3 %	0,0 %	0,1 %
Nouvelle-Écosse	1,3 %	0,9 %	1,8 %
Nouveau-Brunswick	1,4 %	1,3 %	5,0 %
Québec	19,2 %	11,7 %	14,3 %
Ontario	64,4 %	67,9 %	20,3 %
Manitoba	2,6 %	1,7 %	1,8 %
Saskatchewan	1,1 %	2,8 %	3,7 %
Alberta	4,0 %	6,2 %	42,6 %
Colombie-Britannique	5,6 %	7,3 %	5,4 %
Territoires du Nord-Ouest	0,0 %	0,0 %	0,0 %

plus de 70 % de ses exportations vers les États-Unis sur son territoire, cette province a aussi fait appel à l'Ontario pour donner le congé en douane de 19,9 % de ses exportations vers les États-Unis, et à la Colombie-Britannique pour le dédouanement de 4,3 % de ses exportations. Aussi bien la Saskatchewan que l'Alberta étaient le dédouanement de leurs exportations à destination des États-Unis sur une assez large étendue géographique qui englobe l'Ontario, les Prairies et la Colombie-Britannique. L'acheminement des exportations d'énergie fossile (pétrole et gaz) de l'Alberta et de la Saskatchewan par pipeline, qui pénètrent en grande partie aux États-Unis à travers d'autres provinces, est l'un des principaux facteurs contribuant à la forte dispersion géographique des provinces de dédouanement des exportations originaires de l'Alberta et de la Saskatchewan. Selon les données américaines sur les importations en provenance du Canada, selon la province¹, en ce qui concerne les marchandises acheminées par voie de surface (ce qui inclut les pipelines), l'Alberta a assuré 84,7 % des importations en provenance du Canada qui ont été transportées par pipeline en 2001, alors que les importations américaines de produits énergétiques originaires de l'Alberta représentaient 72,6 % du total des importations américaines en provenance de l'Alberta au cours de la même année. Comme on l'a déjà noté, la Colombie-Britannique dédouane plus de 70 % de sa production destinée à l'exportation sur son territoire, mais cette province a également fait appel à l'Ontario l'an dernier pour en dédouaner 12,1 % et à la Saskatchewan pour en dédouaner 8,8 %.

Exportations provinciales à destination des États-Unis selon le moyen de transport

Comme on l'a déjà mentionné, les différences entre les exportations provinciales selon la province d'origine et selon la province de dédouanement peuvent être affectées par le moyen ou le mode de transport utilisé pour le passage de la frontière. Le tableau 3 présente les exportations vers les États-Unis selon la province d'origine pour trois catégories de transport — route, rail et autres moyens (à savoir, le transport aérien, maritime, par

pipeline et par courrier), au cours de l'année écoulée. Les exportations vers les États-Unis qui ont été acheminées par route ou par rail en 2002 suivent des tendances similaires à celles qui sont liées à la province d'origine; l'Ontario détient une avance considérable, avec environ les deux tiers de la valeur totale des expéditions, suivi par le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta. Toutefois, en ce qui concerne les autres moyens de transport, les exportations d'énergie par pipeline occupent une place extrêmement importante, et la part de l'Alberta s'est chiffrée à 42,6 % en 2002. Les expéditions vers les États-Unis en provenance de l'Ontario et du Québec, qui ont été acheminées par d'autres moyens de transport, sont en grande partie des exportations à destination des États-Unis acheminées par transport aérien.

Exportations canadiennes à destination des États-Unis selon le poste-frontière

La vaste majorité des exportations de marchandises franchissant la frontière en Ontario, il n'est pas surprenant que les trois postes de douane qui traitent le plus d'exportations soient tous situés dans cette province (tableau 4). Ces trois postes frontaliers — le pont Ambassador à Windsor et les postes de Sarnia et de Fort Erie — ont été les lieux de transit de 191 milliards de dollars d'exportations bilatérales de marchandises, soit juste au-dessous de la moitié du total des exportations canadiennes à destination des États-Unis en 2002. Ainsi, ces trois postes douaniers ont traité près des deux tiers de toutes les exportations acheminées par route, et presque les trois quarts de toutes les exportations expédiées par rail. Toutefois, ils n'ont traité qu'environ un huitième des exportations de marchandises qui n'étaient acheminées ni par route, ni par rail.

