

5
61924937

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

FEB 20 1995
FEV 20 1995

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DE

CANADEXPORT

Vol. 12 N°1

Min. des Affaires extérieures

17 janvier 1994

Mise en œuvre de l'ALENA

Les Douanes de Revenu Canada à la rescousse des exportateurs

Ça y est! Nous voilà en 1994 et l'ALENA est en vigueur.

Comment cette nouvelle réalité affectera-t-elle votre entreprise en tant qu'exportateur canadien? C'est ce que *CanadExport* examinera pour vous dans les prochains mois, dans le cadre de notre nouvelle **Chronique de l'ALENA**.

Un organisme qui sera au cœur de l'action, c'est bien celui des Douanes de Revenu Canada. Comme le savent déjà les exportateurs, les aspects pratiques de l'exportation, c'est souvent du ressort des Douanes. En prévision d'une forte demande d'information de la part des exportateurs, les Douanes de Revenu Canada ont mis en place les services de renseignements que voici, sur l'ALENA :

Service téléphonique de renseigne-

ments 1-800 sur l'ALENA

Pour avoir accès au service téléphonique des Douanes de Revenu Canada, composez le **1-800-661-6121** entre 8 h et 17 h (heure de l'Est), du lundi au vendredi. Ce service téléphonique vous permettra d'obtenir des réponses à vos questions de nature générale sur l'ALENA, ou encore commander des publications de Revenu Canada, notamment des mémorandums D et des avis de Douanes. Vous pouvez aussi télécopier vos demandes de renseignements au **(613) 954-4494**.

Les États-Unis et le Mexique ont également des services téléphoniques de renseignements sur l'ALENA :

**Douanes américaines -
(202) 927-0066**

**Douanes mexicaines -
(525) 211-35-45**

Jumelage d'entreprises avec l'Inde

L'Association des manufacturiers canadiens (AMC) a lancé un **Programme de jumelage d'entreprises** (phase II) pour l'Inde.

L'AMC, en collaboration avec la Direction de la coopération industrielle de l'ACDI, aidera 30 sociétés canadiennes à avoir accès au marché indien par des liens de commercialisation stratégiques avec des entreprises indiennes.

L'AMC travaillera directement avec l'industrie canadienne et ses homologues indiennes à trouver des partenaires possibles pour des transferts de technologie, des contrats de licence et des coentreprises, ou encore pour des ententes de commercialisation conjointe en Inde.

L'AMC a aidé plus de 200 entreprises canadiennes à pénétrer l'immense mar-

ché indien de 900 millions d'habitants. En 1992, les exportations canadiennes vers l'Inde se sont chiffrées à 510 millions \$, et nos importations venant de ce pays à 278 millions \$.

Les réformes économiques en cours sont en train de stabiliser l'économie et d'intégrer l'Inde à l'économie mondiale. Elles ont permis de supprimer de nombreuses mesures de contrôle des importations. Presque tous les produits (biens d'équipements, matières premières, produits de transformation) sont admis en franchise, assujettis seulement à des droits d'importation, qui sont passés de 150 à 85%.

Le pétrole, la transformation des aliments, les produits chimiques, le matériel électrique, les télécommunications, les transports, les technologies et

(Voir page 8 — Inde)

JAN 13 1994

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Accès Amérique du Nord :

supplément pp. I-IV

Babillard électronique sur l'ALENA

Pour accéder au babillard électronique, vous avez besoin d'un ordinateur, d'un progiciel de communication et d'un modem. Grâce à un service d'interrogation interactive, ce babillard électronique vous permet de lire les réponses à des questions types ou de poser vos propres questions sur l'ALENA. Pour accéder au babillard, vous devez :

- configurer le progiciel de communication comme un terminal ANSI;
- régler les bits de données à 8;
- régler les bits d'arrêts à 1;
- fixer la parité à N;
- fixer le débit en bauds à 2400; et
- composer le 1-800-267-5979.

Service automatisé d'information des Douanes (SAID)

Pour accéder à ce système de renseignements sur les douanes, vous avez besoin d'un téléphone à tonalité. Lorsque vous communiquez avec le SAID dans votre région, vous accédez à toute

(Voir page 8 — Douanes)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---|-----|
| <i>Chronique de l'ALENA</i> | 2 |
| <i>Occasions d'affaires</i> | 3 |
| <i>Le marché indien</i> | 4 |
| <i>Foires commerciales</i> | 5-6 |
| <i>Publications/Au calendrier</i> | 7-8 |

• Chronique de l'ALENA •

En vertu de l'ALENA, le Canada et le Mexique supprimeront ou réduiront les droits de douane appliqués à un large éventail de marchandises. Les droits mexicains ajoutent, en moyenne, 10% au coût des marchandises canadiennes et atteignent souvent 20%. Leur suppression se traduira par une ouverture considérable du marché mexicain aux exportations canadiennes.

Près de 80% des marchandises mexicaines sont déjà admises au Canada en franchise. Les droits de douane applicables au reste des importations vont disparaître; dans le cas des produits d'importation sensibles, ils seront supprimés sur une période de 10 ans. Ce délai donnera aux producteurs canadiens le temps de s'adapter.

Les échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis continueront de suivre le calendrier négocié dans l'Accord de libre-échange. Les derniers droits de douane avec les États-Unis seront éliminés en 1998, alors que les droits sur certaines importations mexicaines seront maintenus jusqu'en 2003.

Voici les produits dont les droits de douane doivent être supprimés au 1er janvier 1994 :

Aérospatiale

Mexique — avions, leurs pièces de rechange, équipement radar et matériel de navigation.

Canada — produits de ce secteur déjà admis en franchise.

Pièces automobiles

Canada et Mexique — droits de

douane sur voitures de tourisme et camions légers, réduits de 50%.

Agriculture

Mexique — pois secs, haricots secs, farine de moutarde, millet, miel, lentilles, seigle, sarrasin et whisky.

Canada — la plupart des importations de produits alimentaires mexicains sont déjà admises en franchise, notamment les fruits et les légumes tropicaux. Il n'y aura pas d'élimination graduelle dans le cas du sucre ou de nos produits laitiers, de nos volailles ou de nos oeufs qui font l'objet de la gestion de l'offre.

Poisson

Mexique — poissons frais et surgelés, notamment truite, saumon, sole, hareng, maquereau, aiglefin, merlu, la plupart des poissons séchés et fumés et de nombreux crustacés, comme le crabe.

Canada — la plupart des produits sont déjà admis en franchise.

Produits forestiers

Mexique — élimination graduelle pour les exportations canadiennes, notamment, pâte chimique, bois d'oeuvre pour la construction de charpentes en bois, bois d'oeuvre de hêtre, placages, bardeaux, certaines qualités de papier journal et maisons préfabriquées en bois.

Canada — la plupart des produits sont déjà admis en franchise.

Produits chimiques et pharmaceutiques et matières plastiques

Mexique — un certain nombre de composés, notamment le soufre, oxyde et hydroxyde d'aluminium, sulfates, chlorure de potassium et autres engrais

minéraux et chimiques.

Canada — l'élimination graduelle des droits de douane correspond en général à celle du Mexique.

Matériel industriel

Mexique — suppression immédiate, parfois sur cinq ans, pour les exportations canadiennes de matériel lourd destiné aux secteurs industriel, ressources naturelles, bâtiment, agriculture et environnement. Nommons, notamment, bulldozers, camions à chargement frontal, excavatrices, tracteurs et charriots.

Canada — la plus grande partie du matériel industriel est déjà admise en franchise; suppression immédiate pour la plupart des autres produits.

Technologie de l'information

Mexique — télécommunications et produits de pointe, appareils et équipement de commutation pbx, câbles à fibres optiques et tubes à rayons cathodiques.

Canada — droits de douane restants supprimés sur la plupart des produits.

Transport ferroviaire et urbain

Mexique — la plupart des produits ferroviaires, notamment, locomotives, autorails urbains et leurs pièces de rechange.

Canada — suppression immédiate pour produits et pièces, sauf pour conteneurs ferroviaires à déchargement autonome et conteneurs de fret.

Produits à usage récréatif, ménager et de santé

Mexique — élimination graduelle pour les exportations canadiennes d'équipement médical et de santé, notamment, appareils d'électrodiagnostique, de matériel radiologique et meubles à usage médical.

Canada — suppression immédiate pour les produits de consommation qui ne sont pas fabriqués ici, comme sèche-cheveux et grille-pain.

Textiles et vêtements

Mexique et Canada — denim, fils et tissus de lin.

Consulter les listes tarifaires de l'ALENA pour obtenir tous les détails.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT). Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

CHINE (République populaire de) — Une importante brasserie chinoise ayant un actif fixe de 60 millions \$US et réalisant des ventes annuelles de 6 millions \$, est à la recherche de **partenaires en vue de former une entreprise en commun** pour l'aider à accroître sa productivité et à améliorer ses produits. La brasserie fournira les fonds, les emplacements et le partenaire fournira de son côté l'équi-

pement nouveau ou usagé, la technologie de pointe ou une partie des capitaux, ou les deux. Des entreprises en construction et des sociétés immobilières sont également intéressées à s'associer à des partenaires étrangers. Communiquer avec Walden Lee, Oliway Enterprises Inc., 695, Markham Street, Toronto M6G 2M2. Tél. : (416) 538-9743/534-8360. Fax : (416) 538-6285.

CHINE (République populaire de) — Une société ayant des bureaux de liaison à Hong Kong, Guangzhou, Shanghai, Qingdao et Chengdu est prête à offrir des services de **coentreprise, de transfert de savoir-faire et de commercialisation aux sociétés intéressées** par le marché chinois. La société est particulièrement intéressée par des usines de fabrication complètes. Communiquer avec C.Y. Hung, directeur administratif, Sahari Trading Limited, pièce 101, 416 Sixième rue, New Westminster (Colombie-Britannique) V3L 3B2. Tél. : (604) 521-7008. Fax : (604) 521-4007.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — Une maison de commerce souhaite importer divers **produits de consommation** du Canada. La société ISES a son siège à Madrova 9, 143 00 Prague 4, République tchèque. Fax : (011)42-2-401-1266. Envoyez votre liste de produits au représentant canadien de la société :

George Sigmund, GDS Business Services, 94, croissant Ridgfield, Nepean (Ontario) K2H 6T2. Fax : (613) 726-1390.

INDE — Les sociétés intéressées par une **coentreprise ou un contrat de licence, des ventes de technologie ou une franchise de distribution** en Inde sont invitées à communiquer avec Sagar Sachdev qui, dès la dernière semaine de janvier 1994, entreprendra un voyage d'affaires de deux mois en Inde. M. Sachdev, qui possède de nombreux

contacts et un bureau en Inde, est un ancien chef de l'exploitation de la filiale d'Alcan en Inde et un ancien vice-président d'Alcan International. Il est actuellement le président d'ASU International Holdings Inc. : 335, avenue Kensington, Montréal (Québec) H3Z 2H2. Tél. : (514) 939-5890. Fax : (514) 939-3299.

IRAN — Une société iranienne appartenant à des intérêts canadiens, 22 ans d'expérience sur le marché iranien, aimerait entrer en contact avec des **fabricants canadiens désireux d'exporter leurs produits en Iran**. La société agirait à titre de distributeur et c'est le siège social du Canada qui financerait toutes les commandes. Communiquer avec Roger Mahloutji, directeur général, Taim Canada Inc. : 350, Route 7 est, pièce 4, Richmond Hill (Ontario) L4B 3N2. Tél. : (416) 882-0968. Fax : (416) 882-1292. Téléx : 06-986967.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Active dans l'industrie de l'emballage de la Nouvelle-Zélande depuis 20 ans, une entreprise située à Auckland recherche des fournisseurs canadiens spécialisés dans son secteur. Voici les produits les plus en demande : **ruban à cercler de polypropylène; machines à cercler et outils manuels; machines d'emballage par rétraction; machines à con-**

ditionner sous emballage-coque et emballage de sécurité. Renseignements : Kevin Newton, directeur commercial, W. Rutter & Associates. P.O. Box 4268, Auckland 1, Nouvelle-Zélande. Tél. : 0064-9-629-3410. Fax : 0064-9-262-0324.

ARABIE SAOUDITE — Une entreprise saoudienne recherche un partenaire technique canadien à titre de coentrepreneur pour la fabrication de tubes fluorescents en Arabie saoudite. Renseignements : M. Sulaiman M. Al-Saadi, directeur, Gulf Lighting Factory,

P.O. Box 3467, Dammam 31471, Arabie Saoudite. Tél. : (966-3) 834-5194. Fax : (966-3) 832-2683. Ou avec Fouad R. Soueid, Section commerciale, Ambassade du Canada. B.P. 94321, Riyadh 11693, Arabie Saoudite. Tél. : (966-1) 488-2288. Fax : (966-1) 488-0137.

THAÏLANDE — Une société thaïlandaise bien établie, qui fabrique les produits **Sorbitol, Dextrose et Maltitol** pour les marchés intérieur et étranger, aimerait conclure un **arrangement de coentreprise, de licence ou de transfert de technologie afin de fabriquer d'autres produits amylacés**. Communiquer avec le représentant canadien de la société, Sagar Sachdev : 335, avenue Kensington, Montréal (Québec) H3Z 2H2. Tél. : (514) 939-5890. Fax : (514) 939-3299.

VENEZUELA — Un négociant de Caracas, bien établi et de bonne réputation, recherche des exportateurs canadiens d'actions originales du secteur bancaire, d'instruments et appareils médico-chirurgicaux et de produits de consommation de masse (sauf les produits alimentaires et pharmaceutiques). Communiquer avec Jorge Besos, Banvalor Trading, C.A., av. Ppapl de la Castellana, Esq. FCO de Miranda, Edificio Castellana Uno, Ofic. 301, Caracas. Tél. : (582) 263-6847/261-9304. Fax : (582) 261-7749.

OCCASIONS D'AFFAIRES

Une introduction pratique au marché indien

Michael Wondergem, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud

L'Asie abrite la plus importante concentration de population du globe. On peut donc assumer qu'il y a un immense marché à conquérir. Les choses ne sont toutefois pas aussi simples. Pour réussir, les entreprises doivent faire preuve de souplesse, insister sur la promotion et le marketing, envisager des échanges de technologie et, enfin, cultiver la patience. Parfois aussi, au terme d'un processus où toutes ces étapes ont été respectées, le client se révèle incapable de financer une transaction très attendue.

Prenons l'exemple de l'Inde, qui possède une population de près d'un milliard d'habitants, une classe moyenne — avec un excellent pouvoir d'achat — plus importante que celle des États-Unis et une main d'oeuvre parmi les mieux formées au monde.

L'Inde est également un pays très bureaucratique où personne ne peut obtenir de bons résultats sans avoir d'excellents contacts (ce que tous prétendent avoir) et où tout un chacun veut bien faire des affaires. Les entreprises doivent donc faire preuve de persévérance et de patience : les clés du profit!

Par ailleurs, elles doivent aussi être disposées à se rendre sur les lieux pour étudier le marché, mettre au point une stratégie de mise en marché et trouver une entreprise locale capable de bien représenter leurs intérêts.

Celles qui souhaitent tirer parti des avantages présentés par une main d'oeuvre peu onéreuse et qui veulent en même temps éviter certains droits de douanes peuvent envisager un partenariat stratégique avec une entreprise locale.

C'est à l'usage que l'on peut juger de la qualité d'une chose — BATA, un des principaux investisseurs canadiens en Inde, y connaît beaucoup de succès.

Si vous avez un plan de mise en marché bien structuré, le gouvernement du Canada peut vous aider :

- Le MAECI offre son Programme de développement des marchés d'exporta-

tion par l'intermédiaire de ses Centres de commerce international;

- L'ACDI administre un excellent programme de coopération avec les milieux d'affaires;

- Le personnel commercial du haut-commissariat du Canada à New Delhi et du consulat du Canada à Bombay peut en tout temps apporter une aide précieuse;

- La chambre de commerce Canada-Inde à Ottawa est également entièrement disposée à aider les entreprises intéressées.

Le MAECI organise souvent, en collaboration avec d'autres ministères, des activités de promotion permettant notamment de prendre part à des expositions commerciales et des missions commerciales.

Une telle mission a récemment permis à un groupe de représentants de neuf entreprises de télécommunications de se rendre à New Delhi, à Bombay et à Bangalore, et de s'entretenir avec plusieurs centaines de partenaires possibles à l'occasion de séminaires organisés dans ces villes.

Récemment, une délégation canadienne représentant le secteur de l'énergie s'est rendue en Inde afin d'examiner les possibilités d'aider ce pays à combler ses besoins énergétiques grandissants au gré de l'essor de son industrie. Moins de 24 heures après son arrivée, la délégation avait déjà un succès à annoncer!

Au moment de rédiger ce texte, un groupe de spécialistes canadiens en matière de développement d'aéroports visitaient l'Inde, résolu à se positionner afin de tirer parti du projet de modernisation des principaux aéroports de l'Inde.

D'autres organisations participent également à la promotion des débouchés en Inde :

- le Conseil de commerce Canada-Inde organise des ateliers dans l'ensemble du Canada;

- l'Association des manufacturiers canadiens exploite avec succès un programme de jumelage (voir l'article p.)
- plusieurs ministères provinciaux organisent des missions commerciales en Inde, tout comme plusieurs chambres de commerce.

Citons en exemple une mission récente, parrainée par la chambre de commerce de Winnipeg. Elle a permis à onze dirigeants d'entreprises importantes établies à Puna, en Inde, de tenir plus d'une centaine de rencontres avec des entreprises des provinces des Prairies.

Cette mission a débouché sur plus de huit ententes commerciales, y compris :

- une lettre d'intérêt à l'égard de la mise en service du tout premier cinéma IMAX en Inde, dans la ville de Puna;

- une lettre d'intérêt signée en vue de l'évaluation des possibilités de mettre sur pied une coentreprise dans le domaine des technologies applicables à la bioculture;

- une entente de commercialisation des produits d'une entreprise fabriquant des logiciels;

- une entente de formation et de transfert de technologie concernant l'amélioration des troupeaux laitiers.

Même si votre entreprise remporte du succès sur le marché américain et bénéficie de nouveaux débouchés grâce à l'Accord de libre-échange, vous pourriez aussi gagner à diversifier vos activités.

L'Inde possède un marché important. L'anglais y est la langue des affaires. De plus, l'Inde veut développer son secteur commercial et possède la main-d'oeuvre nécessaire. Elle représente donc une bonne occasion!

Communiquer avec Michael Wondergem, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5903. Fax : (613) 996-1248.

Le Canada trouve un filon à Expomin 94

Santiago — Les entreprises sont invitées à exposer au pavillon canadien d'Expomin 94, salon international de l'équipement et des services miniers qui se tiendra ici du 10 au 14 mai 1994.

Les 25 premiers participants qui le désirent pourront par la suite se rendre à Lima, à Buenos Aires ou à Belo Horizonte où, dans le cadre d'un séminaire suivi d'une réception, ils pourront explorer les nouvelles possibilités offertes par ce marché.

Au sujet d'Expomin, les statistiques suivantes sont éloquentes :

Expomineria 90 — Les 53 participants canadiens ont annoncé des perspectives de vente de 14,6 millions \$.

Expomin 92 — Quelque 106 entreprises ont annoncé des perspectives de vente de 68 millions \$.

Foire des plastiques à Caracas

Caracas - On prévoit que quelque 20 000 sociétés de 11 pays différents, dont le Canada, participeront à la **Onzième foire internationale des plastiques** qui aura lieu du 11 au 15 mars 1994.

Les secteurs vedettes seront les suivants : emballages, matières premières, machines, matériel, plastiques et produits.

Pour renseignements, communiquer avec Ricardo Espinoza, Service commercial, ambassade du Canada, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 951-6166/68. Fax : (582) 951-4950.

Pour 1994, nous avons réservé un plus grand pavillon, qui pourra accueillir les 140 participants attendus. Il s'agira de la plus importante participation canadienne à une exposition commerciale verticale.

Dans le plus grand marché au comptant du monde pour l'équipement et les services miniers, Expomin est devenue au cours des années l'une des plus importantes expositions commerciales du genre au niveau international.

Le symposium technique, qui se dé-

roulera en même temps et où le Canada jouera un rôle de premier plan, garantira virtuellement la présence de 25 000 professionnels du secteur minier latino-américain.

Selon une enquête, le nombre de sociétés canadiennes qui répondront à notre invitation sera supérieur au nombre de places disponibles.

Les entreprises intéressées sont donc priées de communiquer sans tarder avec M. Paul Schutte/LGT, MAECI, 125, Promenade Sussex, Ottawa K1S 0G2.

Emballage et fabrication de meubles

Mexique — On cherche des sociétés pour participer à deux salons qui auront lieu cette année à Mexico et à Guadalajara.

EXPO PAK 94 — du 17 au 20 mai - à Mexico — 9^e salon international annuel sur l'équipement et le matériel d'emballage.

TECNO MEUBLE — du 8 au 10 juillet — à Guadalajara — 8^e sa-

lon international annuel du matériel et des accessoires de fabrication de meubles.

Pour obtenir plus de détails, prière de communiquer avec Jon Dundon, Foires et missions, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-6921.

Fax : (613) 944-0479.

Salon de l'automobile au Portugal

Oporto — «Des voitures pour tout le monde», tel est le thème du **Salon international de l'automobile Portugal '94** auquel les entreprises canadiennes sont invitées à participer.

Du 20 au 29 mai 1994, cette exposition réunira des fabricants, des importateurs et des concepteurs d'automobiles,

des importateurs de pièces et d'accessoires d'automobile, de pneus, de matériel pour centres d'entretien, etc.

Cette manifestation est reconnue par l'Organisation internationale des constructeurs d'automobiles.

Renseignements : Publislão S.A., Praça da Alegria, 6 - Cave, 1200 Lisboa, Portugal. Fax : 351-1-347-3564.

Salon de la construction dans le Mid-West américain

Minneapolis — Un espace limité a été réservé pour les entreprises qui désirent participer à l'exposition **Northwestern Building Products**, du 2 au 4 février 1994.

Cette manifestation est considérée comme la plus importante exposition de produits de construction du haut Mid-

west. On y trouve tous les genres de matériaux de construction — de la brique au mortier et au revêtement extérieur jusqu'aux logiciels les plus perfectionnés servant à contrôler la circulation de l'air dans les immeubles.

L'amélioration de la situation du marché domiciliaire de même que la tenue

de l'événement au nouveau centre des congrès de Minneapolis devraient contribuer à attirer une foule record.

Pour participer à l'exposition **Northwestern Building Products**, communiquer avec Peter Aikat, Canadian Consulate General, Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641. Téléx : 29-0229.

Toronto : colloque sur les débouchés dans les pays du Pacifique

Toronto - Le Huitième colloque sur les débouchés dans les pays du bassin du Pacifique (PROC VIII), dont le thème est «Les stratégies d'avenir pour l'Asie-Pacifique», aura lieu à Toronto du 17 au 19 avril 1994. Les participants pourront s'initier aux pratiques commerciales en vigueur sur les marchés dynamiques constitués par le bassin du Pacifique : le Brunei Darussalam, la Chine, Hong Kong, l'Indonésie, le Japon, la Thaïlande et les États-Unis.

Les participants apprendront auprès

des conférenciers de marque canadiens, asiatiques, mexicains et américains quelles stratégies commerciales ont le plus de succès dans les pays du Pacifique, quels modes de financement à risque s'offrent aux entreprises canadiennes et quels défis et perspectives découlent de la tendance vers le régionalisme.

Des premiers délégués commerciaux du Canada seront également sur place pour répondre aux questions concernant les débouchés pour les produits et services.

Les brochures d'inscription seront distribuées en février pour cette manifestation, parrainée par le Conseil économique des pays du bassin du Pacifique, Comité canadien, en collaboration avec la Fondation Asie Pacifique du Canada.

Pour plus de détails, communiquer avec Bronwyn Best du Comité canadien : 65, rue Queen ouest, pièce 1100, Toronto (Ontario) M5H 2M5. Tél. : (416) 869-0541. Fax : (416) 869-1696.

Le thème de Globe 94, les affaires et l'environnement

Vancouver — GLOBE 94, la Third GLOBE Conference and Trade Fair on Business and the Environment se tiendra à Vancouver les 24 et 25 mars 1994.

Le Premier ministre Jean Chrétien a invité les ministres de l'Environnement de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) à participer à ce premier salon international du commerce des technologies de dépollution en Amérique du Nord!

La rencontre avec les ministres de l'APEC sera présidée par la vice-première ministre et ministre de l'Environnement, M^{me} Sheila Copps.

Plus de 450 entreprises du monde entier profiteront du salon pour exposer leurs dernières nouveautés dans le domaine des technologies de la dépollution, tandis que plus de 1 000 délégués pourront y entendre des experts d'une vingtaine de pays leur parler de sujets comme les règlements et la compétitivité, la stratégie d'ensemble, les finances et les investissements, les marchés internationaux naissants et la coopération technologique.

L'APEC, créée en 1989, représente les économies de l'Australie, du Brunei Darussalam, du Canada, de la République populaire de Chine, de Hong Kong, de l'Indonésie, du

Japon, de la Corée, de la Malaisie, du Mexique, de la Nouvelle-Zélande, de la Papouasie-Nouvelle-Guinée, des Philippines, de Taïwan, de Thaïlande et des États-Unis.

Pour renseignements, communiquer

avec M. Alastair Gordon, tél. : (604) 684-5986, fax : (604) 666-8123 ou avec Mme Suzanne Armstrong, tél. : (604) 775-7517, fax : (604) 666-8123, tous les deux de la Globe Foundation of Canada, à Vancouver.

SIBEX 94

Pour se construire un monde en Asie

Singapour — Les entreprises qui cherchent à se bâtir des marchés dans la région de l'ANASE voudront participer à l'exposition du bâtiment de Singapour, SIBEX, qui se tiendra à la mi-mai 1994. À peu près tout ce qui est utilisé pour construire des murs, des planchers et des plafonds, en passant par les armoires, le matériel de plomberie et d'électricité, y sera présenté.

Selon des délégués commerciaux, tous les secteurs de l'industrie de la construction résidentielle, commerciale et industrielle connaissent un essor dans cette région de l'Asie.

SIBEX attire des acheteurs de toutes les régions de l'ANASE (Malaisie, Philippines, Thaïlande, Indonésie et Brunei) et de Singapour. Il vaut donc vraiment la peine d'explorer ce marché, d'autant plus que les produits et les

services canadiens jouissent d'une excellente réputation dans cette région.

Le haut-commissariat du Canada à Singapour, qui aura un kiosque d'information sur place, encourage les entreprises canadiennes à participer à l'exposition.

Pour obtenir des renseignements, communiquer avec Sarala Govindan, Reed Exhibition Services, Stamford, Connecticut. Tél. : (203) 352-8356. Fax : (203) 964-9209.

Les entreprises qui ne peuvent pas prendre part à l'exposition, mais qui désirent que leurs brochures soient distribuées au kiosque d'information, sont priées de les envoyer à l'adresse suivante : Canadian High Commission, Robinson Road, Post Office Box 845, Singapore 9016, Republic of Singapore. Tél. : (011-65) 225-6363. Fax : (011-65) 225-2450.

PUBLICATIONS

L'industrie de l'emballage à Manille

Une étude de marché intitulée *L'industrie de l'emballage et de l'étiquetage aux Philippines* fait état des débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans ce secteur, l'un des principaux bénéficiaires du récent décollage économique de ce pays.

La concurrence des produits sur le

marché local s'est intensifiée à la suite de l'augmentation du revenu par habitant. La hausse de la demande de consommation a permis à l'industrie d'enregistrer un taux de croissance annuel impressionnant de 39 % pendant la même période. Cette conjoncture favoriserait la croissance de la demande de produits de consommation de base comme les aliments et boissons, les produits pharmaceutiques, les vêtements, les savons et détergents, les articles de toilette et les cosmétiques.

Les secteurs des aliments et des boissons, par exemple, devraient connaître une hausse annuelle de 3,6 et 7,5 % respectivement au cours des cinq prochaines années. Cela aura un effet direct sur l'industrie de l'emballage et de l'étiquetage, car ce secteur consomme la plus grande partie des produits d'emballage et d'étiquetage.

Pour des exemplaires de la publication, communiquer avec le Centre du commerce international de votre province ou territoire ou le bureau commercial de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud, AECEC, Ottawa. Fax : (613) 996-4309.

Distribution de l'électricité aux Philippines

Des perspectives et des débouchés s'ouvrent aux entreprises canadiennes de distribution d'électricité aux Philippines. C'est ce que souligne une étude de la division commerciale de l'ambassade du Canada à Manille.

L'étude note entre autres que le gouvernement philippin a porté ce secteur en tête de ses priorités. Il projette d'élever le niveau national d'électrification actuel de 62% à 85% d'ici l'an 2000.

Le redressement du programme comprendra notamment l'importation de ferrures pour les poteaux électriques, de transformateurs et d'installations pour les stations de conversion.

Les lecteurs peuvent obtenir un exemplaire de *Philippines Power Dis-*

tribution en s'adressant au Centre de commerce international de leur province, à InfoEx (voir case page 16), ou au bureau commercial à Manille, fax : 011-63-2-810-1699.

Débouchés mondiaux pour l'habillement

Le rapport provisoire intitulé *Aperçu des débouchés mondiaux pour l'habillement* vise à accroître la performance et la compétitivité des exportateurs canadiens dans ce secteur. Il est maintenant disponible en anglais et en français auprès du Secrétariat de la liaison sectorielle (TOS) du MAECI.

Des données sur le marché mondial des vêtements pour hommes, femmes et enfants obtenues auprès des ambassades, des consulats et des missions commerciales canadiens dans le monde entier ont servi de fondement à la rédaction du rapport. Il aidera les fabricants canadiens à déterminer le «point de départ» à l'évaluation des possibilités d'exportation.

Voici les sujets traités : aperçu des territoires, accès aux marchés, débouchés commerciaux, canaux de distribution, règlements concernant les devises, droits de douane, médias publicitaires, noms d'agents et d'associations, noms de détaillants et de boutiques et activités promotionnelles.

Communiquer avec TOS. Fax : (613) 943-8820.

Mise au point

Notre numéro du 15 décembre 1993 annonçait la publication d'un répertoire des possibilités d'exportation du Canada dans le domaine de l'environnement. Contrairement à ce que nous vous avons dit, il n'est pas possible de se procurer la publication auprès d'InfoEx. Il vous faut plutôt communiquer avec le bureau d'Industrie Canada dans votre région.

Le marché américain des véhicules de l'armée

Detroit — Les entreprises de produits innovateurs adaptables aux véhicules de l'armée et aux systèmes automobiles sont invitées à participer à TACOM, qui aura lieu le 17 février 1994, à Warren, en banlieue de Detroit (Michigan).

Cette date marque la deuxième Journée annuelle du Canada à TACOM (The U.S. Army Tank Automotive Command), et les agents commerciaux du consulat général du Canada à Detroit espèrent que le salon de cette année remportera encore plus de succès que celui de l'an dernier, premier de cette série. Votre participation à ce salon d'une journée, agrémenté d'exposés et de démonstrations, pourrait vous permettre de décrocher des contrats de recherche et de développement (R & D) — soit directement de l'armée américaine ou par l'entremise de programmes en coentreprise Canada-États-Unis financés en vertu de l'Accord sur le partage du développement industriel pour la défense.

Communiquer avec M. Ralph Reich, Consulat général du Canada, 600 Renaissance Center, Suite 1100, Detroit, Michigan 48243-1798. Tél. : (313) 567-2340. Fax : (313) 567-2164.

AU CALENDRIER

Toronto - 22 janvier 1994 - **Lancer une entreprise d'import-export**; 23 janvier 1994 - **Commercialisation et distribution internationales**. Ces séminaires s'adressent aux entrepreneurs, qui peuvent s'inscrire à l'un ou l'autre, ou aux deux. Communiquer avec Glenn Schmelzle. Tél. : (905) 889-4083 ou (416) 366-8490. Fax : (416) 947-1534.

Markham - 27 janvier 1994; **Kanata** - 15 février; **Kingston** - 17 février; **Cambridge** - 3 mars; **Mississauga** - 22

mars; **Ateliers sur la rentabilisation des foires commerciales**, animés par Barry Suskind, spécialiste en la matière. Les ateliers s'adressent aux coordonnateurs des stands d'entreprises, aux directeurs des ventes et aux autres cadres participant ou désireux de participer à des foires commerciales. Les ateliers sont parrainés par le Centre du commerce international du gouvernement fédéral et par le ministère ontarien du Développement économique et du Commerce. Pour plus de dé-

tails, se renseigner au numéro suivant : (416) 483-3836.

Ottawa — 23 février 1994 — La rencontre d'hiver de l'**Industrial Benefits Association of Canada** portera sur la compensation industrielle internationale, la réorganisation gouvernementale ainsi que la politique canadienne des retombées industrielles dans les régions. Pour renseignements, communiquer avec M. Bob Brown, Ottawa. Tél./fax : (613) 744-0704.

Douanes *(Suite de la page 1)*

une gamme de renseignements sur les douanes, y compris l'ALENA.

Pour vous prévaloir de ce service, composez l'un des numéros suivants :

Halifax - (902) 426-2911
 Moncton - (506) 851-7020
 Québec - (418) 648-4445
 Montréal - (514) 283-9900
 Ottawa - (613) 993-0534
 Toronto - (416) 973-8022
 Hamilton - (905) 308-8715
 Windsor - (519) 257-6400
 Winnipeg - (204) 983-6004
 Calgary - (403) 292-8750
 Edmonton - (403) 495-3400
 Vancouver - (804) 666-0545

Colloques et conférences

Si vous voulez organiser un colloque sur l'ALENA, les Douanes de Revenu Canada ont à leur disposition des spécialistes et des conférenciers qui peuvent répondre à vos questions sur l'ALENA et sur l'incidence de l'accord sur votre organisation. Communiquez

avec le service de renseignements sur l'ALENA au (613) 957-7092.

Ateliers pour les entreprises

Les Douanes de Revenu Canada peuvent également aider les entreprises visées par les nouvelles règles de l'ALENA à élaborer des troupes de formation adaptées à des secteurs précis. Communiquez avec un agent au (613) 957-7092.

Système automatisé de télécopie des services douaniers américains (FLASHFAX)

Le système FLASHFAX vous donne accès par télécopieur, 24 heures par jour, aux services douaniers américains d'information sur l'ALENA. Vous avez besoin d'un téléphone à tonalité et d'un télécopieur. Veuillez noter que ce service est offert en anglais seulement. Pour la liste des sujets traités dans le système FLASHFAX, composez le (613) 952-9174 et suivez les instructions.

Numéros à noter

Prière d'apporter les corrections suivantes aux numéros de téléphone figurant dans le *Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada* publié récemment par le Ministère :

- Paris, France, Ambassade du Canada, tél. : (011-33-1) 44.43.29.00.
- Tunis, Tunisie, Ambassade du Canada, tél. : (011-216-1) 798-004/796-577.

Inde *(Suite de la page 1)*

l'équipement de protection de l'environnement ainsi que la machinerie et l'outillage industriels comptent parmi les secteurs prioritaires susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens.

Au sujet du Programme *Business Linkage Program for India*, communiquer avec Doreen Ruso ou Natesan Subramanian, AMC, Toronto. Tél. : (416) 798-8000. Fax : (416) 798-8050.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopie de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication.

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



CANAD EXPORT

 Dept. of International Affairs
 Min. des Affaires étrangères

1.12 N°2

FEB 15 1994
FEV 15 19941^{er} février 1994On demande vos commentaires

Examen des politiques d'investissement du Japon et de la CE

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international examine les politiques d'investissement du

Japon et de la Communauté européenne. Le Ministère voudrait connaître l'expérience des Canadiens qui se sont

heurtés dans ces pays à des obstacles dressés par les gouvernements, lesquels ont gêné leurs investissements.

Ces obstacles pourraient comprendre des mesures qui favorisent un investisseur du pays par rapport à un investisseur canadien ou qui accordent un statut spécial à certains investisseurs étrangers, mais pas aux Canadiens. De même, le Ministère aimerait connaître les limites imposées aux investissements dans certains secteurs ou industries qui ont empêché les investissements canadiens.

La structure de l'économie mondiale est en pleine mutation et de plus en plus de sociétés canadiennes investissent à l'étranger. Ces examens permettront de déterminer comment les obstacles imposés aux investissements étrangers peuvent gêner les efforts déployés par les sociétés canadiennes pour mondialiser et diversifier leurs activités et pour accéder à de nouveaux marchés et à de nouvelles techniques.

Pour nous faire part de toute expérience d'obstacles dressés par les gouvernements, ou d'opinions concernant les investissements dans la Communauté européenne ou au Japon, communiquer avec M. Tim Miller, au (613) 996-4921, ou avec M. Steve Rheault-Kihara, au (613) 992-9094, MAECI, fax : (613) 944-0679.

La Défense à la recherche de partenaires

Si vos produits se rapportent à la défense ou à la haute technologie, ou si vous avez comme client le ministère de la Défense nationale du Canada (MDN) ou le département américain de la Défense (DOD), vous connaissez probablement l'Accord canado-américain sur le partage du développement industriel de la défense (DDSA).

Le DDSA a été remanié récemment en vue d'un accroissement du financement/participation du Canada.

Un comité de coordination pluriministériel se réunit régulièrement pour promouvoir les nouveaux débouchés recensés par les groupes de travail bilatéraux sur l'armée de l'air, l'armée et la marine. Par exemple, la réunion de décembre dernier du groupe de travail bilatéral sur l'armée

de l'air a fait ressortir huit projets éventuels nécessitant parrainage et financement.

Si votre entreprise désire exporter et possède des technologies nouvelles ou originales, veuillez communiquer avec l'un des membres suivants du Comité de coordination du DDSA :

- MAECI/Promotion du commerce avec les États-Unis (UTO) : Bob Mahar/Max Reid. Fax : (613) 944-9119.
- Défense nationale/DDIR : Wayne Hodgson. Fax : (613) 995-2305.
- Industrie Canada/Électronique de défense : Pierre Lalonde. Fax : (613) 954-4246.
- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada : Éric Fresque; fax : (819) 997-2229 ou Ron Beach; fax : (819) 956-4962.

Globe 94 : les affaires et l'environnement

Vancouver — GLOBE 94, la Third GLOBE Conference and Trade Fair on Business and the Environment se tiendra à Vancouver les 24 et 25 mars 1994. Le Premier ministre Jean Chrétien a invité les ministres de l'Environnement de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) à participer à ce salon international du commerce des technologies de dépollution en Amérique du Nord!

La rencontre avec les ministres de l'APEC sera présidée par la vice-pre-

mière ministre et ministre de l'Environnement, M^{me} Sheila Copps.

Plus de 450 entreprises du monde profiteront du salon pour exposer leurs dernières nouveautés dans les technologies de la dépollution, et des experts d'une vingtaine de pays parleront de sujets comme les règlements et la compétitivité, la stratégie d'ensemble, les finances et les investissements, les marchés internationaux naissants et la coopération technologique.

(Voir page 2 — Globe)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|------------------------------------|-----|
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| FOIRES COMMERCIALES | 4-5 |
| FICHES SUR L'AMÉRIQUE LATINE | 6 |
| PUBLICATIONS | 7 |
| AU CALENDRIER | 8 |

• Chronique de l'ALENA •

Changements en vigueur

L'Accord de libre-échange nord-américain a pris effet le 1^{er} janvier. Outre les réductions tarifaires, quels autres changements ont maintenant force de loi?

- L'Amérique du Nord devient un **marché intégré** de 360 millions de personnes.
- Le Mexique élimine un certain nombre de **prescriptions de licence d'importation** pour les exportations canadiennes.
- Le **drawback de droits** prévu dans l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis est prorogé de deux ans; le 31 décembre 1995, il sera remplacé par un système permanent de remboursement de droits qui réduira le coût des intrants utilisés par les fabricants canadiens.
- Les sociétés canadiennes peuvent maintenant soumissionner des **marchés publics** au Mexique. Aux États-Unis, elles peuvent soumissionner les marchés publics de services et de construction. La portée et le champ d'application des marchés publics visés par l'ALENA dépassent ceux de l'ALE et du GATT.
- Tous les **investisseurs** des pays de l'ALENA doivent être traités de la même façon. Les restrictions sur les investissements au Mexique seront réduites dans plusieurs secteurs, y compris l'automobile, l'agriculture, les services financiers, l'extraction minière, le transport et la plupart des secteurs de fabrication.
- Les entreprises canadiennes de **services financiers** pourront s'implanter au Mexique, y établir des filiales, y investir et y acquérir des sociétés de services bancaires, de courtage et d'assurance.
- Des **règles d'origine** claires et précises réduiront les possibilités de différends.
- Une méthode claire et simple pour le calcul de la **teneur nord-américaine** des automobiles devrait éviter la répétition du différend douanier sur les Honda Civics fabriquées au Canada.
- Un accès élargi au marché américain pour les textiles et vêtements en vertu de **contingents spéciaux**.
- Une amélioration des procédures de **règlement des différends**.
- De nouveaux **droits de propriété intellectuelle** pour protéger les oeuvres et les inventions des créateurs, inventeurs et chercheurs canadiens.
- Tous les pays de l'ALENA faciliteront l'**admission temporaire** des gens d'affaires, qui pourront amener avec eux, en franchise, leurs équipements et leurs échantillons.
- Les **camionneurs** canadiens peuvent maintenant transporter des marchandises aux États-Unis, y ramasser des marchandises à livrer au Mexique et faire le trajet de retour en transportant des marchandises à livrer aux États-Unis et au Canada.
- Un meilleur **contrôle des organes américains de réglementation de l'énergie** pour réduire leur capacité d'entraver les ventes canadiennes aux États-Unis.
- Les marchés des **services aériens spécialisés** seront ouverts sur une période de cinq ans, à commencer par le marché américain des services de levés et de cartographie.

Globe (Suite de la page 1)

L'APEC, créée en 1989, représente les économies de l'Australie, du Brunéi Darussalam, du Canada, de la République populaire de Chine, de Hong Kong, de l'Indonésie, du Japon, de la Corée, de la Malaisie, du Mexique, de la Nouvelle-Zélande, de la Papouasie-Nouvelle-Guinée, des Philippines, de Taiwan, de Thaïlande et des États-Unis.

Pour renseignements, communiquer avec M. Alastair Gordon, tél. : (604) 684-5986, fax : (604) 666-8123 ou avec Mme Suzanne Armstrong, tél. : (604) 775-7517, fax : (604) 666-8123, tous les deux de la Globe Foundation of Canada, à Vancouver.

CANADÉXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 CANADÉXPORT.

CANADÉXPORT 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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

L'ESPAGNE

La mission commerciale du Canada à Barcelone a identifié un certain nombre de possibilités de coentreprise et d'affaires en Espagne. Les sociétés canadiennes intéressées devraient envoyer, en citant la référence pertinente, des renseignements généraux sur leur entreprise à René-François Désamoré, agent commercial, Consulat du Canada, Travessera de les Corts, 265 Entl. 1, 08014 Barcelone, Espagne. Fax : 343-410-77-55.