Tableau 4 : Exportations canadiennes vers les États-Unis selon le poste-frontière, 2001

Classement	Poste-frontière	Province	Millions de \$	Tous les moyens de transport			Part exportée par	
				Exportations	Part des exportations	Part cumulée	Air, courrier, mer et autres	pipeline,
1	Windsor — Pont Ambassador	Ontario	76 995	19,4 %	19,4 %	76,7 %	19,0 %	4,3 %
2	Sarnia	Ontario	63 778	16,1 %	35,5 %	44,2 %	48,0 %	7,7 %
3	Fort Erie	Ontario	50 016	12,6 %	48,1 %	74,5 %	23,1 %	2,4 %
4	Lacolle	Québec	17 601	4,4 %	52,6 %	83,5 %	6,4 %	10,1 %
5	Pacific Highway	Colombie-Britannique	12 347	3,1 %	55,7 %	76,6 %	19,9 %	3,6 %
6	Lansdowne	Ontario	11 072	2,8 %	58,5 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %
7	Emerson	Manitoba	10 755	2,7 %	61,2 %	63,3 %	15,5 %	21,2 %
8	Coutts	Alberta	9 519	2,4 %	63,6 %	63 %	5,8 %	31,2 %
9	Toronto — Aéroport int. Pearson	Ontario	9 024	2,3 %	65,9 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
10	Montréal — Aéroport int. de Mirabel	Québec	7 733	2,0 %	67,8 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
11	Fort Frances	Ontario	7 520	1,9 %	69,7 %	6,2 %	87,2 %	6,6 %
12	North Portal	Saskatchewan	6 013	1,5 %	71,3 %	48,7 %	48,0 %	3,3 %
13	Phillipsburg	Québec	5 136	1,3 %	72,5 %	87,0 %	12,3 %	0,8 %
14	Huntington	Colombie-Britannique	4 473	1,1 %	73,7 %	34,2 %	3,0 %	62,8 %
15	Monchy	Saskatchewan	3 799	1,0 %	74,6 %	0,3 %	0,0 %	99,7 %
16	Gretna	Manitoba	3 461	0,9 %	75,5 %	1,5 %	0,0 %	98,5 %
	Tous les postes	CANADA	346 457	100,0 %	100,0 %	56,9 %	21,9 %	21,2 %

Quelques postes frontaliers ont été surtout concernés par les exportations acheminées par route en 2002 : Lansdowne (Ontario) (100 %), Phillipsburg (Québec) (87 %), Lacolle (Québec) (83,5 %), pont Ambassador (Ontario) (76,7 %), Pacific Highway (Colombie-Britannique) (76,6 %) et Fort Erie (Ontario) (74,5 %). Le rail a été le principal moyen de transport pour les marchandises qui ont franchi la frontière à Fort Frances (Ontario) (87,2 %) et a également servi à acheminer environ la moitié des marchandises qui, l'année dernière, ont transité par Sarnia (Ontario) et North Portal (Saskatchewan). Les exportations à destination des États-Unis acheminées par d'autres moyens de transport ont, pour la plupart, été expédiées par voie aérienne, et le transfert des combustibles fossiles s'est fait par pipeline. L'aéroport Pearson à Toronto et l'aéroport de Mirabel, près de Montréal, ont assuré, ensemble, environ un quart du total des exportations à destination des États-Unis effectuées par d'autres moyens de transport. L'an passé, les expéditions par pipeline ont été à l'origine d'une part considérable des exportations à destination des États-Unis qui sont passées par Monchy (99,7 %) et Gretna (98,5 %). Des quantités importantes d'énergie exportée ont également passé la frontière à Huntington (Colombie-Britannique), Coutts (Alberta) et Emerson (Manitoba). Toutefois, Sarnia a vu transiter par pipeline la majeure partie, en valeur, des exportations de produits énergétiques à destination des États-Unis en 2002, bien que la valeur élevée des exportations par route et par rail traitées également à Sarnia masque cette réalité.