Réf. NOS — Une société établie depuis 23 ans à Barcelone qui fabrique des panneaux et du matériel d'insonorisation cherche à conclure des ententes avec des associés dans le même domaine. Cette entreprise s'intéresse aux produits utilisés pour l'isolation acoustique des murs et des plafonds et l'insonorisation électronique active ou passive (c.-à-d. des dispositifs sonores qui éliminent les autres bruits).

Réf. RUM — Une société s'occupant surtout de la fabrication et de la construction d'installations industrielles, au moyen de modules préfabriqués, cherche à conclure des ententes avec des entreprises canadiennes qui pourraient fournir des licences de fabrication pour : des enceintes de béton préfabriquées pour le confinement de liquides; et des écrans antibruit et anti-acoustiques pour amortir les bruits de la route.

Réf. REI — Une société d'ingénierie relative à la conception, l'exécution et l'installation de tous genres de lettrage

pour enseignes intérieures et extérieures cherche à conclure des ententes avec des entreprises canadiennes qui fabriquent : des tubes au néon; des transformateurs pour tubes au néon; des plaques de méthacrylate pour le lettrage d'enseignes; des enseignes électroniques formées de lettres pour l'intérieur ou l'extérieur; et des enseignes intérieures au néon pour bars et salons.

Réf. DAM — Une société de technologie et de services désire collaborer avec des entreprises canadiennes s'occupant de recyclage, de récupération ou de réutilisation de composants électroniques et de matériel informatique, de circuits d'impression et de composants électriques utilisés dans les ordinateurs.

L'INDE

INDE — Une société fabricante d'acier inoxydable ainsi que de moulages et de lingots d'acier allié désire établir une collaboration technique et financière avec des sociétés canadiennes dans le domaine des pointes d'outil au carbure, du liquide de refroidissement pour les radiateurs d'automobile et des paliers bimétalliques en vue d'une utilisation dans l'industrie automobile. Communiquer avec M. Vijender Kumar Garg, Kumar Steels, Ambala, Jagadari - 135 003, Haryana, Inde. Fax : 91-01732-23531.

INDE — Une société à responsabilité limitée voudrait importer du matériel pour tableaux-copieurs électroniques sur papier ordinaire, notamment, des résines pour l'encre, de la magnétite, des cires, du noir de carbone, des additifs et d'autres pièces et mécanismes relatifs aux machines à photocopier. Communiquer avec M. P.K. Aggarwal, directeur de projet, Rathi

Graphic Technologies Ltd., A-3 Industrial Area, south of G.T. Road, Ispat Nagar, Ghaziabad - 201009, Uttar Pradesh, Inde. Tél. : 91-11-8722005. Fax : 91-11-8722359.

INDE — Une société privée à responsabilité limitée cherche à représenter des fabricants canadiens de dispositifs de désinfection de l'eau aux ultraviolets. Communiquer avec M. S.M. Khera, directeur, Digital Promoters (India) PVT Ltd., 505 Vishal Bhavan, 95 Nehru Place, New Delhi - 110 019, Inde. Tél. : 91-11-6425146. Fax : 91-11-6437849.

INDE — Une société publique à responsabilité limitée, fabriquant actuellement des batteurs, des broyeurs et des machines à laver, cherche des sources d'approvisionnement en installations, machines et pièces détachées pour la fabrication de machines à laver, de réfrigérateurs et de lave-vaisselle. Communiquer avec M. Harish Kumar, directeur général, Maharaja International Ltd., 806 Vikram Tower, 16 Rajendra Place, New Delhi - 110 060, Inde. Tél. : 91-11-5732921. Fax : 91-11-5752484, 91-11-7532413.

LA CHINE

CHINE (République populaire) — Un fabricant de peaux de mouton pour vêtements, chaussures et tapis cherche à créer une coentreprise avec un partenaire prêt à investir de 2 à 4 millions \$ US afin que l'usine soit mise en service immédiatement. Des débouchés existent également pour les exportateurs canadiens de produits chimiques, de technologie de tannage et de matériel de traitement des effluents. S'adresser à M. Tin Yap, Garsen Garcy Enterprises Inc., Ottawa. Tél. : (613) 521-3331. Fax : (613) 521-6482.

Échéance serrée

Participation au Salon asiatique de l'aérospatiale

Singapour — Les entreprises qui désirent exposer des prospectus ou des vidéos sur leurs produits au kiosque d'information du gouvernement du Canada, au salon **Asian Aerospace 94**, du 22 au 27 février, doivent les faire parvenir au Haut-commissariat du Canada à Singapour d'ici le **12 février 1994**.

Le kiosque présentera des documents

décrivant les capacités du Canada dans les secteurs de l'aérospatiale, du matériel aéroportuaire, de la conception et des services. Les colis doivent porter l'inscription : **Asian Aerospace 94**.

Asian Aerospace 94, qui englobe l'exposition **Asian Airport Equipment & Technology 94**, est la septième édition de ce qui est maintenant, et de loin, le salon aérien le plus important de la

région Asie-Pacifique.

Plus de 22 entreprises canadiennes exposeront leurs produits sous la bannière du stand canadien, et d'autres auront leurs propres stands ou seront représentés par des entreprises locales.

Singapour possède un secteur aérospatial prospère. On prévoit que, d'ici 1995, la production de ce secteur, fondée sur la fabrication et la réparation de composants aériens et sur les services de révision, dépassera 1,1 milliard \$.

Il existe des débouchés pour la vente de produits, de technologies et de services connexes. Et des possibilités plus grandes pour les associations et les alliances stratégiques avec les groupes établis à Singapour, qui sont de plus en plus actifs sur les marchés régionaux.

Pour plus de renseignements, s'adresser (et envoyer également les documents susmentionnés) au Haut-commissariat du Canada, IBM Towers, 14th Floor, 80 Anson Road, Singapour 9016. Tél. : (011-65) 225-6363. Fax : (011-65) 226-1541.

Houston accueille les technologies Offshore

Houston — Plus de 30 000 participants du monde entier devraient assister à l'**Offshore Technology Conference (OTC)**, le plus grand salon mondial du pétrole et du gaz naturel, du 2 au 5 mai 1994 au complexe américain de l'Astrodome de Houston.

Quinze organisations scientifiques et d'ingénierie de premier plan, comptant plus de 750 000 adhérents dans le monde entier, parrainent cette conférence-exposition technique.

Le salon de 1992 a attiré des professionnels de ce secteur venus de 87 pays. Le nombre de places réservées jusqu'ici est de 10% supérieur aux réservations faites l'an dernier.

L'**OTC** s'est taillé une réputation de chef de file mondial de la technologie de forage et de production en mer. Ce forum permet à de petites entreprises de se rencontrer et de

former des alliances avec leurs homologues dans le but de conclure des accords mutuellement avantageux. En outre, près de trois cent représentants de la presse commerciale et des médias couvriront les activités du salon.

Le Canada y aura un stand national. Les entreprises canadiennes désirant y exposer leurs produits doivent s'adresser à Robert McNally, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 944-7486. Fax : (613) 944-9119. Le consulat du Canada à Dallas se chargera des arrangements sur place.

Pour renseignements, s'adresser à Joe Mingori, agent commercial, consulat général du Canada, 750 N. St. Paul, Suite 1700, Dallas (Texas) 75201. Tél. : (214) 922-9806. Fax : (214) 922-9815.

Foire de l'agriculture au Maroc

Rabat—L'Office des foires et expositions de Casablanca (OFEC) accueillera du 19 au 24 avril 1994, la troisième édition de la foire internationale de l'agriculture. Cette manifestation est organisée sous l'égide du Ministère de l'agriculture et de la mise en valeur agricole.

Le secteur agro-alimentaire domine les échanges commerciaux Canada-Maroc et l'expertise canadienne est fort prisée là-bas. Les sociétés intéressées par cette manifestation peuvent contacter le service commercial de l'ambassade canadienne à Rabat, Maroc.

Fax : (011-212-7) 67-21-87. Ou s'adresser directement à l'OFEC. Fax : (011-212-2) 26-49-49.

Le commerce international comme thème

Miami — Un espace d'exposition limité demeure à la disposition des sociétés intéressées à participer à **World Trade Expo 94**, qui aura lieu du 15 au 19 avril 1994.

Les stands et les séminaires seront axés sur l'industrie de l'import-export d'aujourd'hui et de ses perspectives d'avenir. Ils mettront en valeur le thème

du salon, l'«Expansion du commerce international».

L'événement permettra aux entreprises établies et aux nouvelles sociétés de se constituer en réseaux, d'établir de nouvelles relations et de présenter leurs produits à un public de choix.

Pour renseignements - Tél. : (407) 394-2317. Fax : (407) 393-0617.

CHINE 1994 : calendrier des foires commerciales

L'ambassade du Canada à Beijing, République populaire de Chine, a dressé un calendrier des foires commerciales d'intérêt pour les exportateurs. Les lettres entre parenthèses après la mention de chaque foire commerciale renvoient aux agents (énumérés à la fin du calendrier) auprès de qui on peut obtenir de l'information au sujet de la foire en question.

BÂTIMENT

Shanghai — 11 au 15 mai 1994 — Salon international de la construction, de la décoration intérieure et de l'équipement hôtelier - Expo 94 (B).

Shanghai — 9 au 12 novembre 1994 — Chinabox 94. Salon du bâtiment et de la construction. (A).

Beijing — 25 au 29 novembre 1994 — China Building 94. (D)

AUTOMOBILE

Beijing — 4 au 8 avril 1994 — Exposition internationale de pièces et d'accessoires d'automobile. (D).

Beijing — 23 au 29 juin 1994 — Salon de l'automobile, Chine 94. (C).

Guangzhou — 7 au 11 décembre 1994 — Salon de l'automobile de 1994 de la Chine méridionale. (C).

ENVIRONNEMENT

Shanghai — 13 au 17 juillet 1994 — Recycling China 94. (E).

Beijing — 12 au 16 septembre 1994 — Salon international de 1994 de la technologie de protection de l'environnement. (D).

Beijing — 27 au 31 octobre 1994 — Enviro-Pro China. Salon de l'industrie de l'environnement. (F).

AVIATION

Beijing — 2 au 6 octobre — Foire internationale chinoise d'équipement et de technologie aéroportuaire. (G).

Guangzhou — 22 au 26 novembre 1994 — Salon de 1994 de l'industrie aéroportuaire et aéronautique de la Chine méridionale et de Hong Kong. (B).

Beijing — 10 au 13 octobre 1995 — Salon de l'aviation, Chine 95. (B).

TRANSPORTS

Shanghai — 18 au 22 juin 1994 — Salon du transport urbain, du métro et du chemin de fer, Chine 94. (B).

Beijing — 8 au 12 octobre 1994 — Salon de 1994 du Chemin de fer moderne. (D).

Voici les agents pouvant donner plus d'information sur ces divers événements :

- (A) Reed Exhibition Pte Ltd, Singapour.
Fax : 65-2744666;
- (B) China Promotion Ltd, Hong Kong.
Fax : 852-511-9692;
- (C) Adsale Exhibition Services Ltd, Hong Kong.
Fax : 852-516-5024;
- (D) China World Trade Centre, Beijing.
Fax : 1-5053260;
- (E) Look Ease Enterprise Ltd, Hong Kong.
Fax : 852-5-8613523;
- (F) E.J. Krause & Associates Inc., Beijing.
Fax : 1-8411728;
- (G) Headway Trade Fairs Ltd, Hong Kong.
Fax : 852-827-7064.

Divers événements prévus à Singapour

Singapour — Plusieurs événements à caractère commercial se tiendront à Singapour l'an prochain; ils pourraient susciter un intérêt majeur parmi les entreprises canadiennes désireuses de se rendre sur place ou de présenter leurs dépliants.

CommunicAsia/BroadcastAsia — du 1^{er} au 4 juin 1994 — La première conférence et exposition sur les télécommunications et l'informatique offerte dans la région donnera un aperçu de l'éventail des produits et services dans ces secteurs d'activité.

À la même période, **NetworkAsia 94** et **MobileCommAsia 94** attireront de très nombreux acheteurs dans les domaines des réseaux de communications et des communications mobiles.

Les responsables du stand d'information du haut-Commissariat canadien à Singapour se feront un plaisir de distribuer aux visiteurs les dépliants des entreprises canadiennes qui souhaitent se faire connaître et présenter leurs produits.

Les entreprises intéressées doivent acheminer leur documentation, notam-

ment les caractéristiques techniques de leurs produits ainsi que leur barème de prix, au haut-Commissariat du Canada, Robinson Road, P.O. Box 845, Singapour 9016, République de Singapour. Tél. : (011-065) 225-6363. Fax : (011-65) 225-2450.

De plus, toujours dans le cadre de ces expositions, Unilink (représentant canadien) assurera la coordination d'un stand regroupant diverses entreprises canadiennes. Les participants canadiens pourront ainsi non seulement occuper

(Voir page 8 — Singapour)

L'AMÉRIQUE LATINE ET LES ANTILLES

CanadExport publiera périodiquement des fiches de renseignements sur des pays ou des régions avec qui le Canada fait affaire. Voici les fiches de renseignements sur l'Amérique Latine et les Antilles.

- D'ici l'an 2000, les Antilles et l'Amérique latine constitueront un marché de 600 millions de personnes ayant un pouvoir d'achat de 1 billion de dollars américains.
- Les exportations canadiennes vers les marchés de l'Amérique latine et des Antilles ont totalisé 3,2 milliards de dollars en 1992, tandis que nos importations de cette région se sont chiffrées à 5,8 milliards de dollars.
- La valeur active des investissements canadiens en Amérique latine dépasse maintenant les 7 milliards de dollars, dont le Chili absorbe environ 2,2 milliards de dollars.
- Les principales exportations canadiennes vers cette région (de janvier à mars 1993) incluent le blé, la pâte de bois et les articles en papier, le papier journal, les véhicules automobiles et leurs pièces, le charbon, le soufre, le matériel de télécommunications, le chlorure de potassium et les pièces électriques.
- Les principales marchandises importées d'Amérique latine par le Canada (de janvier à mars 1993) sont des produits agro-alimentaires, des métaux, du matériel de télécommunications et des produits de consommation.
- Les secteurs de cette région offrant des débouchés aux exportations canadiennes sont l'automobile, l'agro-alimentaire, les logiciels d'ordinateur, les biens de consommation, la protection et le contrôle de l'environnement, le pétrole et le gaz, les plastiques, les pâtes et papiers, l'exploitation minière, les télécommunications, l'ingénierie et les services de construction.
- Parmi les entreprises canadiennes ayant particulièrement bien réussi récemment en Amérique latine et dans les Antilles, citons : Agrodev Canada Inc., Omega Recycling Systems, VenRez Products Limited, Millar Western Industries Ltd., Kenonic Controls, GM Canada - Division Diesel et Good Year Canada.
- D'octobre à décembre 1992, 14 missions canadiennes ont fait état des activités commerciales suivantes :
 - 70 ventes à l'exportation d'une valeur de 119,54 millions de dollars;
 - 13 nouvelles filières d'achat et 42 accords de représentation;
 - 14 nouvelles coentreprises d'une valeur de 1,19 million de dollars;
 - 1 investissement canadien dans la région;
 - 7 transferts de technologie d'une valeur de 1,69 million de dollars.

Commerce : l'Amérique latine

FAITS SAILLANTS

- vente de fibres optiques d'une valeur de 22 millions de dollars (Sao Paulo)
- vente d'un système radar d'une valeur de 12,3 millions de dollars (Santiago)
- vente d'installations de production d'oxygène d'une valeur de 2,5 millions de dollars (Lima)
- vente de capteurs pour laminoirs d'une valeur de 1,65 million de dollars (Caracas)
- vente d'un système de filtration de 1,5 million de dollars (Mexique)
- vente d'un système d'automatisation pour centre de données d'une valeur de 1,2 million de dollars (Mexique)

PUBLICATIONS

L'étiquetage aux Philippines

Une étude de marché intitulée *L'industrie de l'emballage et de l'étiquetage aux Philippines* fait état des débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans ce secteur, l'un des principaux bénéficiaires du récent décollage économique de ce pays.

La concurrence des produits sur le marché local s'est intensifiée à la suite de l'augmentation du revenu par habitant. La hausse de la demande de consommation a permis à l'industrie d'enregistrer un taux de croissance annuel impressionnant de 39 % pendant la même période. Cette conjoncture favoriserait la croissance de la demande de produits de consommation de base comme les aliments et boissons, les produits pharmaceutiques, les vêtements, les savons et détergents, les articles de toilette et les cosmétiques.

Les secteurs des aliments et des boissons, par exemple, devraient connaître une hausse annuelle de 3,6 et 7,5 % respectivement au cours des cinq prochaines années. Cela aura un effet direct sur l'industrie de l'emballage et de l'étiquetage, car le secteur des aliments et boissons consomme la plus grande partie des produits d'emballage et d'étiquetage.

L'étude porte également sur les débouchés qui s'offrent dans ce secteur dans le domaine des matières premières, des machines et de l'équipement. On peut obtenir des exemplaires de la publication, préparée par le bureau commercial du Canada à Manille, en communiquant avec le Centre du commerce international de votre province ou territoire ou le bureau commercial de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud, MAECI, Ottawa. Fax : (613) 996-4309.

L'or du Venezuela

Selon l'étude de marché *L'industrie de l'or au Venezuela*, réalisée par la Section commerciale de l'ambassade

du Canada à Caracas, l'industrie canadienne pourrait jouer un rôle de premier plan dans le développement de cette industrie, qui s'engage dans une période de prospérité. En plus de donner un aperçu de l'industrie et de son importance dans l'économie, cette étude comporte une annexe qui dresse une liste des principales personnes-ressources de l'industrie minière du Venezuela.

Depuis 1988, le Venezuela se classe au 10^e rang des producteurs d'or de l'Occident et enregistre un des taux de croissance les plus élevés de tous les pays d'Amérique du Sud.

Au cours des trois prochaines années, on s'attend à ce que ce secteur génère de 10 000 à 20 000 nouveaux emplois et des recettes annuelles en devises de 1,8 milliard \$ US.

On peut se procurer un exemplaire de l'étude (code n° 147LF) en s'adressant à InfoEx. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Logiciel sur l'ALENA

Le Livingston Group, connu pour son expertise en gestion logistique et en courtage en douane, vient de mettre en marché son logiciel «Origin Expert-System Software». Ce programme ORIGIN est un guide d'utilisation facile qui explique les règles d'origine complexes de l'ALENA. Les gens d'affaires y trouveront une explication méthodique des multiples opérations que comporte la nouvelle qualification des produits d'une société en vertu des nouvelles règles d'origine de l'ALENA. Au Canada, ce logiciel se vend 4 595 \$ plus TPS. Pour de plus amples renseignements sur ORIGIN, composer le 1-800-387-7582 (poste 3500) ou communiquer avec Darlene Kuhn, au (905) 677-3080.

Le marché du poisson et des fruits de mer

Le document *Global Market*

Opportunities Review - Fish and Seafood fait partie d'une série publiée par le Secteur de la promotion du commerce international du MAECI.

La publication de cette série, qui couvre une vaste gamme de secteurs, s'inscrit dans un programme visant à aider les exportateurs canadiens à pénétrer de nouveaux marchés.

L'étude en question porte sur le marché mondial du poisson et des fruits de mer en général et traite de questions intéressantes l'ensemble du secteur.

Elle précise les aspects de commercialisation sur lesquels l'industrie devrait insister pour accroître et stabiliser ses revenus à l'exportation, de façon à retirer des bénéfices raisonnables et plus avantageux compte tenu du temps et des efforts investis.

L'étude comprend également ce qui suit : description du secteur, tableau des 42 bureaux commerciaux du Canada à l'étranger ayant signalé des débouchés potentiels pour ce secteur sur leur territoire, avantages concurrentiels du Canada, problèmes du secteur, éléments d'une stratégie de commercialisation des exportations et autres initiatives commerciales.

Le document a déjà été distribué aux entreprises ainsi qu'aux ministères fédéraux et provinciaux.

Si vous ne l'avez pas reçu, il vous suffit de communiquer avec InfoEx et de mentionner le code 158TB. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Numéros à noter

Le nouveau numéro de téléphone du Consulat général du Canada à Miami est le (305) 374-6774. Le numéro de fax demeure le même : (305) 374-6774.

AU CALENDRIER

Montréal — 1^{er} février 1994 (tél. : 514-982-9300; fax : 514-982-9060); **Toronto** — 2 février (tél. : 416-869-0541; fax : 416-869-1696); **Winnipeg** — 3 février (tél. : 204-942-2561; fax : 204-942-2227); **Vancouver** — 4 février (tél. : 604-684-5986; fax : 604-681-1370) — Une série de séminaires intitulés **Vietnam: Emerging Opportunities, Challenges and Strategies for Success** comprendra des présentations portant sur divers aspects clés tels que l'état actuel des projets et des prêts consentis par les institutions de financement internationales, l'établissement et le maintien de relations commerciales au Viet Nam ainsi que les stratégies de pénétration du marché. Le MAECI, présentera ces séminaires de concert avec la Fondation Asie-Pacifique du Canada.