Au total, les 16 postes-frontières qui figurent au tableau 4 ont traité collectivement plus de 85 % de la valeur totale des exportations de marchandises à destination des États-Unis en 2002. Ils ont accordé le congé en douane de 92,3 %, en valeur, de tous les biens expédiés par route l'an passé, de 96,1 % de toutes les exportations à destination des États-Unis qui ont été acheminées par rail et de plus de 60 % de toutes les exportations transportées par d'autres moyens.

Entente canado-suédoise

Services de crédit à l'exportation

Les entreprises suédoises qui travaillent avec des entreprises canadiennes à la réalisation de transactions à l'exportation ou de projets à l'étranger profiteront d'une entente conclue entre Exportation et développement Canada (EDC) et son homologue suédois, le Swedish Export Credits Guarantee Board (EKN) — Office suédois de garantie des crédits à l'exportation.

Cette entente, qui constitue la base d'un cadre officiel, prévoit qu'EDC et EKN se réassureraient mutuellement lorsque l'une ou l'autre fournira un appui sous forme d'assurance ou de garantie pour la réalisation d'une transaction comportant des biens et des services provenant des deux pays. Comme l'exportateur n'aura à traiter qu'avec l'un ou l'autre des deux organismes, le processus d'approbation du crédit, à la fois pour lui et pour l'acheteur, s'en trouvera simplifié et accéléré, et ses coûts diminués.

EKN est un organisme gouvernemental qui a été créé en 1933 pour faire la promotion des exportations suédoises grâce à l'émission de garanties. EKN peut couvrir les risques politiques et commerciaux dans le cas de transactions à l'exportation et les risques politiques lorsqu'il s'agit d'investissements à l'étranger.

EDC offre aux exportateurs et aux investisseurs canadiens des services de financement du commerce extérieur et de gestion des risques sur quelque 200 marchés. Créée en 1944, EDC est une société d'État qui fonctionne comme une institution financière commerciale.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jean Cardyn, directeur, Relations internationales, EDC, tél. : (613) 598-2926, courriel : jcardyn@edc.ca, internet : www.edc.ca ou www.ekn.se.

Survival Systems profite de la vague

À première vue, M. Albert Bohémier offre le plus inattendu des cas de réussite dans les Maritimes. Franco-manitobain qui se décrit comme un gars des Prairies, il est devenu pilote d'hélicoptère dans l'armée, a vécu à plusieurs endroits au Canada pour finalement s'installer à Halifax. En 1982, constatant l'essor du marché des services destinés à l'industrie pétrolière au large des côtes, il a créé Survival Systems. Son entreprise a connu des temps difficiles au début, mais elle est maintenant l'un des chefs de file dans le domaine.

En 1995 et de nouveau en 2000, M. Bohémier a obtenu un Prix d'excellence à l'exportation canadienne pour son initiative, le deuxième lui ayant été présenté dans sa ville d'adoption, Halifax. Il dit que c'était un moment de très grande fierté pour l'entreprise : « Obtenir un Prix d'excellence à l'exportation canadienne veut dire beaucoup. Cela nous donne énormément de confiance en nous-mêmes, surtout lorsque le MAECI est venu à notre usine pour une cérémonie spéciale. »

Survival Systems comprend deux divisions : fabrication et formation. Elle fabrique des simulateurs qui permettent aux pilotes d'expérimenter un « amerissage forcé » (un accident en mer) dans différentes conditions météorologiques et offre des services de formation et d'expert-conseil sur la façon de survivre à de tels accidents marins. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires brut de 13 millions de dollars l'an passé, dont 3 millions au Canada. Elle emploie 15 personnes à la fabrication, 45 à la formation au Canada et 43 à la formation à l'étranger.

Entrepreneur naturel, M. Bohémier a fait les manchettes avec son entreprise Survival Systems en avril, lorsqu'il a convaincu le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, de plonger dans le bassin d'essai de l'entreprise. Les photos du Ministre dans l'eau et portant la combinaison isothermique ont fait les journaux et attiré encore plus l'attention sur l'entreprise de M. Bohémier.

« Ces photos nous ont aidés avec nos clients, » de dire M. Bohémier. « Les gens estimaient que si le Ministre était prêt à faire confiance à notre produit, c'est qu'il devait être bon. » M. Bohémier s'emploie



Photo : Dan Collis

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, prêt à la « plongée » dans le simulateur Modular Egress Training Simulator (METS™), dans le bassin d'essai de Survival Systems, à Dartmouth, Nouvelle-Écosse.

aussi à encourager les autres entrepreneurs francophones en tant que membre du Comité national de développement des ressources humaines de la francophonie canadienne.

La 20^e cérémonie de remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne aura lieu à Toronto, le 24 novembre, dans le cadre du Congrès annuel des Manufacturiers et Exportateurs du Canada (www.cme-mec.ca).

Pour plus de renseignements sur les prix, communiquer avec M. Andrew Caddell, Équipe Canada Inc, Unité de la liaison pour le commerce, MAECI, tél. : (613) 944-0118, courriel : andrew.caddell@dait-maeci.gc.ca, ou voir le site internet sur les Prix d'excellence à l'exportation canadienne à : www.infoexport.gc.ca/awards-prix/menu-f.htm.

¹ Département des Transports des États-Unis, Statistiques sur les transports tirées de la base de données sur le commerce transfrontière de surface

Le Vietnam

— suite de la page 1

Nos échanges commerciaux atteignent des niveaux sans précédent : en 2002, les exportations du Canada vers le Vietnam ont augmenté de 18 %, et ses importations, de près de 20 %. Il existe aussi des cas de réussite notables d'investisseurs canadiens tels que **Manulife**, qui compte plus de 6 000 salariés au Vietnam. Toutefois, le Canada ne se classe qu'au 22^e rang des principales sources d'investissements étrangers directs du Vietnam et sa part du marché d'importation vietnamien n'est que de 0,5%. Il semblerait donc que le Canada ne tire pas pleinement profit de cette économie vibrante.

Deux délégués commerciaux canadiens, Michael Danagher (M.D.) et Francis Uy (F.U.), en poste à Hanoï et Hô Chi Minh-Ville respectivement, quittent le pays après sept ans de service combiné. **CanadExport (CE)** s'est entretenu récemment avec eux au sujet des débouchés qu'offre le Vietnam et des nouvelles tendances qui s'y dessinent.

CE : *Durant votre affectation au Vietnam, quel est le changement le plus frappant que vous ayez constaté dans l'environnement économique du pays?*

M.D. : Nous avons observé des taux de croissance très élevés et soutenus au Vietnam pendant plus de dix ans, mais il est vrai qu'au départ, la situation était loin d'être enviable. Cette progression cumulative a contribué à une amélioration réelle des conditions de vie des habitants, du moins dans les villes et les régions adjacentes. Le Vietnam est l'un des pays ayant obtenu les résultats les plus exceptionnels sur le plan de la réduction de la pauvreté, la proportion des personnes vivant sous le seuil de la pauvreté étant passée de 60 % de la population à moins de 20 % en une décennie. De nombreux observateurs ont comparé le Vietnam à la Chine de la fin des années 1980 à ce chapitre.

F.U. : Je suis d'accord avec Michael. J'aimerais ajouter que nous assistons à la naissance d'une classe moyenne dans les deux plus grandes villes, Hanoï et Hô Chi Minh-Ville. Au cours des trois dernières années, j'ai été frappé par l'accroissement du nombre de véhicules et l'expansion des secteurs de la construction, du tourisme et

des services. L'éducation et les voyages à l'étranger, possibilités inimaginables il y a cinq ans, peuvent devenir des choix courants. Par exemple, entre 1998 et 2001, le nombre d'étudiants vietnamiens fréquentant un établissement d'enseignement au Canada a augmenté de plus de 200 %.

CE : *Selon vous, quels secteurs du Vietnam offrent les débouchés les plus intéressants pour les entreprises canadiennes et quels sont les marchés d'avenir?*

M.D. : Comme le pays se développe à une vitesse vertigineuse, mais que le revenu par habitant demeure relativement



Les délégués commerciaux canadiens sortants et entrants, au Vietnam (de gauche à droite) : MM. Michael Danagher, Pierre Delorme, Robert Coleman et Francis Uy.

faible, on peut dire qu'il existe un marché pour à peu près tous les produits et services. Les entreprises canadiennes ont obtenu du succès dans des secteurs aussi variés que les systèmes maritimes (éclairage, équipement de radionavigation des voies d'eau intérieures, conception navale), les télécommunications (réseau de base internet, câbles à fibres optiques, consultation) et l'environnement (services d'experts-conseils, matériel d'incinération).