Vancouver — 8 février 1994 — *Débouchés de l'ANASE pour les industries de l'environnement et de l'agro-alimentaire*; **Etobicoke** — 10 février — *Débouchés en Malaisie et en Indonésie pour les industries des télécommunications et de l'environnement*; **Montréal** — 11 février — *Débouchés de l'ANASE pour les industries de l'environnement et de l'énergie*. En plus de couvrir plusieurs thèmes, ces séminaires d'une journée permettront aux participants d'organiser des rencontres privées avec des spécialistes des gouvernements fédéral et provinciaux et des représentants de la Banque asiatique de développement et de la Société pour l'expansion des exportations. Contacter Elsie Lee, Conseil de commerce ANASE-Canada de la Chambre

de commerce du Canada, Ottawa. Tél.: (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643.

Montréal — Le 9 février 1994, Hôtel La Reine Elizabeth - **L'accès aux marchés des pays en voie de développement**: des ateliers sur l'exportation, organisés par l'Association des exportateurs canadiens (AEC) et l'Agence canadienne de développement international (ACDI), en partenariat avec le Ministère des Affaires internationales du Québec, l'Association des ingénieurs-conseils du Québec et le Forum des Affaires. Participation de **l'Honorable André Ouellet**, Ministre de Affaires étrangères, de **l'Honorable Robert de Cotret**, Directeur exécutif canadien, Banque mondiale, et de **M. Jean-Guy Martin**, Vice-président de l'ACDI. Renseignements: L'AEC au (514) 499-2162.

Kanata — 15 février; **Kingston** - 17 février; **Cambridge** - 3 mars; **Mississauga** - 22 mars; **Ateliers sur la rentabilisation des foires commerciales**, animés par Barry Suskind, spécialiste en la matière. Les ateliers s'adressent aux coordonnateurs des stands d'entreprises, aux directeurs des ventes et aux autres cadres participant ou désireux de participer à des foires commerciales. Les ateliers sont parrainés par le Centre du commerce international du gouvernement fédéral et par le ministère ontarien du Développement économique et du Commerce. Pour plus de détails, se renseigner au numéro suivant : (416) 483-3836.

Ottawa-Hull — février-mars 1994. La

Banque fédérale de développement (BFD) offre à titre de projet pilote un **Programme de planification stratégique** de deux mois (45 heures), expressément destiné aux sociétés de la région d'Ottawa-Hull qui désirent pénétrer des marchés d'exportation ou élargir leurs marchés existants. Communiquer avec Douglas L. Marshall, directeur, Services conseils en affaires, Ottawa. Tél. : (613) 995-5068. Fax : (613) 995-9045.

Singapour (Suite de la page 5)

un stand, mais aussi bénéficier des services logistiques offerts par Unilink, par exemple, la conception et la construction de stands ainsi que le groupement de fret.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la marche à suivre afin de participer au stand collectif canadien, communiquer avec Derek Complin, Unilink, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Les participants à ces expositions devraient aviser le haut-Commissariat du Canada à Singapour.

Numéros à noter

Grâce au nouveau code régional à trois chiffres, on peut maintenant communiquer avec le bureau commercial du gouvernement du Canada à Philadelphie par téléphone, n° 610-667-8210 et par télécopieur, n° 610-667-8148. Le code régional précédent était 215.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une demande sur la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



POSTE
Société canadienne de
Port payé
NBRE
T-3
OTT



7 104566 120164

DOCS
CA1
EA
C16f
v. 12
Feb 15,
1994
copy 1

CANADEXPORT

I. 12 N°3

FEB 15 1994

15 février 1994

Une perspective nord-américaine

Le défi de la compétitivité à l'échelle mondiale

Le Canada se positionne dans une économie mondiale à forte intensité de connaissances, il est donc dans notre intérêt que les établissements d'enseignement supérieur, les pouvoirs publics et le secteur privé créent des partenariats plus solides pour imprégner la dimension internationale de l'enseignement supérieur, de la recherche et de la formation.

C'est dans ce but que s'amorcèrent, en septembre 1992, des initiatives trilatérales au centre de conférences *Wingspread* à Racine (Wisconsin), où se sont réunis soixante représentants d'établissements d'enseignement postsecondaire du Canada, des États-Unis et du Mexique pour débattre des

possibilités de coopération à l'échelle nord-américaine dans les domaines de l'enseignement supérieur, de la recherche et de la formation.

Ces discussions ont donné lieu à la formation d'un groupe de travail nord-américain composé de six représentants de chaque pays recrutés du secteur privé, du milieu des fondations, des universités, des collègues et des associations professionnelles.

Ce groupe a élaboré un plan d'action et organisé le Symposium international sur l'enseignement supérieur et les partenariats stratégiques : Le défi de la compétitivité à l'échelle mondiale dans une perspective nord-américaine, qui s'est tenu du 10 au 13 septembre

1993 à Vancouver.

Ce symposium s'est déroulé au moment où la relation entre nos trois pays s'était engagée dans une profonde mutation provoquée par l'ALENA, une révolution de l'électronique et de l'information et le développement planétaire des économies à forte intensité de connaissances.

Trois cents hauts responsables canadiens, mexicains et américains du secteur privé, de l'enseignement supérieur, du milieu des fondations et du secteur public ont pris part à cet événement. Les participants sont parvenus à un large consensus, ce que reflète le communiqué de Vancouver où l'on dénote neuf propositions étroitement liées qui doivent être mises en oeuvre immédiatement. Trois de ces conclusions concernent le milieu des affaires, à savoir :

- La création d'un Réseau nord-américain d'éducation et de recherche à distance (NADERN), consortium qui facilitera l'accès à l'information et appuiera les activités d'enseignement, de recherche et de formation des établissements participants.

- La mise sur pied d'un mécanisme trilatéral d'entreprise/éducation chargé d'examiner les questions relatives à la mobilité, à la transférabilité et à la reconnaissance des compétences. Il se

(Voir page 4 — Premiers)

Séminaires en mars

Comment vendre aux États américains

Faire des affaires avec les administrations publiques des États américains sera le sujet d'un séminaire de sensibilisation qui aura lieu les 7 et 8 mars 1994 à Huntington Beach en Californie.

Encouragé par le succès de la mission organisée l'année dernière, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) coordonne de nouveau une mission pour le séminaire de cette année. L'événement, qui en est à sa septième édition, est parrainé par la National Association of State Purchasing Officials des États-Unis en collaboration avec le magazine *GOVERNING*.

Le séminaire brosera un tableau détaillé des politiques et procédures

d'achat des administrations des 50 États américains et donnera un aperçu des débouchés aux entreprises intéressées à vendre leurs produits et services sur ces marchés. Il sera également question de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) ainsi que de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) en ce qui a trait aux marchés publics. Enfin, des réunions individuelles avec des représentants des États pourront être organisées.

Pour de plus amples renseignements sur la mission et le séminaire, prière de communiquer avec W.P. (Pat) Molson, MAECI, Ottawa.

Tél. : (613) 944-9440.
Fax : (613) 944-9119.

DANS CE NUMÉRO

| | |
|------------------------------|------|
| CHRONIQUE DE L'ALENA | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| ACCÈS AMÉRIQUE DU NORD | I-IV |
| FOIRES COMMERCIALES | 5-7 |
| AU CALENDRIER | 8 |

• Chronique de l'ALENA •

Vers une élimination accélérée des droits de douane

Le Gouvernement du Canada sera partie, avec les Américains et les Mexicains, aux négociations en vue d'accélérer le processus d'élimination des droits de douane sous le régime de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). L'ALENA prévoit l'élimination éventuelle de la plupart des droits de douane frappant les marchandises canadiennes, américaines et mexicaines échangées entre les trois pays.

Le 6 janvier 1994, le Ministre du Commerce international, M. Roy MacLaren, et le ministre des Finances, M. Paul Martin, ont invité les parties intéressées à soumettre leurs propositions visant l'élimination accélérée de certains droits de douane en vertu de l'ALENA. Les modalités de présentation des propositions ont été publiées dans la *Gazette du Canada* du 8 janvier 1994. La date limite pour les nouvelles propositions est le 22 février 1994. Les ministres ont aussi demandé la présentation d'observations sur l'élimination accélérée des tarifs douaniers déjà réclamée par les industries des trois pays (voir la liste de produits ci-dessous).

Tandis que les droits de douanes sur certaines marchandises échangées entre le Canada et le Mexique ont déjà été éliminés le 1^{er} janvier 1994, d'autres seront éliminés en cinq ou dix tranches annuelles égales. Les droits de douane frappant les marchandises échangées entre le Canada et les États-Unis conti-

nueront d'être réduits selon le calendrier négocié dans l'ALE, mais ils pourraient être éliminés plus rapidement aux termes du processus de réduction accélérée prévu à l'article 302 de l'ALENA.

Le Ministre MacLaren a souligné que le succès déjà remporté par l'élimination des droits de douane sous l'ALE a incité l'industrie à proposer une élimination accélérée des droits de douane sous l'ALENA. Les trois rondes en vue d'éliminations accélérées sous l'ALE ont abouti à des réductions tarifaires d'une valeur de 9 milliards en commerce bilatéral. Tout comme c'était le cas pour l'ALE, le processus d'élimination accélérée sous le régime de l'ALENA est fondé sur les demandes des industries. Le gouvernement négociera à partir des requêtes qui sont dans l'intérêt national et qui jouissent d'un soutien solide de l'industrie. Le gouvernement consultera les sociétés, les associations industrielles, les groupements syndicaux, les gouvernements provinciaux et les groupes de consultations sectorielles sur le commerce international.

Produits faisant l'objet de demandes d'élimination accélérée des droits de douane sous l'ALENA : haricots secs; articles de literie; fromage à la crème (droits de douane américains et mexicains seulement); verre plat; gros appareils électroménagers; pommes de

terre; vin; chronomètres pour appareils électroménagers; ruban à fibres de sésame pour contenants en carton ondulé (c.-à-d. textile tissé étroit); filet à débris; cadenas à clef; tissu pour bannières; attaches pour aéronefs; panneaux de fibres de bois de masse volumique moyenne. Les parties de véhicules pour voies ferrées suivantes: articles de literie et articles similaires, coussins, lentilles en plastique, appareils d'éclairage et leurs parties, verre de sécurité formé de feuilles contrecollées (pour véhicules de chemins de fer), charnières en acier ou en aluminium, tuyaux en caoutchouc, appareils d'éclairage, contreplaqués et bois stratifiés similaires à revêtement de métal sur au moins une surface, boîtes en métal, amortisseurs de suspension, conducteurs isolés pour tensions supérieures à 600 volts, moteurs c.a. de systèmes de propulsion, miroirs, enseignes lumineuses et fusibles.

Fermeture temporaire à Budapest

La section commerciale de l'ambassade du Canada à Budapest, en Hongrie, sera temporairement fermée (du 24 février au 1^{er} mars 1994) pour faciliter l'installation de nouveaux systèmes et appareils.

Numéros à noter

Dans l'article «Les Douanes des Revenu Canada à la rescousse de exportateurs» (vol. 12, n° 1, 17 janvier 1994), certains numéros de téléphone pour le Système de renseignements automatisé des douanes étaient erronés. Les numéros sont : Montréal (514) 283-9900; Ottawa (613) 993-0534; Québec (418) 648-4445; Vancouver (604) 666-0545.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

BELGIQUE — Une société de commercialisation canadienne connaît des entreprises qui désirent importer du Canada les produits suivants : **aliments naturels, plats cuisinés originaux, sirop d'érable naturel, technologies et biens de consommation non dommageables pour l'environnement.** La société agira à titre de courtier ou fournira une aide directe en matière de commercialisation et de communication. Communiquer avec John C. Lindsay, Directeur, Sirius, Bureau 18, Ige Beeldekenstraat, 2060 Anvers, Belgique. Tél./fax : 32-3-235-9056.

CHINE (République populaire) — Une société canadienne ayant un bureau dans le centre économique du sud-ouest de la Chine désire représenter des entreprises canadiennes de **tous les secteurs de produits et de services.** La société présentera gratuitement votre documentation et vos brochures à son bureau de Chong-qing. Communiquer avec Canrith Limited, 35 Howard Street, Toronto, M4X 1J6. Tél. : (416) 363-1141. Fax : (416) 363-8893.

CHINE (République populaire de) — Une société de l'industrie du matériel relié au secteur pétrolier et des outils généraux aimerait former une **coentreprise** en collaboration avec des sociétés canadiennes intéressées. Communiquer avec Lily W.L. He, CW International Trade Company : 3920, rue Robinson, pièce 6, Regina (Saskatchewan) S4S 3C8. Tél. : (306) 584-5628. Fax : (306) 584-9648.

CHINE (République populaire) — Une société chinoise désire acheter l'équipement complet nécessaire pour

produire du **détergent en poudre sans phosphate.** Prière de communiquer avec le représentant de la société au Canada : Alex Wu, Multiway International Exchange & Development Co., 350 Church Street, Suite 703, Windsor, Ontario N9A 7C8. Tél. : (519) 258-4311. Fax : (519) 258-8146.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — Une société de produits chimiques et de métaux, dont l'atelier d'ingénierie fabrique sur commande du matériel pour l'industrie chimique et l'industrie de la transformation des aliments, cherche à entrer en communication avec des entreprises intéressées à **coopérer sur le plan de la production.** Communiquer avec Ludek Sarman, Directeur de la commercialisation, HMZ Bruntal, Zahradni Street 46, P.O. Box 138, 792 01 Bruntal, République tchèque. Tél. : (*42-646) 3591. Fax : (*42-646) 3637. Télex : 066293.

INDE — Une société d'import-export reconnue par le gouvernement et spécialisée dans l'exportation d'articles en cuir cherche à **diversifier ses activités en se lançant dans la fabrication de la gélatine et de l'osséine.** Communiquer avec M. Manoj Srivastava, directeur général principal, Super House Limited, 150 Feet Road, Jajmau, Kanpur - 208 010, Inde. Tél. 91-512-350391, 350398. Fax : 91-512-350814, 91-512-357325.

INDE — Une firme d'import-export bien établie, associée à l'un des plus grands groupes d'industriels, cherche un partenaire expérimenté afin de lui fournir la **technologie de pointe pour fabriquer des accessoires destinés aux câbles à fibres optiques composés de faisceaux de 6, 12 et 24 fibres.** Les accessoires demandés sont les suivants : des fermetures à épissure droite et à branchement, des boîtes de jonction, des répartiteurs de fibres (FDF),

des connexions volantes, des cordons de renvoi et des spirales de raccord ainsi que des trousseaux d'outils. Communiquer avec M. P.P. Singh, P&S Trading Corporation, Burnaby (Colombie-Britannique). Tél. : (604) 444-4294. Fax : (604) 433-1552.

KOWEÏT — Une société koweïtienne bien établie désire représenter des **fabricants canadiens d'équipement agricole** au Koweït. Prière de communiquer avec Nashaat Jabak, directeur général, Agricultural Green Kuwait, P.O. Box 26717, Safat, 13128, Koweït. Fax : (011) 965-381-0536. Les intéressés peuvent envoyer leurs listes de produits et de prix au représentant de l'entreprise au Canada : Basil Jabak, BDM Consulting & Management, 80 Woodsend Run, Brampton, Ontario, L6Y 4H7. Tél. : (416) 209-3000.

ARABIE SAOUDITE — Un conglomérat saoudien bien en vue est à la recherche d'entreprises canadiennes pour la fourniture clés en mains d'une **conserverie de poisson (saumon, sardine, thon, crevettes).** Les sociétés intéressées peuvent communiquer avec Rajhi Foam & Plastic Factory, P.O. Box 42185, Riyad 11541, Arabie saoudite. Tél. : (966-1) 448-2450. Fax : (966-1) 446-1493.

ASIE DU SUD-EST — Une société canadienne de vente basée en Asie est intéressée à représenter des fabricants canadiens **d'équipement et de matériaux de construction** en Thaïlande, en Malaisie, à Singapour, en Indonésie et aux Philippines. L'entreprise traite avec les plus grands distributeurs dans ces régions. Prière de communiquer avec Mark Mensing, Cascadia Sales, 46251 Harford St., Chilliwack, C.-B. Tél. : (604) 793-4303. Fax : (604) 793-4661.

Premiers jalons d'un accroissement du commerce *(Suite de la page 1)*

penchera également sur les approches et intérêts communs en matière d'éducation technique, appliquée et permanente.

• La création d'un Conseil des entreprises et de l'enseignement supérieur nord-américain, composé de hauts responsables du monde des affaires et des milieux de l'enseignement supérieur de nos trois pays, et qui se ferait le champion, dans ces deux secteurs et à travers l'Amérique du Nord, d'un partenariat plus solide en vue de la réalisation d'objectifs communs.

(* On peut se procurer le Communiqué de Vancouver, qui contient aussi les autres conclusions. Voir à la fin de cet article.)

Le monde des affaires et les milieux de l'enseignement supérieur canadiens n'ont pas tardé à se mobiliser pour donner suite à l'initiative visant la création du NADERN. Les membres du groupe de travail ont été les premiers à réagir en rédigeant des règlements administratifs pour ce réseau. Un certain nombre d'organisations canadiennes ont indiqué qu'elles étaient intéressées à former un réseau avec des homologues américains et mexicains.

En ce qui concerne l'initiative canadienne d'entreprise/éducation, l'Association des collèges communautaires du Canada (ACCC), organisme national représentant 180 collèges communautaires et instituts de technologie, élabore actuellement un plan de mise en oeuvre auquel participent divers établissements d'enseignement collégial, le gouvernement fédéral ainsi que des entreprises et des secteurs industriels. Ce plan a pour objet la promotion des échanges commerciaux entre les trois pays.

Quant à la troisième initiative, le Forum Entreprises-Universités a déjà indiqué qu'il était disposé à se faire le champion, de concert avec son homologue américain, de la formation du Conseil des entreprises et de l'enseignement supérieur nord-américain. Le

gouvernement du Canada n'a pas ménagé ses efforts pour harmoniser notre réponse aux initiatives de coopération nord-américaine dans les domaines de l'enseignement, de la recherche et de la formation. Dans le cadre du suivi des initiatives de Vancouver, les membres canadiens du groupe de travail, des représentants des ministères et organismes fédéraux intéressés et des délégués des milieux de l'enseignement supérieur se sont réunis afin de déterminer les activités que les ministères et organismes fédéraux pourraient et devraient entreprendre dans l'immédiat.

Le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada a organisé, en coopération avec le Centre de recherches pour le développement international, une réunion trilatérale sur la collaboration en matière de recherche lors de laquelle il a été décidé de lancer, à compter de 1994, un stage d'été financé conjointement par les trois pays afin d'établir un programme de recherches à la croisée des chemins de l'innovation, de la compétitivité et de la durabilité.

Au Mexique, on a mis de côté des fonds pour l'initiative trilatérale. On a établi divers fonds d'affectation spéciale, y compris des fonds distincts pour le perfectionnement du corps enseignant, l'infrastructure des télécommunications - notamment à titre de soutien de l'initiative NADERN, et les études nord-américaines.

Les États-Unis ont démontré qu'ils étaient intéressés et déterminés à poursuivre l'initiative trilatérale en réorganisant l'ordre des priorités de l'United States Information Agency (USIA), qui a déjà parrainé un certain nombre de projets dans le cadre de son University Affiliations Program.

Le Groupe de travail nord-américain en matière d'enseignement supérieur, de recherche et de formation s'est de nouveau réuni au début de janvier à Oaxaca, au Mexique, afin de discuter de l'état des progrès et de nouvelles voies relativement à la mise en oeuvre

des conclusions du symposium de Vancouver. Les mesures visant à mettre en oeuvre ces conclusions devraient compléter les efforts des organisations qui s'y emploient déjà.

L'une de ces organisations, et non la moindre, est le North American Institute (NAMI). C'est une organisation trilatérale, apolitique et sans but lucratif, qui sert de tribune pour la formulation coopérative d'idées et de propositions d'encadrement de la communauté nord-américaine en formation. Le NAMI met en contact des décideurs canadiens, américains et mexicains qui appuient ce genre d'approche coopérative. Le NAMI a dernièrement publié deux livres : **Learning for Life, Education for an Economically Competitive and Socially Responsible North America** et **Beyond NAFTA : The Western Hemisphere Interface**. L'Institut publie NAMI News, bulletin bimensuel qui suit et diffuse l'information sur les événements, les publications et les recherches ayant des répercussions potentielles sur le plan de l'action des trois pays.

Pour de plus amples renseignements au sujet de ces publications ou pour vous abonner, faites parvenir votre demande et votre carte d'affaires à NAMI News, 128 Grant Ave., Suite 106, Santa Fe, New Mexico, USA 87501 [tél. : (505) 982-3657; fax : (505) 983-5840].

Le NAMI organise une table ronde sur le thème **North American Environmental Cooperation: The Case for Sustainable Development**, qui se déroulera du 19 au 21 mars 1994 à Vancouver parallèlement à Globe 94.

Le rapport final sur ce symposium sera diffusé en mars 1994 en français, en anglais et en espagnol. Pour recevoir un exemplaire ou être informé des progrès réalisés dans le cadre de l'initiative trilatérale, veuillez communiquer avec : Elia Gorayeb [tél. : (613) 996-3649], Lorraine Bélisle [tél. : (613) 992-9919], du MAECI. Fax : (613) 992-5965.

Recrutement en cours pour des foires ...

... à la Barbade ...

Bridgetown — La foire commerciale qui se tiendra du 26 avril au 2 mai dans la capitale de la Barbade devrait donner aux participants canadiens une chance

Télécom à Kiev et Prague

Kiev — Cette ville accueillera **NEOCOM'94**, un salon commercial des télécommunications et des technologies de l'information qui se tiendra du 11 au 13 mai. Le salon mettra en vedette des produits recherchés par le dynamique secteur ukrainien des télécommunications : réseaux de télécommunication, de communication de données et de communication par satellite, réseaux VSAT, fibres optiques, matériel informatique et logiciels.