Bien que les revenus demeurent peu élevés, la population urbaine est consommatrice d'assurances, de cours à l'étranger, de produits de santé et de services, et contribue à l'essor du secteur du bâtiment. Nous surveillons aussi de près les secteurs tributaires d'exportations, notamment la technologie agricole, les services relatifs au pétrole et au gaz et l'infrastructure touristique. En outre, le Vietnam possède d'abondantes ressources naturelles, de sorte que des secteurs comme ceux de

l'exploration pétrolière et gazière, des mines, des forêts et des pêches offrent diverses possibilités.

F.U. : J'aimerais revenir sur un secteur mentionné par Michael, soit celui de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Ce secteur s'avère très profitable pour nous. Nous avons réalisé des ventes importantes de bovins laitiers et d'autres animaux d'élevage, de vin, de canola, d'applications en génétique porcine et de matériel connexe. En outre, plusieurs entreprises canadiennes participent à la transformation de produits agroalimentaires destinés à l'exportation vers l'Amérique du Nord.

CE : *Quels types d'entreprises réussissent au Vietnam?*

M.D. : En général, les grandes entreprises réussissent mieux ici. Le Vietnam est un pays où les coûts de commercialisation sont parfois élevés, le processus de décision peut être long et les attentes des clients sont à la limite du raisonnable. Les grandes entreprises, qui ont suffisamment de ressources pour mener un projet sur plusieurs années, peuvent absorber les coûts plus facilement. En même temps, les marges bénéficiaires pour certains genres de produits peuvent être très élevées et les projets entrepris au Vietnam peuvent s'avérer très rentables.

F.U. : Nous ne voulons pas donner l'impression que les petites et moyennes entreprises (PME) devraient éviter le Vietnam. Avec la maturité croissante des entreprises vietnamiennes et l'expansion continue du secteur privé, les petites entreprises pourront trouver des partenaires éventuels. Certaines petites entreprises considèrent le Vietnam comme une base de production peu coûteuse, et bon nombre des entreprises canadiennes qui connaissent le plus de succès au Vietnam sont des PME.

On trouvera la version intégrale de l'entrevue à www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport/menu-fr.asp. Cela comprend un aperçu des défis que doit surmonter le Vietnam, des conseils aux gens d'affaires canadiens qui s'intéressent à ce marché, des cas de réussite de sociétés canadiennes et pourquoi avoir confiance en l'engagement du Vietnam en matière de libéralisation du commerce et des investissements. On y présente aussi les deux nouveaux délégués commerciaux au Vietnam, soit Pierre Delorme et Robert Coleman. ✪

Calendrier des foires commerciales

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

LONDRES, R.-U. — 9-12 septembre 2003 — **Defence Systems & Equipment International** est un important salon international de la défense. Communiquer avec M^{me} Robyn Hori, Industries de la défense, Industrie Canada, tél. : (613) 946-6730, téléc. : (613) 998-6703, courriel : hori.robyn@ic.gc.ca, internet : www.dsei.co.uk.

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

SYDNEY, AUSTRALIE — 9-12 septembre 2003 — **Fine Food Australia 2003** est un salon international des aliments et boissons à ne pas manquer. Communiquer avec M. Pierre Desmarais, deuxième secrétaire, (commercial, économique), ambassade du Canada à Canberra, tél. : (011-62-2) 6270-4000, téléc. : (011-62-2) 6270-4069, courriel : pierre.desmarais@dfait-maeci.gc.ca, internet : www.foodaustralia.com.au/.

SINGAPOUR — 9-11 décembre 2003 — Il y aura un pavillon du Canada à **Food Ingredients Asia 2003**. Communiquer avec M^{me} Anne Woo, agente principale de développement des marchés, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7857, téléc. : (613) 759-7480, courriel : wooa@agr.gc.ca, internet : www.hijapan.info.

CONSTRUCTION

GUADALAJARA, MEXIQUE — 4-6 septembre 2003 — **ConstruExpo 2003** est un important salon international de la construction. Communiquer avec M. Fernando Baños, agent de commerce principal, consulat du Canada à Guadalajara, tél. : (011-52) 3615-6215, téléc. : (011-52) 3615-8665, courriel : fernando.banos@dfait-maeci.gc.ca, internet : www.construexpo.com.mx.

ENVIRONNEMENT

GÖTEBORG, SUÈDE — 8-10 septembre 2003 — **Ecology 2003**, la plus grande conférence de Scandinavie sur l'environnement, aura lieu de concert avec **Ecoprocura 2003**, une importante conférence environnementale internationale pour les preneurs de décisions, les acheteurs et les fournisseurs. Communiquer avec M^{me} Inga-Lill Olsson, agente de promotion commerciale, ambassade du Canada à Stockholm, tél. : (011-46-8) 453-3000, téléc. : (011-46-8) 24-24-91, courriel : inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca, internet : www.swefair.se/ecology.

NEW DELHI, INDE — 10-12 septembre 2003 — Le haut-commissariat du Canada en Inde organise un pavillon canadien pour **Water Asia 2003**, qui est une excellente occasion de se faire connaître sur le marché indien du traitement de l'eau et des eaux usées évalué à 5 milliards de dollars. Communiquer avec M. Viney Gupta, conseiller (commerce), haut-commissariat du Canada en Inde, tél. : (011-91-11) 687-6500, téléc. : (011-91-11) 687-5387, courriel : viney.gupta@dfait-maeci.gc.ca.

MÉTAUX ET MINÉRAUX

AREQUIPA, PÉROU — 15-19 septembre 2003 — **Extemin 2003** est le plus important salon minier d'Amérique du Sud. Communiquer avec M. Oscar Vasquez, agent de commerce, ambassade du Canada au Pérou, tél. : (011-511) 444-4015, téléc. : (011-511) 444-4347, courriel : oscar.vasquez@dfait-maeci.gc.ca, ou avec M. Francis Bourqui, directeur, Développement des marchés internationaux, Association canadienne des exportateurs d'équipements et services miniers, tél. : (905) 513-0046, téléc. : (905) 513-1834, courriel : bourqui@camese.org, internet : www.camese.org.

MULTISECTORIEL

DOHA, QATAR — 17-19 décembre 2003 — La **1st International Franchise Expo for the Middle East and Gulf Region** réunit des industriels, des entreprises et des institutions du monde entier et les présente aux entrepreneurs de la région qui cherchent des occasions de franchise dans divers secteurs. Communiquer avec Xpermental Group, tél. : (011-971-4) 321-1164, téléc. : (011-971-4) 321-1165, courriel : president@mefex.com, internet : www.mefex.com.

PÉTROLE ET GAZ

ALGER, ALGÉRIE — 28 septembre-1^{er} octobre 2003 — **Alger Energy 2003** est le deuxième salon international du génie électrique, pétrochimique, minier et énergétique. Communiquer avec M. Rachid Benhacine, agent de commerce, ambassade du Canada en Algérie, tél. : (011-213-21) 91-49-51, téléc. : (011-213-21) 91-47-20, courriel : rachid.benhacine@dfait-maeci.gc.ca.

SANTÉ

TOKYO, JAPON — 7-9 octobre 2003 — **Health Ingredients Japan** est le plus important salon des ingrédients entrant dans les aliments santé du Japon. Il inclut Safety & Technology Japan, seul salon de ce pays portant sur la sécurité des aliments et le contrôle de la qualité des aliments. Communiquer avec M^{me} Anne Woo, agente principale de développement des marchés, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7857, téléc. : (613) 759-7480, courriel : wooa@agr.gc.ca, internet : www.hijapan.info.

TIC

MUNICH, ALLEMAGNE — 20-24 octobre 2003 — **SYSTEMS 2003** est le deuxième salon en importance des technologies de l'information et des communications en Allemagne. Communiquer avec M. Brian Young, vice-consul, ambassade du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 21-99-57-0, téléc. : (011-49-89) 21-99-57-57, courriel : brian.young@dfait-maeci.gc.ca, internet : www.canada-unlimited.com. ✪

Possibilités de réseautage Canada-Espagne

BioContact Québec 2003

QUÉBEC — 1^{er}-3 octobre 2003 — Les entreprises canadiennes qui souhaitent discuter de possibilités de partenariat avec des entreprises espagnoles devraient assister à **BioContact Québec 2003**, symposium sur le partenariat biopharmaceutique. À cette occasion, des organisations et des entreprises espagnoles assisteront à des séances collectives et à des rencontres individuelles sur le bio-partenariat.