L'Ukraine, avec ses 51,9 millions d'habitants, pourrait s'avérer un marché lucratif.

Prague — **ComNet Prague'94** (24-26 mai), la plus grande exposition de l'Europe centrale et orientale pour l'industrie des télécommunications, donnera aux sociétés participantes une chance unique d'explorer ce marché dynamique. La première version de **ComNet**, tenue en 1993, a attiré plus de 8800 visiteurs professionnels de 21. Les organisateurs affirment que les grandes institutions de financement international fournissent d'importants prêts pour des projets d'améliorations, notamment en République tchèque, en République slovaque, en Hongrie, en Pologne, en Roumanie et en Bulgarie où les marchés des télécommunications pourraient bien représenter 30 milliards \$ d'ici l'an 2000!

Pour plus de renseignements, communiquer avec le représentant canadien auprès des organisateurs : Ross A. Cowan, 81 Ramsgate, Ottawa (Ontario) K1V 8M4. Tél.: (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

unique de montrer au monde leurs technologies appropriées et leur leadership dans ce domaine — surtout aux représentants des petits États insulaires en développement. Ils auront cette possibilité en achetant leur propre kiosque ou en utilisant le kiosque d'information du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international pour présenter leurs produits ou brochures promotionnelles.

SUSTECH'94 se tiendra en conjonction avec la **Conférence globale des Nations Unies sur le développement durable des petits États insulaires**, qui représentera 185 pays et qui devrait attirer 4000 participants. La foire commerciale internationale **SUSTECH** attirera des entreprises de premier plan qui viendront y exposer leurs produits dans neuf grands secteurs. Ces secteurs

sont la préparation aux catastrophes, la pharmacie et la biotechnologie, l'assainissement de l'eau, la réduction de la pollution, les sources d'énergie de remplacement, la gestion des déchets, la technologie de l'information, la gestion des ressources côtières et marines, et les biens de consommation sans danger pour l'environnement.

Les sociétés intéressées à participer à **SUSTECH'94** devraient contacter Charlotte Hutson, agent commercial, Haut-commissariat du Canada, Bridgetown, Barbade. Tél.: 809-429-3550. Fax : 809-429-3780.

... et à Trinidad ...

Port-of-Spain — **EXPO'94**, une exposition commerciale internationale plurisectorielle sera tenue du 15 au 24 avril dans la capitale de la Trinité.

Les sociétés canadiennes sont invitées à participer à l'Exposition en achetant leur propre kiosque ou en utilisant le kiosque d'information du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international pour présenter leurs brochures promotionnelles. Plus de 2000 invitations ont été envoyées à des acheteurs de l'Amérique du Nord, de l'Amérique latine, de l'Europe, du Moyen-Orient et de l'Extrême-Orient. Votre participation pourrait vous donner accès aux marchés étrangers.

Cette exposition de 10 jours couvre notamment les secteurs suivants : vêtements et accessoires, composants d'automobile, produits cosmétiques et de soins personnels, aliments et boissons, matériaux d'emballage, produits électriques et électroniques.

Les sociétés intéressées à participer à **EXPO'94** devraient contacter Ramesh Tiwari, agent commercial, Haut-commissariat du Canada, Port-of-Spain, Trinité. Tél.: 809-623-7254. Fax : 809-624-6440.

Électronique à Séoul

Séoul — Les producteurs et acheteurs canadiens de machines électroniques ont la possibilité d'explorer ce marché en Corée. Il leur suffit de participer à la **Foire électrique internationale de Séoul (SIEF'94)** qui se tiendra du 5 au 9 juillet 1994.

On y présentera notamment des machines électriques tournantes, des appareils électriques fixes, des appareillages de commutation et de contrôle, des câbles et des fils ainsi que des installations, des techniques et des services de génération d'énergie.

Les sociétés qui veulent obtenir plus de détails ou qui songent à participer à cette activité devraient contacter, **avant le 10 avril 1994**, le Korea Trade Centre, Toronto, C.P. 9, Suite 600, 65 Queen Street West, Toronto (Ontario) M5H 2M5. Tél.: (416) 368-3399. Fax : (416) 368-2893.

SINGAPOUR 1994 : calendrier partiel des foires commerciales

Un certain nombre d'expositions visant principalement le marché asiatique se tiendront à Singapour en 1994.

Les renseignements sur les manifestations ci-après nous ont été communiqués par le représentant canadien auprès des organisateurs. Les intéressés sont priés de communiquer avec lui pour obtenir de plus amples détails : UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Salon culinaire 94 - Du 11 au 14 avril 1994 - **Le Neuvième salon culinaire international** est un concours mettant en valeur les talents culinaires des équipes nationales et régionales, des entreprises d'alimentation, des hôtels et des traiteurs.

Food and Hotel Asia 94 - Du 12 au 15 avril 1994 - **Le Neuvième salon-conférence asiatique international des aliments et boissons, des hôtels, des restaurants et des équipements, fournitures et services de traiteurs** présentera des produits alimentaires et de consommation, du matériel de préparation des boissons et de service, des systèmes d'inscription, de comptabilité et de contrôle des stocks, des systèmes de communications et de sécurité, des produits de nettoyage et d'entretien, des meubles et des accessoires, des aménagements de boutique, des éléments de rayonnage et des modules de rangement.

ProPak Asia 94 - Du 12 au 15 avril 1994 - **La Septième exposition-colloque internationale asiatique sur la transformation des aliments et la technologie d'emballage** présentera du matériel de conditionnement des aliments, des machines et des matériaux d'emballage, des additifs en vrac, des ingrédients alimentaires, la production des conserves en boîte, des repas-minute, des plans et devis de construc-

tion d'usine et des services d'experts-conseils.

Asian International Gift Fair 94 - Du 10 au 13 mai 1994 - **La Cinquième foire commerciale internationale asiatique des produits de consommation** mettra en vedette les cadeaux d'entreprise, les figures de personnages, les jouets et les jeux, les produits électroniques grand public, les objets d'art et d'artisanat, les vêtements et accessoires de mode, les décorations de fête, les intérieurs de maison, les articles de cuir, les tableaux et cadres, les articles de sports et loisirs, les articles de bureau et les cartes de vœux, les bijoux, les montres et les horloges.

CommunicAsia 94 - Du 1^{er} au 4 juin 1994 - **Le Huitième salon-colloque international asiatique sur les communications électroniques et la technologie de l'information** mettra en vedette le matériel, les systèmes et les services de télécommunications pour réseaux publics et privés; les services et

le matériel de réseau numérique à intégration de services; les communications textuelles, les communications mobiles et les communications radio; l'optique de fibres; systèmes de télédistribution; technologie des satellites; la création de réseaux; la téléphonie publique et privée; les technologies de transmission; les réseaux et le matériel de bureautique; les aides audio-visuelles, les ordinateurs mallettes, l'éditique, les fournitures de bureau, les micro-ordinateurs, les ordinateurs centraux, les postes de travail et la bureautisation.

Broadcast Asia 94 - Du 1^{er} au 4 juin 1994 - **Troisième salon du son, du film et de la vidéo de l'Asie-Pacifique** : matériel de production de radio-télévision, de vidéo et de cinéma, télévision haute définition, journalisme électronique par satellite ou autre, production vidéo légère, équipements de studio, micro-ondes, émetteurs et récepteurs, tests et mesurage, éclairage, énergie, câbles et accessoires.

Conférence du mois de mars

Les échanges Canada-Thaïlande

Les entreprises canadiennes désireuses d'explorer les possibilités de relations commerciales avec la Thaïlande peuvent communiquer avec la **Thailand Business Association of Canada (TBAC)**.

La TBAC est aussi le point de contact pour l'*Asia's New Growth Circles Conference*, qui se tiendra du 3 au 6 mars 1994 à Chiang, en Thaïlande. Il s'agit d'une conférence commerciale internationale sur les marchés qui émergent dans le quadrilatère Birmanie-Laos-Thaïlande-Yunnan et dans le bassin inférieur du Mékong.

Fondée au début de 1993, et disposant de bureaux à Toronto et à Bangkok, la TBAC est un organisme privé à but non lucratif formé de

nombreux membres. Son objectif est de faciliter et de promouvoir le commerce et l'investissement bilatéraux entre le Canada et la Thaïlande. Elle a pour mandat d'aider les entreprises canadiennes à pénétrer le marché thaïlandais, ou à y accroître leur présence, d'aider les firmes thaïlandaises à se développer au Canada et de devenir le point de convergence de l'information et des études sur le commerce entre la Thaïlande et le Canada.

Pour renseignements sur la TBAC, ses services ou sur une façon de pénétrer le marché thaïlandais : Thailand Business Association of Canada, 280, avenue Spadina, 4^{ème} étage, Toronto (Ontario) M5T 2E3. Tél. : (416) 597-8212. Fax : (416) 597-8571.

Prochaine étape : Edmonton**Grâce aux missions de commerce, les frontières disparaissent**

Les représentants de plus de 185 fabricants québécois et 170 maisons de commerce canadiennes et étrangères se sont réunis à Montréal le 1er décembre 1993 pour discuter de possibilités immédiates d'exportation, d'arrangements de représentation, de perspectives d'investissement, de transferts de technologie et de coentreprises. Y étaient représentées des maisons de commerce du Canada, du Mexique, de l'Amérique du Sud, de Taïwan, de Hong Kong, des États-Unis, de l'Inde, de l'Europe de l'Est, du Japon, de l'Europe et du Maroc. Les possibilités offertes sur presque tous les marchés et dans tous les secteurs de production y ont été discutées. «Les fournisseurs nous ont généralement demandé quand se tiendra le prochain salon, a déclaré Alain Gagnon, directeur de l'Association des maisons de commerce extérieur du Québec (AMCEQ). Ce salon de promotion des exportations est le salon commercial le plus réussi qui ait été organisé à Montréal en 1993.»

«La chance de rencontrer autant de représentants de maisons de commerce le même jour au même endroit était pour nous un moyen extrêmement rentable de recenser les nouvelles possibilités et d'explorer de nouveaux marchés sans le coût additionnel d'une visite sur place, a affirmé un fabricant de Sherbrooke. Nous pouvons utiliser les antennes, les ressources et les compétences internationales des maisons de commerce sans avoir à embaucher et à former du personnel additionnel. La plupart des maisons de commerce achètent en fait fob à l'usine; notre vente à l'extérieur devient donc une transaction intérieure sans risque d'exportation.»

Dans la matinée, les fournisseurs ont pu entendre des exposés sur les avantages de la collaboration avec les maisons de commerce et sur les débouchés globaux du point de vue du négociant. Dans l'après-midi, ils ont présenté leurs produits et brochures aux maisons de

commerce qui se trouvaient là pour discuter de nouvelles possibilités d'affaires à l'étranger et pour trouver de nouveaux produits à exporter. Un répertoire complet de tous les participants et de leurs domaines d'intérêt a aussi été publié.

Cette série pan-canadienne de séminaires/salons commerciaux se poursuivra au Centre des congrès d'Edmonton le 6 avril 1994 pour les fabricants et transformateurs des Prairies.

Syrie, Liban**Mission en télécommunications et énergie**

L'Ambassade canadienne à Amman, Jordanie, organise une mission d'une semaine en Syrie et au Liban début mars 1994. Ces deux pays sont en train de moderniser et étendre leurs réseaux de télécommunications et d'énergie. Pour plus de renseigne-

Des salons seront aussi tenus à l'International Centre de Mississauga le 15 juin 1994 et au Vancouver Trade and Convention Centre le 8 décembre 1994.

Pour savoir comment votre société peut participer au salon et profiter de l'établissement de relations avec des maisons de commerce, contacter Mike Reshitnyk, Direction des industries de services et des transports, MAECI, Ottawa. Tél.: (613) 996-1862. Fax : (613) 996-1225.

ments sur les produits et services recherchés par la Syrie et le Liban et si vous desirez vous joindre à cette mission, prière de communiquer avec la section commerciale de l'Ambassade canadienne à Amman. Fax : 962-6-689-227. Tél. : 962-6-666-124.

Bahrain accueille des foires commerciales

Pour plus de détails sur ces foires, s'adresser à UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

GEO 94 — Du 25 au 27 avril 1994 - L'Exposition-colloque internationale sur les géosciences réunira des fabricants et des fournisseurs internationaux de matériels et de logiciels spécialisés pour l'industrie pétrolière.

Middle East Infotech 94 — Du 30 mai au 2 juin 1994 - Le Huitième salon international de l'ordinateur, de la technologie de l'information et des systèmes pour le Moyen-Orient présentera toute la gamme des ordinateurs, des technologies de l'information et des systèmes de gestion, dans les catégories

suivantes : ordinateurs, périphériques et systèmes; applications logicielles en arabe et en anglais; pièces et accessoires; infographie; services et experts-conseils; services bancaires; systèmes de communications commerciales; mobilier, équipement et fournitures de bureau.

Bahrain Fair 94 — Du 30 juin au 8 juillet 1994 - Le Septième salon du tourisme et du commerce est une exposition publique sur le tourisme et les biens de consommation. Il y aura des représentants des conseils nationaux de promotion du tourisme, des hôtels, des compagnies aériennes, des agences de voyage, des organisateurs de voyages et des restaurants, ainsi que des vendeurs de biens d'équipement généraux.

AU CALENDRIER

Toronto — Le CUBC (Canada-Russia Business Council) organise une conférence intitulée «**Financing and Guaranteeing Commercial Ventures in Russia**» les 23-24 février 1994. Les conférenciers incluent des cadres supérieurs de la Banque européenne de reconstruction et de développement (BERD), de la Banque mondiale et de la Corporation de financement international, ainsi que des banquiers commerciaux et des assureurs. Les participants y apprendront comment concourir pour décrocher des contrats de fourniture de biens, d'équipements, de travaux civils et de services-conseils. Les conférenciers expliqueront comment s'y prendre pour obtenir du financement pour leurs projets et des garanties à leurs investissements. Renseignements : Susan Santiago ou André Benoit, CUBC, Toronto. Tél. : (416) 862-2821. Fax : 962-2820.

Toronto — le 26 février 1994 — **Introduction to Import/Export: Getting Started**; le 27 février — **International Marketing : Buying, Selling & Sourcing Imports & Exports**; le 5 mars — **International Finance : Financing Imports & Exports & Getting Paid**; le 6 mars — **Customs, Documentation, Transport, Insurance**. Ces séminaires d'une journée, offerts à 165 \$ chacun, TPS en sus, sont organisés par la Warrington International Import/Export Trade Consultants Inc. Pour s'inscrire ou pour renseignements, communiquer avec G. Schmelzle, à Toronto. Tél. : (905) 889-4083. Fax : (416) 947-1534.

Kingston — le 4 mars 1994 — **L'émergence des possibilités de commerce et d'investissement au Viet Nam** est le sujet d'une conférence d'une journée qui se tiendra ici dans le but de promouvoir et de développer le commerce et l'investissement entre le Canada et le Viet Nam. Communiquer avec le Vietnam Canada Trade Council à Ottawa. Tél. : (613) 230-2828. Fax : (613) 235-1515.

Calgary — 6-7 mars 1994 — **Grocery Showcase West'94** — Plus de 3300 acheteurs industriels et décisionnaires sont attendus à cette première conférence-exposition de l'industrie de l'épicerie parrainée par la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI). Contacter la FCEI, Edmonton (AB), tél. : (403) 488-7184; fax : (403) 488-1337; ou la FCEI, Don Mills (ON), tél. : 1-800-387-0175; fax : 416-449-7188.

Queen's offre un cours sur l'exportation

La *School of Business* de l'Université Queen's lancera, le mois prochain, un programme de perfectionnement de cadres qui a pour objet de les aider à réussir sur les marchés internationaux.

Developing Export Markets, que l'on dit être le premier programme de ce genre, se déroulera du 20 au 25 mars 1994 et intéressera les gestionnaires qui exportent des produits ou des services, se préparent à pénétrer un marché extérieur ou travaillent avec un partenaire étranger. Il permettra aux participants de comprendre la réalité des marchés internationaux, d'élaborer des stratégies de pénétration de marchés extérieurs, d'apprendre des façons de mettre en œuvre efficacement des plans d'expansion internationale et d'obtenir accès à des sources de renseignements sur les marchés étrangers.

Pour M. Harry Rogers, sous-ministre du Développement éco-

nomique de l'Ontario, «...il s'agit d'un des meilleurs programmes internationaux jamais offerts.»

Pour obtenir une brochure ou de plus amples renseignements sur le programme **Developing Export Markets** : Donald Nightingale ou Donald Macnamara, *School of Business*, Université Queen's. Tél. : (613) 545-2371. Fax : (613) 545-6585.

Un consul honoraire

L'ancien agent de commerce de l'ambassade du Canada à Caracas, Bruce Todd, aidera à la promotion des activités commerciales canadiennes dans l'île de Margarita, au Venezuela, où il a été nommé consul honoraire.

Son adresse est la suivante : Consul Honorario de Canada, Sector Bella Vista, Calle Alejandro Hernandez, Res. Mediterraneo, Edif. Tirreno, Porlamar, Edo. Nueva Esparta, Venezuela. Tél. : 58.95/636568.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier à la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



POSTE

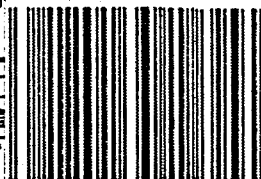
Société canadienne des postes

Port payé

NBRE

T-36956 120164 7 1045

OTTAWA



0008
AL
A
16f
12
ar 1,
1994
000 2

CANAD~~E~~EXPORT

Department of External Affairs
Ministère des Affaires étrangères

12 N°4

MAR 9 1994

1^{er} mars 1994

Californie/Canada

L'alliance stratégique, clé du marché

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Saviez-vous que la Californie a une population supérieure à celle du Canada et que son économie est plus importante que l'économie canadienne? Saviez-vous également que la région de la baie de San Francisco est le quatrième marché en importance aux États-Unis?

Une alliance stratégique avec une entreprise du nord de la Californie pourrait être le meilleur moyen d'accéder à ce marché immense ou à certaines des technologies les plus avancées du pays!

C'est pourquoi la section des investissements du consulat général du Canada à Los Angeles a récemment parrainé, en collaboration avec les provinces de Québec, d'Alberta et de Colombie-Britannique, la dernière rencontre d'une série consacrée aux liaisons commer-

ciales, qui a eu lieu à Pleasanton (juste au sud-est d'Oakland) et à Sacramento.

La réaction des entreprises locales a été très encourageante, et dix-neuf d'entre elles ont manifesté un sérieux intérêt à l'égard d'un partenariat avec des entreprises canadiennes. Continuez votre lecture! Peut-être allez-vous tomber sur l'occasion que vous attendiez depuis si longtemps!

Le document qui suit présente le résumé des possibilités de partenariats stratégiques proposées. Pour obtenir les noms et adresses des personnes à contacter, prière de s'adresser à David McNamara, au Bureau commercial du consulat du Canada, 50 Fremont, Suite 1825, San Francisco, CA 94105. Tél. : (415) 543-2550, poste 22. Fax : (415) 512-7671.

LOGICIELS ET SYSTÈMES INFORMATIQUES

Century Analysis Incorporated

Entreprise privée de conception de logiciels, Century Analysis Incorporated, formée en 1975, se spécialise dans les ordinateurs centraux, les systèmes UNIX et les postes de travail. En assurant l'intégration de cadres d'exploitation disparates en un réseau cohérent, l'entreprise vient résoudre, avec ses logiciels, les problèmes posés par

Supplément

CeBIT 94

l'utilisation de systèmes multiples, hétérogènes et multinormes. Century souhaite établir un partenariat avec des entreprises de vente canadiennes ayant l'expérience des domaines des soins de santé, des télécommunications, de la fabrication ou des marchés publics.

Enigma Logic

Fondée il y a douze ans, Enigma Logic se spécialise dans le développement de logiciels. Elle s'est lancée sur le marché avec un logiciel prêt à utiliser, destiné à l'identification des utilisateurs et au

(Voir page 2 — L'alliance)

Énergie/environnement

Mission en provenance d'Israël et de la Palestine

Si votre entreprise travaille dans les secteurs des technologies environnementales ou de l'énergie, peut-être serez-vous intéressé à assister aux manifestations suivantes, organisées par la section commerciale de l'ambassade du Canada à Tel Aviv :

• L'ambassade est en train de réunir une vaste délégation d'Israéliens et de Palestiniens en vue de la conférence sur l'environnement et de la foire commerciale Globe 94 qui aura lieu à Vancouver, du 21 au 25 mars 1994. L'ambassade profitera de cette manifestation importante pour organiser un colloque à Vancouver, auquel les entreprises canadiennes intéressées seront invitées. Ces colloques porteront sur les possibilités de projets environnementaux en

Israël ainsi qu'en Cisjordanie et dans la bande de Gaza.

• L'ambassade organise actuellement une visite au Canada pour un groupe israélo-palestinien de responsables de l'énergie. La visite est prévue pour le début mars 1994. La société d'électricité d'Israël a annoncé un programme de développement sur dix ans, évalué à 8,7 milliards de dollars. En outre, il est fortement question d'une entente de coopération énergétique entre les Israéliens et les Palestiniens, qui pourrait être étendue à d'autres régions du Moyen-Orient.

On invite les entreprises intéressées à communiquer avec Valérie Latraverse, MAECI. Tél. : (613) 944-6994. Fax : (613) 944-7431.