Genoma España (www.gen-es.org), une des organisations espagnoles qui assistent à BioContact, est en train d'élaborer et de coordonner une politique publique, de produire des études

prévisionnelles et d'évaluer des technologies nationales et internationales. En plus de soutenir la recherche protéomique et génomique, Genoma España favorise la coopération entre entreprises et les transferts technologiques, stimule la création d'entreprises biotechnologiques et noue des relations avec des institutions locales et internationales. Genoma España sera accompagnée d'un certain nombre d'entreprises biotechnologiques espagnoles qui souhaitent discuter de possibilités commerciales et de possibilités de partenariat.

L'Agence catalane de promotion de l'investissement (www.gencat.net/)

([cidem/catalonia/](http://www.cidem/catalonia/)) sera un autre participant important. Cette agence fournit des services à valeur ajoutée personnalisés, dont les suivants : occasions d'investissement; alliances stratégiques et partenariat technologique avec des entreprises, des universités et des centres de recherche locaux; transferts technologiques et innovation; accès au capital-risque; recrutement et formation; relèvement d'emplacements (parcs scientifiques, bioincubateurs); programmes d'incitations et de soutien aux démarrages technologiques.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Isidro Garcia, agent de commerce, ambassade du Canada à Madrid, courriel : isidro.garcia@dfait-maeci.gc.ca, internet : www.biocontact.qc.ca/ ou www.canada-es.org ✪

Importants débouchés

Les Olympiques et l'Exposition universelle en Chine

*Le marché des produits de sécurité en Chine se développe rapidement et offre d'importants débouchés aux fournisseurs étrangers. La Chine attire un nombre croissant de manifestations d'envergure internationale telles que les **Jeux olympiques de 2008** à Beijing et **l'Exposition universelle de 2010** à Shanghai; c'est pourquoi elle prévoit moderniser et améliorer ses mesures ainsi que ses équipements de sécurité.*

L'administration municipale de Beijing a annoncé un investissement totalisant 22 milliards de dollars US au cours des sept prochaines années pour améliorer

l'infrastructure de la ville. Les fournisseurs canadiens de produits de sécurité bénéficient donc d'importants débouchés, notamment dans les secteurs du matériel et de l'équipement de protection personnelle, des systèmes et des dispositifs de détection, des circuits de surveillance, du matériel de protection des biens, des dispositifs de contrôle de l'accès, de la protection des canaux d'information et de communication, des technologies de protection de la propriété intellectuelle, et du matériel et des logiciels de sécurité.

Approuvé par les ministères chinois de la Sécurité publique et des Sciences et de la Technologie, **Security China 2003**,

le plus important salon de la sécurité du pays, se tiendra pour la sixième année à Beijing, du 29 octobre au 1^{er} novembre prochains. L'ambassade du Canada à Beijing prévoit y occuper un pavillon. Selon les échos reçus des sociétés canadiennes, une mission pourrait être mise sur pied dans le cadre de l'exposition, à laquelle suivraient des visites à Guangzhou, Hong Kong et Shanghai.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Pierre Pyun, délégué commercial à l'ambassade du Canada à Beijing, tél. : **(011-86-10) 6532-3435, poste 3356**, téléc. : **(011-86-10) 6532-4072**, courriel : pierre.pyun@dfait-maeci.gc.ca, ou encore avec M. Jim Zhou, adjoint commercial, tél. : **(011-86-10) 6532-3435, poste 3375**, téléc. : **(011-86-10) 6532-4072**, courriel : hongjin.zhou@dfait-maeci.gc.ca ✪

Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**; région d'Ottawa : **(613) 944-4000** ou par télécopieur au **(613) 996-9709**; en appelant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant le site internet du MAECI à www.dfait-maeci.gc.ca

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047