DANS CE NUMÉRO

| | |
|--|-----|
| UN LOGICIEL QUI FACILITE L'EXPORTATION | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| FOIRES COMMERCIALES, D'ATHÈNES À QUITO | 3-4 |

L'alliance stratégique, ça rapporte! *(Suite de la page 1)*

contrôle d'accès aux systèmes informatiques à haute sécurité. Principaux clients : les grandes multinationales traditionnelles qui sont équipées de postes de travail, d'ordinateurs personnels ou de réseaux locaux multiples. Enigma souhaite un partenariat avec un intégrateur de systèmes afin de mettre au point des produits complémentaires ou pour l'aider à vendre ses produits au Canada.

Digital Information Systems Inc.

Cette entreprise de développement de logiciels, fondée en 1976, est surtout connue pour son Synergy DBL, un langage de programmation de gestion avancé, conforme aux normes ANSI. Plus de 150 000 bureaux, répartis dans le monde entier, utilisent des applications commerciales écrites en Synergy. Digital cherche des entreprises canadiennes spécialisées dans la création de logiciels afin d'exploiter conjointement des possibilités de développement d'applications de gestion pour le marché canadien.

Radcon Radar Control Systems

Ce groupe de R-D se spécialise dans les systèmes de contrôle radar. Les compétences techniques de l'entreprise s'étendent aux systèmes d'armement, à l'électronique des micro-ondes et de la vidéo, à la conception de matériel numérique, au développement de logiciels numériques et à l'analyse mathématique. L'entreprise a mis au point quatre technologies brevetées qu'elle désire commercialiser.

Wyatt and Associates

Wyatt and Associates offre des logiciels de gestion de casinos (en mode DOS) qui permettent une gestion informatisée des machines à sous de casinos, et d'assurer le suivi des joueurs et la gestion du distributeur de monnaie. Le même logiciel peut servir à des applications destinées à des salles de jeux vidéos et à des distributeurs automatiques. L'entreprise est à la recherche d'investisseurs intéressés à financer le développement de plaques intégrées pour machines à sous câblées qui permettraient une collecte permanente de données. Elle aimerait également trouver des distributeurs au Canada.

XSoft

Cette filiale de Xerox offre des logiciels qui favorisent une meilleure utilisation des ordinateurs à des fins de création, ainsi que de saisie, de gestion et de communication d'idées et d'information consignées dans des documents. Elle s'intéresse aussi au développement de systèmes de gestion des documents afin d'améliorer la productivité administrative. L'entreprise peut déjà offrir un certain nombre de technologies à qui voudrait en acquérir la licence d'exploitation, faire un échange ou mettre au point un produit en commun.

A suivre au prochain numéro

Un logiciel qui simplifie les opérations

Un logiciel d'ordinateur personnel visant à simplifier les formalités d'exportation a été élaboré par la société Export Freight Management Services de Toronto.

Appelé **Exportise**, ce logiciel permet à l'utilisateur de gérer les données sur les coûts, les destinataires, les transporteurs, etc., de déterminer les destinations desservies par les divers transporteurs, de répondre par télécopieur aux demandes de prix, de remplir et d'imprimer un grand nombre de formulaires d'exportation et d'expédition, et d'exécuter beaucoup d'autres fonctions.

Il offre également une base de données sur les douanes et les transports à l'étranger.

Sa structure est simple : il suffit de connaître le maniement d'un clavier et d'une souris pour maîtriser rapidement le système, assez souple pour répondre à des besoins administratifs très divers.

La version DOS devrait être diffusée au début de l'année et la version WINDOWS, un peu plus tard.

Pour plus de détails, communiquer avec Lucien Hamel. Tél. : (416) 4-EXPORT (439-7678). Fax : (416) 431-1815.

Pour répondre aux questions de l'agro-alimentaire

Les exportateurs à la recherche de renseignements sur le GATT et sur l'industrie agro-alimentaire canadienne peuvent maintenant utiliser un numéro 1-800. Grâce à cette ligne téléphonique sans frais, établie par Agriculture et Agro-alimentaire Canada, on peut obtenir des réponses et des fiches documentaires sur le GATT et son impact sur l'agriculture. Le numéro est le 1-800-668-1266.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

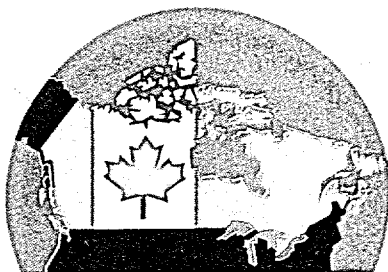
Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable 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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CeBIT



94

Technologie de l'information • du 16 au 23 mars 1994 • Hanovre (Allemagne)

PLEINS FEUX SUR LE SECTEUR CANADIEN DE LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

À titre de pays partenaire, le Canada jouera un rôle primordial à CeBIT 94, la plus importante foire commerciale du monde consacrée à la technologie de l'information (TI), qui se déroulera du 16 au 23 mars, à Hanovre, en Allemagne.

Si vous êtes parmi la centaine d'entreprises canadiennes de TI qui exposeront à CeBIT 94, si vous prévoyez figurer parmi les quelque 700 000 visiteurs qui se rendront à l'exposition ou si, tout simplement, vous zieutez en direction de l'Europe et au-delà dans l'espoir d'y trouver des débouchés pour vos produits et vos services de TI, CeBIT 94 constitue une occasion unique de pénétrer plus avant, pas seulement sur le marché allemand, mais sur le marché mondial de la TI.

Pour élaborer une stratégie d'exportation, de toute évidence, il faut connaître à fond le marché qu'on désire pénétrer. De là l'importance des manifestations comme CeBIT. Au départ, il est important de trouver par où commencer. L'aperçu ci-dessous vous donnera des idées générales sur les mesures que vous pourriez prendre non seulement avant et pendant cette importante foire commerciale de la TI, mais encore par après, au cours de la période cruciale de suivi. Nous examinerons les débouchés dans les secteurs des télécommunications, du matériel, des logiciels et des services informatiques sur les marchés en croissance de certains des plus petits pays d'Europe et d'ailleurs. Commençons cependant par un bref aperçu des deux grands marchés de la TI

que représentent les économies du Royaume-Uni et de l'Italie.

Royaume-Uni

Le Royaume-Uni est le troisième partenaire commercial du Canada et l'un des points d'entrée les plus populaires en Europe pour les entreprises canadiennes de TI. Environ 60 p. 100 de l'investissement canadien en Europe va au R.-U., en grande partie dans le secteur de la TI

Nous examinerons les débouchés dans les secteurs des télécommunications, du matériel, des logiciels et des services informatiques sur les marchés en croissance.

et en particulier dans celui des télécommunications. Le marché du R.-U. est le marché le plus ouvert de l'Union européenne (UE) pour ce qui est des télécommunications. Il joue un rôle de chef de file mondial dans le domaine des services combinés de câblodiffusion et de téléphonie, où les entreprises canadiennes occupent aussi une place de premier choix, soit dit en passant.

Hormis l'Allemagne, le R.-U. sera le principal exposant de l'UE à CeBIT 94 et le quatrième exposant mondial en importance. Le haut-commissariat du Canada à Londres a produit une disquette publicitaire sur la participation du Canada à CeBIT et en a envoyé plus de 20 000 copies à des entreprises de TI du Royaume-Uni.

Italie

Le secteur italien de la TI continue de prendre de l'envergure malgré la persistance de la récession économique. L'augmentation des revenus totaux du secteur de la TI en 1992, de 3 p. 100 (65 milliards \$ CAN), fait que, au sein de l'UE, l'Italie se situe au deuxième rang, après l'Allemagne, pour ce qui est de la croissance de ce secteur.

L'Italie traverse actuellement une période de changements sociaux, politiques et économiques. Dans ce contexte, la TI jouera un rôle de plus en plus important. La déréglementation, la réorganisation et la privatisation en cours

des secteurs d'activité induira une forte croissance du secteur des services et, par conséquent, de la demande d'équipements et de systèmes. Les principaux débouchés constituent le multimédia, les systèmes de géomatique, les systèmes de CAO/FAO, le traitement des images, les communications sans fil, la programmation orientée-objet, l'équipement pour réseaux numériques avec intégration des services (ISDN), etc. ☛

MATÉRIEL, LOGICIELS ET SERVICES INFORMATIQUES : MOTEURS DE CROISSANCE

Danemark

Tant par l'ampleur de l'informatisation (nombre d'ordinateurs par habitant) que par l'expérience pratique dans le domaine de l'informatique, le Danemark est devenu le chef de file européen en la matière. De nombreux fournisseurs canadiens de matériel et de logiciels font déjà des affaires là-bas, et leurs ventes y croissent de façon encourageante.

C'est sans doute le marché danois de la consommation qui connaîtra, en 1994, la croissance la plus marquée pour ce qui est de la demande de logiciels. La croissance des secteurs manufacturier et commercial sera plus modérée. Des débouchés existent pour la plupart des logiciels, à l'exclusion des logiciels administratifs. Les secteurs des logiciels techniques, des logiciels de graphisme, des logiciels de communication et des logiciels utilitaires et d'exploitation des systèmes pour toutes les plates-formes offrent du potentiel. C'est, semble-t-il, en particulier le secteur des logiciels de communication qui connaît une croissance rapide. Il y a également du potentiel pour les applications de Windows.

Les fournisseurs canadiens de logiciels spécialisés qui désirent une étude de marché particulière sont priés de communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Copenhague.

Côté matériel, le marché danois ne présente de perspectives intéressantes que dans le secteur des périphériques (par exemple, pour les produits complémentaires qu'exigent certaines applications spécialisées dans les domaines des communications, de l'émulation, de l'imagerie et du graphisme haute résolution).

Suisse

En 1992, la valeur du marché suisse des logiciels et des services a atteint environ 3,7 milliards \$ CAN. Le marché se répartit comme suit : 40 p. 100 pour les logiciels standard, 18 p. 100 pour les

logiciels sur mesure, 37 p. 100 pour les services et 5 p. 100 pour la formation. L'adoption de la nouvelle loi sur le droit d'auteur, entrée en vigueur le 1^{er} juillet 1992, qui englobe explicitement les logiciels, contribuera en partie à la croissance prévue de 4 p. 100 dans le secteur des logiciels standard. Jusque-là, la piraterie des logiciels était chose courante, d'autant plus que les prix des logiciels pratiqués en Suisse pouvaient atteindre jusqu'à deux ou trois fois le prix sur le marché américain. Les entreprises canadiennes ne devraient pas perdre cela de vue et n'explorer les débouchés commerciaux que pour les produits qui pourraient désormais devenir concurrentiels en Suisse. On prévoit, en outre, une croissance dans le secteur des services, principalement dans des domaines d'introduction récente comme le réseautage, les services de bases de données (information en direct) et la résolution de problèmes.

République tchèque et Slovaquie

Tant le régime tchèque que le régime slovaque sont très ouverts aux importations : ils n'exigent pas de licences d'importation et mettent des devises étrangères à la disposition des gens d'affaires locaux pour leurs activités commerciales. Entre 1991 et 1992, les exportations canadiennes vers l'ancienne fédération tchécoslovaque ont quintuplé pour atteindre 75 millions \$. Les entreprises qui réussiront à s'installer sur les marchés tchèque et slovaque feront un premier pas important vers les marchés plus vastes de l'ancienne Union soviétique, qu'ils pourront exploiter dès lors que le climat économique se sera normalisé.

Les débouchés sont très prometteurs pour les entreprises canadiennes qui vendent des logiciels spécialisés ou du matériel de pointe. Elles peuvent s'assurer les services de représentants locaux et tirer parti de réseaux de vente relativement bien développés. Dans le secteur des services, les gros intégrateurs

canadiens de systèmes auraient intérêt à envisager la possibilité de pénétrer ces marchés — peut-être en partenariat avec une entreprise locale — s'ils veulent participer à d'éventuels grands projets. Les informaticiens tchèques et slovaques sont très compétents, mais les entreprises étrangères peuvent offrir leur sens des affaires et leur savoir-faire que ces deux pays, prisonniers de l'économie planifiée depuis des années, s'efforcent maintenant d'acquérir.

Finlande

Le marché finlandais de l'informatique est très développé et la Finlande se targue d'avoir la plus haute densité de micro-ordinateurs du monde. Les entreprises finlandaises de logiciels ont manifesté leur désir de trouver des partenaires canadiens avec qui conclure des ententes de comarketing ou travailler conjointement à la conception de produits.

France

Dans le marché français du logiciel, le gros des activités est centré sur le domaine de l'administration des affaires (comptabilité, gestion budgétaire et gestion des immobilisations, gestion de la paie et du personnel, gestion de l'entretien et de la production ou gestion commerciale). Trois secteurs sont particulièrement prometteurs, à savoir la gestion du personnel, la gestion de l'entretien et la gestion des achats.

La France possède déjà de très bonnes compétences dans le secteur des logiciels spécialisés en gestion des affaires, mais doit affronter la concurrence étrangère, surtout pour les logiciels de gestion des gros systèmes et les logiciels à vaste distribution pour micro-ordinateurs, entre autres dans les domaines de la gestion de projets et du soutien décisionnel. Un créneau existe pour les logiciels de génie logiciel et de gestion des données destinés aux créateurs de logiciels.

Pays-Bas

En 1991, le marché néerlandais du matériel, du logiciel et des services informatiques était évalué entre 12,4 et 13,1 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation approximative de 6 p. 100 par rapport à 1990. Plus de la moitié des transactions visait la vente de logiciels et de services. Le segment du matériel pour micro-ordinateurs (surtout pour les périphé-

riques et les produits complémentaires) présente des perspectives intéressantes, en particulier dans le domaine des communications de données (c'est-à-dire les produits destinés à des réseaux locaux ou à des réseaux à grande distance). De nombreuses marques de micro-ordinateurs compatibles IBM sont déjà en vente sur le marché. Les ventes d'ordinateurs malles ont eu de la difficulté à démarrer aux Pays-Bas, mais vont en croissant maintenant.

Ces dernières années, les ventes de matériel et de logiciels ont connu une croissance suivant une courbe descendante. En 1993-1994, on prévoit que le taux de croissance se stabilisera aux environs de 1 à 3 p. 100.

La plupart des logiciels vendus aux Pays-Bas sont importés, principalement des États-Unis, mais l'industrie néerlandaise prend de l'expansion et acquiert une vigueur particulière dans le secteur des logiciels standard destinés aux entreprises. Le système d'exploitation UNIX gagne rapidement en popularité, ce qui augure bien pour les fournisseurs étrangers de logiciels et de matériel basés sur UNIX. Il existe également des débouchés dans le marché des logiciels spécialisés (par exemple, les logiciels de graphisme et les systèmes de CAO/FAO, les logiciels d'édition et les systèmes experts). Les systèmes de recherche documentaire, y compris les systèmes d'entreposage des données optiques, sont de plus en plus recherchés, comme le sont les logiciels et les produits complémentaires pour micro-ordinateurs liés aux communications.

Il existe des possibilités de partenariats stratégiques dans le domaine des logiciels. Les Pays-Bas ont acquis leurs lettres de noblesse dans le domaine des systèmes de géomatique (par exemple, avec leurs modèles informatiques de surveillance environnementale et d'aménagement du territoire), mais pourraient profiter de la complémentarité des produits canadiens (par exemple, le matériel et les logiciels utilisés dans la cartographie des grandes superficies). Ils poursuivent activement des activités de recherche et de coopération en matière de systèmes de géomatique.

Quelque quatre-vingt-dix entreprises néerlandaises exposeront à CeBIT où l'on attend environ 10 000 visiteurs des Pays-Bas, ce qui fait de ce pays la principale source de visiteurs étrangers à l'exposition. ❁

AUX PETITS MARCHÉS

LES GRANDES SURPRISES

Belgique

Avec une population de seulement 10 millions d'habitants, la Belgique compte pour 3,2 p. 100 du commerce international et se classe au sixième rang des exportateurs de l'Union européenne. Blottie entre deux géants économiques, la France et l'Allemagne, la Belgique figure parmi les régions du monde les plus industrialisées et les plus concurrentielles.

Les économistes évaluent à 8,4 milliards \$ le marché belge de la TI en 1994. Ils prévoient un taux de croissance annuel de plus de 5,3 p. 100, et pensent

qu'il sera particulièrement vigoureux dans les secteurs des télécommunications (7 p. 100), des postes de travail informatiques (30 p. 100) et de l'exploitation des systèmes et des réseaux (16 p. 100).

La Belgique importe une bonne partie de ses produits et services de TI. Dans le secteur du matériel, les importations occupent une part grandissante du marché, évaluée actuellement à 32 p. 100. Tant en fonction du PIB que du point de vue des dépenses par habitant, le secteur belge de la TI connaît un essor supérieur à la moyenne au sein de l'UE.

Nouvelles possibilités en Europe centrale et de l'Est

Avant 1989, les économies centralisées d'Europe centrale et d'Europe de l'Est étaient relativement isolées des technologies évoluées qui abondaient dans les pays industrialisés. Par conséquent, les marchés de la TI connaissent un essor rapide dans ces économies à mesure que les organismes gouvernementaux et les entreprises s'efforcent de rehausser leur productivité en recourant à la bureautique et à l'automatisation industrielle.

Dans la République tchèque et en Slovaquie, c'est le secteur des services financiers qui se démarque par sa forte croissance. Dans le secteur industriel, la demande grossira avec la privatisation. Les services publics et les hôpitaux ont aussi d'importants besoins à satisfaire en matière de systèmes informatiques.

La Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale et de l'Est (RBT), du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international organisera, tout de suite après *CeBIT 94* (soit du 24 au 29 mars 1994), une mission sur l'informatique, consacrée plus précisément au matériel, aux logiciels et aux services connexes destinés à l'intention de la République tchèque et de la Slovaquie.

Pour plus de renseignements, prière de communiquer avec :
M. Hans Himmelsbach
 Directeur adjoint, Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale et de l'Est (RBT)
 Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
 125, promenade Sussex
 Ottawa (Ontario) K1A 0G2
 Tél. : (613) 996-7107.
 Téléc. : (613) 995-8783

Pour les experts en marketing, la Belgique est le marché témoin par excellence de l'UE. Les défis qu'il présente sont énormes, en partie à cause de sa dualité culturelle qui oblige l'exportateur à s'adapter aux différences, au niveau des pratiques commerciales, que l'on trouve entre divers groupes culturels. On peut se procurer une étude complète du marché belge des télécommunications à l'ambassade du Canada à Bruxelles.

Norvège

Le marché norvégien de la TI est parmi les plus avancés d'Europe. Son ouverture à l'égard des technologies nouvelles en fait aussi un marché désigné pour l'essai des produits et des services avant d'en étendre la distribution dans le reste de l'Europe.

En 1992, le marché norvégien de la TI était évalué à environ 3 milliards \$ CAN, soit approximativement 2 p. 100 du marché ouest-européen. La proportion est élevée si l'on considère que la Norvège ne compte que 4 millions d'habitants. Avec 230 000 micro-ordinateurs vendus en 1993, la pénétration des ordinateurs personnels est particulièrement poussée. Dans ce secteur, l'intérêt va surtout aux logiciels pour Windows ainsi qu'aux logiciels et au matériel multimédia. La demande d'équipement de transmission de données, tout spécialement pour les réseaux locaux, est également forte. Le marché des clients-serveurs est également prometteur, tout comme l'est le marché des solutions UNIX de qualité.

Suède

À l'instar de la Norvège, la société suédoise est très informatisée et mériterait que les sociétés canadiennes de TI en explorent les possibilités, en particulier dans les secteurs de la transmission de la voix et des données, de l'équipement d'entreposage des données ainsi que des logiciels et des applications spécialisés. Les compétences canadiennes sont connues des Suédois et les principaux intervenants du marché suédois de la TI seront présents à CeBIT 94.

Hongrie

Le secteur hongrois de la TI a émergé au milieu des années 80. Sa contribution au PIB de la Hongrie, qui était de 10 p. 100 en 1982, est passée à 13 p. 100 en 1986, puis à 17 p. 100 en 1990.

La valeur brute des immobilisations dont disposent les sociétés et les institu-

tions hongroises dans le secteur de la TI s'établit à environ 6,57 milliards \$ CAN. En 1992, le marché hongrois comptait approximativement un demi-million d'ordinateurs répartis entre les administrations publiques, les sociétés et les utilisateurs privés. Leur valeur totale atteignait quelque 630 millions \$ CAN. La même année, le secteur hongrois de la TI réunissait environ 10 700 entreprises actives, soit 28 p. 100 du nombre total des entreprises.

À mesure qu'évolue la privatisation du secteur hongrois de la TI, des possibilités d'investissement nouvelles apparaîtront pour les entreprises étrangères, en particulier dans les «industries langagières» (comme, entre autres, l'enseignement, l'édition ou la production cinématographique). Des débouchés existent en outre dans les systèmes de gestion commerciale et d'administration publique. Enfin, les entreprises hongroises seraient intéressées à conclure des alliances stratégiques à des fins de développement et de production conjoints de logiciels.

Israël

Israël possède un secteur de la TI diversifié et dynamique. Les besoins en matière de sécurité et les défis d'une économie relativement petite mais très sophistiquée ont donné une vive impulsion aux secteurs des communications et de la TI. Le total des ventes a atteint 1,4 milliard \$ en 1992, dont environ 750 millions \$ (54 p. 100) au titre des exportations. Les compétences techniques et les capacités en matière de R-D sont remarquables, ce dont témoigne l'établissement en Israël de projets conjoints et de centres de R-D par d'importantes sociétés de TI (IBM, Digital, Motorola, Intel, Microsoft et autres).

Excepté pour les pays européens, Israël enverra une des plus nombreuses délégations à CeBIT 94, ce qui démontre l'importance que le secteur israélien de la TI accorde aux exportations. Les sociétés présentes à la foire, au nombre d'une centaine, chercheront à établir des relations comme des accords pour les produits israéliens et canadiens, la sous-traitance et les cultures contractuelles, et les coentreprises. ❀

MISSIONS À CEBIT 94

En plus de nombreuses délégations de sociétés, de différents paliers de gouvernement et d'autres organismes canadiens à CeBIT 94, un certain nombre de délégués et agents commerciaux d'ambassades et missions du Canada dans le monde entier visiteront CeBIT à la tête de délégations d'acheteurs et d'autres intervenants intéressés, et seront à votre disposition à la foire. Voici leurs noms :

PARIS : Gary Luton et Musto Mitha
 MADRID : Alonso Herrero
 DUBLIN : John Sullivan
 ROME : John Picard
 STOCKHOLM : Maria Spetz
 ALGER : John Morrow
 MILAN : Pierangelo Ponzoni
 BERNE : John Schwartzburg et Marianne Burkhard
 VARSOVIE : Lynda Watson et Hanna Mroz
 BRUXELLES : Freddie Dutoit
 COPENHAGUE : David Horup
 LONDRES : George Edwards
 HELSINKI : Karita Huotari
 BONN : Don Butler
 TEL-AVIV : Sara Hradecky
 BUDAPEST : S.B. Gyonyor

Pour vous mettre en rapport avec ces représentants du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, rendez-vous au kiosque d'information du Pavillon canadien à la Salle 6. Tél. : 895-3546.

télévision collective et de toute une gamme de services locaux et internationaux de transmission de données.

Suisse

L'industrie suisse des télécommunications réalise annuellement un chiffre d'affaires d'environ 4,4 milliards \$ CAN. En adoptant une loi progressive sur les télécommunications, la Suisse a favorisé l'émergence d'un marché équitable et libéral. Sauf pour les transmissions vocales, le marché tout entier des services de télécommunications est ouvert aux fournisseurs tiers. Il y a des débouchés dans les secteurs de l'équipement de télécommunications, de l'équipement de traitement des données et du logiciel d'avant-garde. Les possibilités sont particulièrement prometteuses pour les entreprises qui voudraient établir des coentreprises ou conclure des ententes de coopération avec des partenaires suisses en vue

de lancer des technologies nouvelles et évoluées.

Finlande

Le technologie des télécommunications est très avancée en Finlande. En plus d'offrir des débouchés intéressants aux vendeurs canadiens de produits de première qualité, les réseaux finlandais peuvent servir de tremplin pour le développement de produits en vue d'accroître la compétitivité des fournisseurs canadiens. La Finlande est également avancée au chapitre de la libéralisation de son marché des télécommunications. Les liaisons par réseaux, la transmission de données, le matériel pour les ISDN et le GSM (norme mondiale pour les communications mobiles), l'équipement de traitement de la voix, les technologies en mode de transfert asynchrone (MTA) et le matériel pour réseaux locaux, entre autres, offrent

également de bonnes perspectives.

Les entreprises finlandaises de TI, notamment les entreprises et les exploitants de télécommunications, sont en train de pénétrer les marchés de l'ancienne Union soviétique et surtout les pays baltes.

Pays-Bas

Depuis la déréglementation de la société néerlandaise des PTT, en 1989, le secteur des télécommunications des Pays-Bas, dont la valeur estimative est de l'ordre de 1,2 à 1,4 milliard \$ US, offre d'excellentes perspectives aux fournisseurs de l'extérieur, bien que de nombreux produits de télécommunications doivent subir un essai de conformité avec les exigences techniques locales. Les segments en croissance sont : l'échange électronique de données (EED), l'équipement mobile de transmission de données et les systèmes pour ISDN. ✪

Les foires TI : un investissement payant

Bon nombre d'entre les exportateurs canadiens qui ont réussi ont débuté par des foires commerciales comme CeBIT 94.

ATI TECHNOLOGIES LTD., de Thornhill, en Ontario, a trouvé que sa participation à l'exposition de CeBIT lui avait permis d'accroître suffisamment son volume d'affaires pour justifier l'ouverture d'un bureau en Allemagne, consacré à l'expansion de ses ventes et de ses efforts de marketing à toute l'Europe. Selon le porte-parole de l'entreprise, Andrew Clarke, «c'est vraiment aux possibilités que nous a valu la participation du gouvernement canadien à CeBIT que nous devons notre lancement sur le marché européen. Il n'y a qu'à voir les résultats. Ce qui a commencé par un bureau de deux personnes en emploi maintenant douze, et le chiffre ne fait qu'augmenter.»

EVERGREEN INTERNATIONAL TECHNOLOGY INC., de North Vancouver, a récemment commencé à exposer à des foires commerciales internationales et s'en trouve très bien. Aux dires du porte-parole de l'entreprise, John Kostiuik, «Evergreen International Technology a participé, aux côtés du gouvernement, à Comdex, à

l'automne 1993. Cela lui a ouvert plusieurs voies très prometteuses avec d'importantes sociétés internationales. Il est encore trop tôt pour citer des chiffres exacts, mais que les résultats ont dépassé de loin nos attentes est certain. Nous comptons beaucoup sur CeBIT 94, où nous espérons monnayer l'intérêt que suscitent nos produits en Europe.»

M. Boutaleb-Joutei, président de PROTEC MICROSYSTEMS INC. de Pointe-Claire (Québec), est aussi de cet avis quant à l'importance de foires commerciales internationales : «Dans le contexte de la mondialisation de l'économie, je recommande fortement aux petites et moyennes entreprises désireuses d'exporter leurs produits et services de mettre à profit le programme de foires commerciales internationales, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. C'est en bonne partie grâce à ce programme que notre société exporte aujourd'hui plus de 60 p. 100 de ses produits.»

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — L'ISES, maison de commerce d'import-export, est à la recherche de divers produits de consommation canadiens à importer. L'ISES a son siège à l'adresse suivante : Madova 9, 143 00 Prague 4, République tchèque. Fax : (011) 42-2-401-1266. Veuillez envoyer votre liste de produits par télécopieur au représentant canadien, George Sigmund, GDS Business Services, 94 Bidgefield Crescent, Nepean (Ontario) K2H 6T2. Fax : (613) 726-1390.

EUROPE DE L'EST — La North American Association for Exports to Eastern Europe (NAAFETEE) est une association sans but lucratif dont le mandat est de mettre les sociétés canadiennes en rapport avec des entreprises d'Europe de l'Est qui recherchent une grande variété de produits. La cotisation annuelle de 200 \$ est le seul coût à assumer. Communiquer avec Ross Hedvick à Waterloo, en Ontario. Tél. : (519) 888-0403. Fax : (519) 888-0487.

PAKISTAN — Une société de commerce international possédant d'excellents contacts avec des importateurs, des distributeurs et des consommateurs au Pakistan désire entrer en contact avec des producteurs de papier journal, de pâte, de papier et de carton, d'équipement de forage et de production de pétrole et de gaz, de produits de fer et d'acier ainsi que de machines, d'installations et de pièces de rechange usagées et reconditionnées. La société est aussi intéressée à conclure des ententes de coentreprise ou de fabrication sous licence ainsi qu'à fournir des technologies de production. Communiquer avec le représentant de la société au Canada, M. Naseer Hossain, Bulk Marketing Services, 100 Parkway Forest Drive, #901, Willowdale, Ontario M2J 1L6. Tél. : (416) 491-8693. Fax : (905) 946-9643.

À Cuba, Tecnotur vise le marché du tourisme

La Havane — Tecnotur 94 aura lieu du 24 au 29 mai 1994.

L'ambassade du Canada à La Havane aura son propre kiosque d'information pour promouvoir les intérêts des exportateurs canadiens.

Destinée expressément au secteur touristique de Cuba, Tecnotur a toujours été un forum de choix permettant aux exportateurs canadiens de nouer des liens directs avec les représentants des divers organismes touristiques de Cuba.

Tecnotur représente également un moyen peu coûteux pour les exportateurs canadiens d'introduire leurs produits.

En raison de la priorité accordée au tourisme et au développement du tourisme, Cuba continue de passer d'importantes commandes dans ce secteur. D'ailleurs, malgré les difficultés économiques que connaît ce pays, les entreprises d'État sont disposées à garantir le paiement de ces importations par lettre de crédit confirmée.

Les débouchés qui s'offrent proviennent non seulement du vaste programme de construction de nouveaux hôtels et de rénovations, mais aussi de la vente courante de produits alimentaires et de

biens de consommation à l'intention des touristes ou des boutiques hors taxes du pays et des boutiques d'hôtel.

Les sociétés canadiennes vendent déjà des articles de verrerie, du matériel et des accessoires de piscine, de l'équipement de sports et de loisirs, des meubles, du matériel de cuisine et de réfrigération, des systèmes de climatisation, des systèmes de communications, des articles de quincaillerie, des accessoires électriques et des appareils de plomberie.

Les entreprises qui souhaitent envoyer leurs brochures doivent s'y prendre sans tarder. Prière d'envoyer 30 brochures, plusieurs affiches, les articles de promotion et, si c'est possible, des échantillons de produits à l'adresse suivante : Direction commerciale, ambassade du Canada, CP 500 (La Havane), Ottawa (Ontario) K1N 8T7.

Les sociétés qui prévoient tenir leur propre stand (surface minimale de 9 mètres carrés à 135 dollars US/m²) sont priées de communiquer avec PABEXPO. Fax : 20-3450/22-8382. Les échantillons doivent être envoyés à PABEXPO, Feria Tecnotur 94.

L'alimentation au menu du Salon

Pour la neuvième année, l'édition 1994 du Super Salon de l'Alimentation (SSA), du 24 au 26 avril prochain, couronnera les gagnants des SSA d'Or de toutes les catégories : épicerie comestible, denrées périssables, épicerie non comestible, équipement, nouvelles technologies, environnement et marchés extérieurs.

Le prix le plus convoité est sans aucun doute le SSA Platine, le Grand prix de l'alimentation nationale Québec/Canada. Le SSA Platine couronne un produit qui se démarque des autres sous plusieurs aspects. Sont notamment pris en considération ses valeurs nutritives s'il s'agit d'un aliment, son caractère innovateur, ses propriétés techniques, son impact sur le marché

canadien tout comme sur les marchés extérieurs, etc. Il s'agit en fait d'un produit doté de toutes les qualités. Qui remportera cet honneur ? C'est ce qu'on verra le 23 avril prochain à l'occasion du Gala de l'alimentation.

Gagner un SSA d'Or, d'Argent ou de Bronze garantit au récipiendaire une couverture médiatique élogieuse dans les revues spécialisées, aussi bien au Québec que dans le reste du pays. En outre, les lauréats peuvent utiliser le logo officiel du concours sur leurs emballages ou sur du matériel promotionnel.

On prévoit qu'une centaine de produits seront en lice. Pour plus de renseignements : (514) 289-9669 ou 1-800-363-3923.

En Équateur, Salon de la construction

QUITO — La Chambre de construction de Quito organise Construya 94, Troisième salon industriel de la

construction de l'Équateur, qui aura lieu à Quito du 8 au 17 avril 1994.

Il s'agit de la foire industrielle et du

forum d'affaires les plus importants dans le domaine de la construction de l'Équateur. Plus de 1 000 professionnels de la construction et de l'immobilier (ingénieurs, architectes, entrepreneurs et gestionnaires immobiliers) y participeront. L'accent est mis sur les nouvelles technologies et sur les produits et services les plus récents touchant les travaux de maintenance, de réparation, de rénovation et de construction dans les projets d'ordre commercial ou industriel, de vente au détail et d'habitation.

Le consulat du Canada à Quito tiendra un kiosque d'information au salon.

Communiquer avec Stéphane Charbonneau, MAECI. Tél. : (613) 996-5548. Fax : (613) 943-8806.

Pour les gestionnaires de l'informatique

Myrtle Beach — Le consulat général du Canada participera à la South-eastern Data Processing Managers Association Conference and Tradeshow, du 12 au 14 mai 1994 à Myrtle Beach, en Caroline du Sud.

Cette exposition est réservée aux gestionnaires des services d'informatique membres de l'organisation, soit quelque 100 personnes.

Dans le passé, le salon accueillait environ 60 fournisseurs. Les fournisseurs ont privilégié l'environnement de l'ordinateur central, mais la tendance va vers les modèles de milieu de gamme et les postes de travail, ainsi que vers les logiciels de comptabilité générale et de gestion des ressources humaines. A cause du ca-

ractère restreint du salon et d'une participation régionale limitée, le suivi devrait être facile, de sorte que l'exposition conviendra tout particulièrement aux petits fournisseurs qui sont souvent embarrassés par le nombre de pistes à suivre lors de grandes expositions. En outre, le prix des kiosques est raisonnable, soit 650 \$ US.

On s'inscrit auprès de Richard Render, de la Data Processing Management Association, tél. : (803) 748-3651 (tél.) ou fax : (803) 733-6594. Ensuite, communiquer avec Steve Flame, consulat général du Canada à Atlanta, si vous voulez qu'on vous aide à promouvoir vos produits auprès de ce groupe. Tél. : (404) 577-6810. Fax : (404) 524-5046.

Mission défense et aérospatiale au Colorado

Colorado Springs — Le consulat du Canada à Minneapolis cherche des participants canadiens pour la mission d'entrepreneurs principaux dans les domaines de la défense et de l'aérospatiale qu'il organise dans le courant de la semaine du 4 avril 1994.

Les membres de la mission visiteront le service des approvisionnements d'entreprises locales et passeront également une journée à Colorado Springs pour participer à Space Commerce Expo 94, une manifestation dans le cadre de laquelle les entreprises maîtresses de la commercialisation dans le secteur de l'aérospatiale présenteront leurs produits et services.

Communiquer avec Peter Aikat au consulat à Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641. Fax : (612) 332-4061.

La défense, cible d'un salon en Grèce

Athènes — La 8^e édition de Defendory International aura lieu à Athènes, du 4 au 8 octobre 1994.

Il s'agit d'une exposition spécialisée de systèmes conventionnels de défense nationale terrestre, maritime et aérienne.

Defendory International attire un groupe important de représentants gouvernementaux, de délégations officielles de forces armées, et de spécialistes et de technocrates de quelque 80 pays. Le dernier salon a accueilli 31 555 visiteurs.

Defendory 1994 est un tremplin

idéal pour l'exportateur canadien désireux d'accroître sa part de marché. Le salon porte, entre autres, sur le matériel, les systèmes et d'autres produits connexes pour les forces terrestres, maritimes et aériennes, et dans les domaines de l'électronique, de la police et de la sécurité, de l'aviation civile et de la médecine militaire.

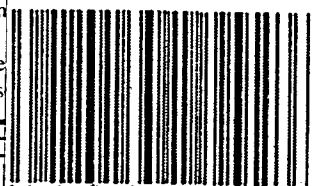
Pour plus de détails, prière de communiquer avec Rhéal Leroux et Associés, au 37-1010, rue Polytec, Ottawa (Ontario) K1J 9J2. Tél. : (613) 741-9397. Fax : (613) 741-9906.



InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseil aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation de produits et services en dehors du Canada peuvent communiquer avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une de nos brochures à la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



66 120164 7 104566

OTTAWA

DOCS
CA1
EA
C16f
v. 12
Mar 15,
1994
Page 2

CANAD EXPORT

Des Affaires Internationales

Ministère des Affaires Étrangères

Vol. 12 N°5

15 mars 1994

Une affaire de plusieurs milliards \$

MAR 14 1994

Le tourisme, une industrie importante au Canada

RETOURNER LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

En fait, cette industrie de 28,5 milliards \$ stimule la croissance économique du pays ainsi que le développement culturel de toutes les régions.

Le secteur du tourisme regroupe plus de 60 000 entreprises qui offrent une vaste gamme de services, notamment le transport, l'hébergement, les loisirs et les divertissements, et crée près de 560 900 emplois directs pour les Canadiens.

En 1992, les visiteurs étrangers ont dépensé plus de 8 milliards \$ durant leur séjour au Canada, classant ainsi le tourisme au quatrième rang des exportations canadiennes.

Le ministère des affaires étrangères et du Commerce international Canada (MAECI) est chargé de l'exécution du programme touristique à l'étranger par l'intermédiaire du personnel des ambassades, des consulats et des bureaux commerciaux canadiens.

Industrie Canada (Tourisme Canada), détermine les politiques, fournit l'orientation nécessaire et contribue au financement de l'exécution du pro-

gramme touristique fédéral.

D'autres ministères fédéraux, provinciaux et territoriaux, ainsi que des administrations municipales, participent également à la commercialisation des produits et des services touristiques canadiens aux États-Unis et outre-mer.

Si les bureaux commerciaux du Canada à l'étranger peuvent tous venir en aide aux entreprises du secteur du tourisme, 23 missions comptent du personnel spécialisé dans ce domaine. Quinze d'entre elles se trouvent aux États-Unis et quatre grandes sections de tourisme sont établies outre-mer à Paris, Londres, Düsseldorf et Tokyo. L'industrie canadienne du tourisme peut aussi compter sur les conseils des ambassades du Canada à La Haye et à Seoul, ainsi que du consulat général à Sydney et du bureau commercial canadien à Taipei. MAECI emploie au total 53 agents et plus de 25 employés de soutien pour ses activités de promotion touristique à l'étranger. MAECI coordonne le programme de tourisme inter-

national par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), en étroite consultation avec les directions générales géographiques.

Les activités de promotion du tourisme au Canada comprennent les tâches suivantes :

- élaborer et mettre en oeuvre des plans d'expansion du marché du tourisme;
- fournir à l'industrie canadienne des renseignements sur les marchés et les tendances;

Accès Amérique du Nord

Supplément pp. I-IV

- faciliter l'accès au marché pour l'industrie canadienne du tourisme;
- repérer et évaluer les clients éventuels pour le tourisme au Canada; et
- faire connaître à l'étranger les nouveaux produits touristiques et diffuser des nouvelles de l'industrie canadienne.

Les entreprises canadiennes qui prennent contact avec un agent de tourisme en poste à l'étranger doivent être prêtes à fournir une description détaillée de leur produit ou service, à expliquer les

(Voir page 5 — Tourisme)

L'armée américaine : 11 milliards \$ d'achats De quoi attirer les exportateurs!

Un nouveau guide d'approvisionnement est maintenant offert aux entreprises de construction canadiennes désireuses de vendre leurs produits au Service du Génie de l'Armée américaine.

Cet organisme, dont le budget prévu de 1994 s'élève à plus de 11 milliards de dollars US, est le plus gros acheteur de services de construction du gouvernement fédéral des États-Unis.

Le guide, rédigé par l'ambassade du Canada de Washington (D.C), com-

prend des renseignements sur la mission du Service du Génie, ses modes d'acquisition de produits et de services, l'incidence de l'Accord nord-américain de libre-échange (ALENA) sur la procédure de passation de marchés et un certain nombre d'autres conseils dont les entreprises canadiennes devraient tenir compte dans leurs relations avec cet organisme. Pour obtenir un exemplaire, s'adresser à InfoEx, MAECI, Ottawa. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-40000).

DANS CE NUMÉRO

| | |
|----------------------------------|-----|
| INSCRIPTION AU PRIX D'EXCELLENCE | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| LES ALLIANCES STRATÉGIQUES | 4 |
| FOIRES COMMERCIALES | 6 |
| PUBLICATIONS/AU CALENDRIER | 7-8 |

La date limite est le 15 mai

Inscrivez-vous au prix d'excellence à l'exportation canadienne

Le Programme des prix d'excellence à l'exportation canadienne, dans sa douzième année, invite les exportateurs canadiens à s'inscrire. Décerné par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), le prix est considéré dans le milieu des affaires comme un symbole de succès dans le domaine du commerce international, où la concurrence se fait de plus en plus vive.

Conditions d'admissibilité

Le Programme des prix d'excellence à l'exportation canadienne est ouvert à toutes les entreprises, ou divisions d'entreprises, qui sont établies au Canada et qui exportent des biens et des services depuis au moins trois ans. Les maisons de commerce, les institutions financières ainsi que les entreprises de transport, de recherche commerciale, d'emballage et de promotion sont aussi admissibles.

Critères de sélection

Le Comité de sélection, composé de gens d'affaires chevronnés de tous les coins du Canada, examine les candidatures en fonction, notamment, des critères suivants :

- hausse sensible des ventes à l'exportation (au cours des trois derniers exercices);
- implantation sur de nouveaux marchés;
- introduction de nouveaux produits d'exportation sur les marchés étrangers.

Pour obtenir un formulaire d'inscription au Programme des prix d'excellence à l'exportation, faites parvenir ce coupon :

Programme des prix d'excellence à l'exportation canadienne
Opérations d'expansion du commerce (TOO)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, prom. Sussex, tour C, 5^e étage
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

Télex : 053-3745 Télécopieur : (613) 996-8688 Tél. : 1-800-267-8376

Nom : _____

Titre : _____

Nom de l'entreprise : _____

N° de téléphone : _____ N° de télécopieur : _____

Adresse : _____

Ville, Province : _____ Code postal : _____

En quoi le prix peut-il vous être utile?

Les Prix d'excellence à l'exportation canadienne sont décernés chaque année par le ministre du Commerce international lors d'une cérémonie spéciale à laquelle assistent des membres importants du milieu des affaires et de l'exportation. Les lauréats peuvent faire figurer le symbole du Prix d'excellence à l'exportation canadienne sur leur papier à en-tête, dans leur publicité et dans leurs autres efforts de promotion pendant trois ans. Une campagne de publicité et de promotion nationale et locale entoure la remise des prix.

Les anciens lauréats signalent que la reconnaissance conférée par le prix s'est avérée un important outil de commercialisation, les a fait mieux

connaître au pays, leur a attiré de nouveaux clients étrangers et a été un véritable stimulant pour le personnel. Le symbole du Prix d'excellence, associé au nom de la firme, souligne les réalisations exceptionnelles du lauréat en matière d'exportation tout en rappelant aux Canadiens l'importance du commerce international, surtout les exportations, pour la prospérité économique du pays.

Cette année, la date limite pour la réception des inscriptions au Programme des prix d'excellence à l'exportation est le 15 mai 1994.

Pour recevoir un formulaire d'inscription ou pour obtenir des précisions au sujet du Programme des prix d'excellence à l'exportation canadienne, il suffit de téléphoner sans frais au service InfoEx du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, au 1-800-267-8376, ou d'envoyer le coupon ci-dessus par la poste ou par fax.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Numéro à noter

Le numéro de téléphone de l'ambassade du Canada à Tunis, en Tunisie, est le (011-216-1) 798-004.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CHINE (République populaire de) — Entreprise d'Edmonton qui possède des bureaux de représentation à Hong Kong, Guangzhou, Jinan, Shanghai et Beijing offre des services en matière de transfert de technologie, de consultation en promotion immobilière, de formation de co entreprises et de marketing aux sociétés désireuses de percer les marchés de la Chine et de Hong Kong. L'entreprise se spécialise dans les matériaux de construction, la promotion immobilière, le matériel de chantier et la construction et la rénovation industrielles. Communiquer avec R. LaBrie, directeur, Pacific Asia Canada Trade & Development Group Ltd. (PAC), 2/F, 11514 Jasper Avenue, Edmonton. Tél. : (403) 488-3888. Fax : (403) 488-0573. Contacter Joseph Lam, directeur, PAC, 1503 Westlands Centre, 20 Westlands Road, Quarry Bay, Hong Kong. Tél. : (852) 880-5226. Fax : (852) 880-5062.

INDE — Une maison de commerce bien établie en Inde est à la recherche d'un associé expérimenté en vue de la formation d'une coentreprise qui se chargerait de la construction d'une usine en Inde. Communiquer avec P.P. Singh, P & S Trading Corporation, 6200 McKay Avenue, Suite 145-785, Burnaby (C.-B.). Tél. : (604) 444-4294. Fax : (604) 433-1552.

INDE — Une société très en vue qui exploite un vaste complexe de produits chimiques et qui possède beaucoup d'expérience dans une multitude de projets désire conclure une entente de coentreprise dans le domaine de la fabrication des produits chimiques. Communiquer avec G.M. Kapur, directeur général, Sanderson Industries Ltd., 240B, Acharya J.C. Bose Road,

Calcutta-700 020. Tél. : 247-1561/3427/6190. Fax : (91) 33-2476876/2486336. Téléx : 215141 SAND IN.

MAROC — Un groupe d'investisseurs est à la recherche d'équipements (procédé) pour fabriquer toutes sortes de papier sablé (sand paper). Contacter Abdellah Azelmad, Goal Electronics, tel: (514)-523-0192, fax: (514) 528-1017; et d'envoyer toutes les informations au 805 Gilford, Montréal H2J 1P1.

PAYS-BAS — Un importateur et distributeur néerlandais bien établi souhaite entrer en contact avec des fabricants canadiens de dispositifs de fixation pour l'industrie du bâtiment. La société n'offre ses services que dans le cadre d'ententes exclusives. Communiquer avec Johan P. Hooijkaas, président, Northern Engineering Services BV, C.P. 431, 1380 Ak Weesp, Pays-Bas. Tél. : (2940) 18844. Fax : (2940) 14881.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société d'importation et de distribution en gros désire entrer en contact avec des fabricants d'articles d'entreposage et de postes de travail industriels. La société recherche des fabricants de bancs de travail, de systèmes d'entreposage, de coffres à outils en métal ainsi que de contenants de type industriel de toutes dimensions ou description. Communiquer avec E. Sime & Company Limited, 61 Seaview Road, P.O. Box 31-332, Lower Hutt, Nouvelle-Zélande. Tél. : (04) 568-4126. Fax : (04) 568-3027.

VENEZUELA — Une maison de commerce ayant d'excellents contacts au sein des industrie pétrolière, minière et pétrochimique désire communiquer avec des homologues canadiens intéressés à exporter leurs produits sur ce marché. Communiquer avec Ernesto Muchacho, Almar, C.A., Centro Empresarial Miranda, Av. Fco. de Miranda. Tél. : 582-238-4530. Fax : 582-238-6067.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Stone Marine Canada Ltd./Ltée d'Iberville, au Québec, a obtenu par l'intermédiaire de la Corporation commerciale canadienne et aux termes de l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense, un marché d'une valeur de 1,7 million \$ CAN en vue de la fabrication et de la livraison de jeux de pales d'hélices au Commandement des systèmes de navigation en mer des États-Unis à Arlington, en Virginie.

Lab-Volt Ltée./Ltd. de Montréal (Québec), a obtenu par l'intermédiaire de la Corporation commerciale canadienne un important marché du ministère de l'Éducation et de la Culture de la République d'Équateur. Dans le cadre de ce marché qui s'étalera sur trois ans, Lab-Volt fabriquera du matériel péda-

gogique et du matériel de formation pratique qui serviront à des cours d'électricité, d'électronique, d'électromécanique, de réfrigération et de conditionnement de l'air, d'instrumentation et de contrôle des procédés, ainsi que d'hydraulique et de pneumatique offerts dans divers instituts de formation technique partout en Équateur.

Protection Incendie Polygon Inc. de Saint-Laurent, Québec, a signé un contrat de 600 000 \$ avec la firme jordanienne Fine Hygenic Paper company. Polygon protégera leur édifice industriel de Sahab grâce à un système complet de protection contre l'incendie. Le contrat inclut le design, le matériel, la fabrication, la mise en service du système, de même que la formation du personnel sur place.

Des alliances dans le monde de la technologie

Une alliance stratégique avec une entreprise du nord de la Californie peut être un excellent moyen de pénétrer le vaste marché de la technologie de pointe, comme l'a révélé une série de séminaires d'appariement qui a eu lieu récemment à Pleasanton et à Sacramento, en Californie. Les sociétés mentionnées ci-après (d'autres entreprises ont figuré dans la livraison du 1^{er} mars 1994 de CanadExport, vol. 12, n°4) offrent des possibilités pour ce qui est de former des associations stratégiques. Pour poursuivre, communiquer avec David McNamara, bureau commercial du consulat général du Canada, 50 Fremont, Suite 1825, San Francisco, CA 94105. Tél. : (415) 543-2550 (poste 22). Fax : (415) 512-7671.

SYSTÈMES D'AFFICHAGE

Jupiter Systems

Cette entreprise fabrique des écrans graphiques haute résolution et des postes de travail fonctionnant avec le protocole X-window et permettant le contrôle de plusieurs écrans à la fois. Ces produits sont couramment utilisés par les usines papetières, les usines de produits chimiques et autres installations de transformation pour leurs systèmes et indicateurs de commande; par les services publics pour leurs systèmes SCADA; par le secteur médical pour ses indicateurs d'imagerie médicale; pour les systèmes de transport; pour le contrôle du trafic aérien; et pour les analyses sismiques.

Jupiter Systems a déjà conclu une entente de marketing coopératif pour les écrans Electrohome et cherche à établir des liens semblables avec d'autres partenaires. L'entreprise s'intéresse aussi aux activités de R-D au sujet de nouvelles gammes de produits ou d'applications.

WAH Systems Corporation

Intégrateur de systèmes multi-médias, WAH Systems Corporation se spécialise dans la conception et la construction de systèmes de présentation multi-médias. Ces systèmes, qui intègrent l'audio, des aides visuelles, l'éclairage,

des commandes électroniques et la communication de données, se prêtent à diverses applications, notamment dans les salles de conférence d'entreprises, les salles d'écoute, les salles de classe sophistiquées (comme dans les écoles de médecine) et les studios de diffusion et d'enregistrement. L'entreprise, qui distribue déjà des écrans Electrohome (Canada), étudiera les propositions qu'on lui soumettra pour d'autres équipements audio-visuels canadiens.

APPAREILS DE PRÉCISION

Conway Engineering Inc.

Fondée en 1977, conçoit et fabrique de petits appareils d'essais à l'intention des entreprises de télécommunications et de services publics pour leur permettre de vérifier l'intégrité et la performance des lignes et des appareils téléphoniques. Elle a déjà conclu une alliance avec Unisys, qui lui fournit la plateforme de certains de ses appareils d'essais. Elle veut atteindre la norme ISO 9000. Conway cherche à conclure une entente conjointe de marketing et de distribution avec une entreprise canadienne fabriquant des produits complémentaires pour les marchés des télécommunications et des services publics. Conway possède une forte capacité en R-D et pourrait s'intéresser à des projets conjoints de développement.

Environmental Devices Inc.

Fondée il y a 20 ans, Environmental Devices Inc. est une petite entreprise de R-D qui conçoit et produit, sous contrat, des périphériques pour spectromètres de masse, des blocs d'alimentation miniatures, des instruments de recherche pour satellites et d'autres systèmes avancés. L'entreprise désire conclure une alliance avec un fabricant ou un vendeur canadien d'équipement pour spectromètres de masse, capable d'ajouter des périphériques au produit.

Titan Beta

Cette division de la Titan Corporation développe et fabrique des systèmes et des composantes pulsées en puissance. Ses systèmes vont des accélérateurs linéaires clés en main pour la stérilisation

de l'équipement médical et le traitement par faisceau électronique aux systèmes à haute énergie conçus sur mesure pour des injections synchrotron. La société cherche activement à former des alliances stratégiques, en particulier avec des entreprises commerciales.

INGÉNIERIE

Consolidated Engineering Labs

Cette entreprise d'inspection des bâtiments, avec son éventail complet de services, emploie 200 personnes pour ses 5 bureaux situés dans l'ouest des États-Unis. Quatre-vingt pour cent du travail s'effectue sur les chantiers de construction et 20 % concerne l'essai des matériaux en laboratoire. L'entreprise cherche à se diversifier géographiquement et à s'étendre, en particulier dans l'Ouest canadien, où elle voudrait acheter une entreprise de 15 à 20 employés, au prix de 15 à 20 millions de dollars, ou conclure un partenariat avec un cabinet d'ingénieurs-conseils désireux de pénétrer sur le marché des services d'inspection des bâtiments.

Wahler Associates

Cette entreprise de génie environnemental et géotechnique, dont la fondation remonte à quelque 30 ans, se spécialise dans l'assainissement et le réaménagement des terres, les aménagements hydrauliques, la gestion des décharges et des déchets solides, la protection de l'environnement, la gestion des dangers géologiques et sismiques, la gestion des eaux souterraines, la conception de digues et de barrages, et la conception de routes et de ponts. Wahler Associates voudrait faire équipe avec une entreprise canadienne d'ingénieurs-conseils ou de consultants dans le domaine de l'environnement afin de préparer des soumissions conjointes au Canada et aux États-Unis.

DOMAINE MÉDICAL

Advanced Polymer Systems

Cette entreprise dont les actions sont cotées en bourse met au point des systèmes de haute technologie pour l'administration des médicaments. Sa mi-

(Voir page 5 — Alliances)

Les alliances, ça rapporte *(Suite de la page 4)*

cro-éponge brevetée peut être imprégnée d'ingrédients actifs (médicaments, cosmétiques, etc.), qu'elle libère à petite dose pendant une période prolongée. L'entreprise vend actuellement deux produits de traitement de l'acné et une poudre pour les pieds. Elle souhaite conclure des alliances stratégiques avec des entreprises canadiennes intéressées à vendre ses produits sous licence, à monter une usine de production clés en main ou à assurer le soutien des ventes.

Biosources International Inc.

Cette entreprise a conçu deux modèles de stéthoscopes acoustiques amplifiés non électroniques qui assurent une clarté et une définition nettement supérieures à celles des stéthoscopes traditionnels. Biosources International a obtenu en août 1993 l'approbation de sa demande de brevet au Canada. En plus de l'utilité évidente du stéthoscope pour l'établissement de diagnostics médicaux, il faut souligner l'intérêt particulier de l'appareil pour les animaux de toutes tailles, y compris les oiseaux et les reptiles. L'entreprise cherche un distributeur établi de produits médicaux qui aurait des contacts dans les milieux médicaux, vétérinaires et militaires. Elle accepterait aussi de conclure un contrat de licence de fabrication avec une entreprise canadienne.

Calypte Biomedical Corporation

Établie en 1989, cette entreprise est la première à avoir mis au point un procédé d'essai, breveté aux États-Unis, pour la détection des anticorps HIV-1 dans les échantillons d'urine. Pendant la période d'essai, ce produit a présenté une sensibilité de 99% et une spécificité de 99,7%. L'entreprise a soumis à la Food and Drug Administration une demande pour que son procédé soit admis au titre de la recherche, mais n'attend pas de réponse avant 18 mois. Dans l'intervalle, elle cherche à établir un partenariat avec une usine d'assemblage au Canada afin de fabriquer le produit à l'intention de clients asiatiques.

CCS Associates

Cette entreprise, spécialisée dans les

services-conseils biomédicaux, a des compétences dans les domaines de la toxicologie, de la pharmacologie, de la biochimie, de la chimie organique, de la génétique, de la nutrition, des aspects économiques de la chimie, de la réglementation, du développement de bases de données et de la recherche connexe, et de l'administration des affaires. Elle cherche un partenaire au Canada dans les domaines suivants : élaboration de plans cliniques, présentations réglementaires, création de bases de données spécialisées, recherche informatisée, résumés bibliographiques, profils de toxicité et études d'indices d'attente et de structures.

FABRICATION

Ceracon Inc.

Fondée il y a huit ans, cette entreprise

de R-D est l'inventeur du procédé Ceracon de formation de pièces métalliques frittées. Ce procédé breveté repose sur le multiplicateur de pression, également breveté, qui applique une pression uniforme sur la pièce préformée, sans qu'il y ait nécessité de recourir à une matrice à forger. Le procédé est applicable à presque tous les métaux, céramiques, polymères ou matériaux composites, ou peut servir à la production de pièces constituées d'alliages métalliques dissemblables. Procédé particulièrement reconnu pour son efficacité dans la fabrication de pièces automobiles et de plaquettes de filière au carbure de tungstène pour le forage gazier et pétrolier. L'entreprise cherche à conclure des contrats de licence afin

(Voir page 8 — Alliances)

Le tourisme, une affaire de gros sous

(Suite de la première page)

raisons qui les incitent à cibler une clientèle particulière et à fournir une liste des outils de marketing qu'elles envisagent d'utiliser (voyages de familiarisation, documents audiovisuels, affiches).

En plus des services susmentionnés, MAECI offre trois programmes de promotion des exportations par l'entremise de ses missions et des bureaux fédéraux régionaux.

Ces programmes portent sur le marché américain, **Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF)** et **Délégations pour l'expansion des exportations (DEE)**, et le marché d'Europe occidentale, **Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS)**.

Pour renseignements à ce dernier sujet, sur les profils des marchés touristiques, la liste des événements s'adressant à l'industrie et au grand public dans les territoires des missions à l'étranger et toute autre information générale quant à la mise en oeuvre du programme touristique à l'étranger, communiquer

avec la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Tél.: (613) 944-7344. Fax : (613) 944-9119.

Répertoire de foires commerciales

Le Répertoire 1994 des foires commerciales et conférences internationales, maintenant disponible à plusieurs sources, dresse la liste de près de 5 000 foires et conférences qui s'adressent à l'industrie ou au grand public dans plus de 75 pays. Publié chaque année depuis 1985, ce répertoire de 474 pages sous couverture souple présente des listes classées par produit, par lieu, par date et par appellation. Il coûte 74,95 \$, plus les taxes applicables et les frais de manutention. S'adresser à Co-Mar Management Services Inc., 8 King Street East, Suite 1110, Toronto, M5C 1B5. Tél.: (416) 364-1223. Fax : (416) 364-6557.

Salon des soins de santé en Turquie

Istanbul — Les entreprises oeuvrant dans la fabrication de produits de soins de santé destinés aux hôpitaux ou aux consommateurs sont invitées à participer à la foire commerciale **Healthcare Turkey'94**, Istanbul, du 14 au 17 avril.

L'ambassade du Canada à Ankara y réservera un stand d'information où les acheteurs, distributeurs et représentants turcs autorisés pourront consulter et se procurer les brochures sur les produits

des entreprises canadiennes.

Les entreprises peuvent réserver leur propre stand d'exposition.

Depuis que le gouvernement turc a fait de l'amélioration des soins de santé une priorité, un certain nombre de débouchés commerciaux sont apparus dans ce secteur : la construction d'hôpitaux et de cliniques (éventuellement avec l'aide financière internationale), l'achat de matériel médical destiné à ces installations et, en particulier, l'achat de trousse de diagnostic (et autres produits médicaux pour le grand public).

Pour apprendre comment réserver un stand d'exposition, communiquer avec l'ambassade du Canada à Ankara. Tél. : 011-90-312-436-1275. Fax : 011-90-312-446-2811/4437.

Les entreprises intéressées à distribuer leurs brochures/produits au stand d'information doivent faire parvenir des exemplaires (100 au maximum) de leurs brochures — avant le 1^{er} avril — à D. MacDonald, deuxième secrétaire (affaires commerciales), Section commerciale, ambassade du Canada, Nenehatun Caddesi 75, GOP 06700, Ankara, Turquie.

SOFTWORLD'94 à Fredericton

Fredericton — La grande foire commerciale canadienne sur les technologies de l'information, **SOFTWORLD '94**, se tiendra au Nouveau-Brunswick du 25 au 28 septembre 1994.

Cet événement international vise à faire la promotion des entreprises de technologies de l'information; 500 participants de quelque 30 pays, viendront découvrir les nouveautés en matière de logiciels, trouver de nouvelles voies de distribution et former des alliances stratégiques.

La foire **SOFTWORLD** a vu la participation augmenter de 30% chaque année (la dernière édition a eu lieu à Vancouver en 1993).

De façon générale, 65% des participants qui s'y présentent sont des décideurs, c'est-à-dire des présidents de société, des vice-présidents et des chefs de la direction; 42% d'entre eux profitent de la foire pour conclure des marchés.

On y retrouve aussi des représentants d'associations sectorielles et d'organismes gouvernementaux du monde entier.

Pour renseignements, s'adresser à **SOFTWORLD '94**. Tél. : (506) 453-1076. Fax : (506) 458-1097.

Les possibilités d'affaires à Taiwan

Taipei — Les personnes et les entreprises désireuses d'exporter à Taiwan, l'un des pays à la croissance la plus rapide, pourront obtenir des renseignements à jour au cours d'une réunion qui se tiendra à Taipei du 10 au 13 avril 1994.

Il s'agit de la huitième réunion conjointe du Conseil des gens d'affaires Canada-Taiwan et de son homologue, la Chambre de commerce et d'industrie de Taiwan.

Les participants à cette réunion auront l'occasion d'examiner les possibilités d'affaires dans le marché lucratif de Taiwan, en particulier dans les domai-

nes de l'aéronautique, des transports, de l'opto-électronique, de la biotechnologie, de l'agro-alimentaire, de l'aérospatiale, des télécommunications, de l'énergie, des métaux et minéraux, des logiciels et de la technologie de l'information, des produits pharmaceutiques et de soins de santé, ainsi que de la protection de l'environnement.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Elsie Lee, coordonnatrice, Chambre de commerce du Canada, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643.

Salon de la sous-contractance en aérospatiale

Montréal — L'aérospatiale canadienne et les industries connexes peuvent s'informer de la façon d'obtenir des contrats en sous-traitance dans le cadre de la Septième foire des sous-traitants qui se tiendra à Montréal le 14 juin 1994.

SUBCON, exposition annuelle d'une journée, a pour objet d'aider les entreprises canadiennes à décrocher des contrats dans les secteurs de l'aéronautique (y compris la réparation et la révision d'aéronefs), de l'aérospatiale, de l'électronique, de la robotique, ainsi

que des industries de simulation et de produits reliés à la défense.

La foire s'adresse en particulier aux entreprises désirant se mettre au courant des tendances de l'industrie, établir des contacts avec les acheteurs canadiens et américains, s'informer des exigences canadiennes et américaines et discuter des possibilités de coentreprise.

Pour renseignements, communiquer avec Gisèle Laframboise au (613) 996-8099 ou avec Monique McGrath au (613) 996-8709, d'AECIC à Ottawa.

PUBLICATIONS

Commerce Canada-Italie

L'Italie est le 10^e marché d'exportation du Canada. Les ventes y ont dépassé le milliard \$ chaque année depuis 1988. En dépit de l'actuelle récession et de la dévaluation récente de la lire, nos ventes de produits finis vont en augmentant. Tout en se restructurant politiquement et économiquement, l'Italie continue de présenter un excellent marché pour des technologies canadiennes pointées.

Par exemple, la modernisation du réseau de télécommunications italien demande l'utilisation d'expertise étrangère et offre un secteur où les canadiens peuvent concurrencer. Des débouchés existent aussi pour les logiciens et pour les produits et services environnementaux.

Les petites et moyennes entreprises italiennes commercent depuis longtemps en Europe de l'Est et dans le bassin méditerranéen et constituent de bons partenaires éventuels pour les sociétés canadiennes désireuses de poursuivre ces marchés.

Le présent texte est tiré du survol commercial Canada-Italie préparé par le personnel commercial de l'Ambassade du Canada à Rome et du Consulat Général du Canada à Milan. Pour obtenir une copie, s'adresser à InfoEx au numéro 1 (800) 267-8376 ou (613) 944-4000. Fax : (613) 996-9709.

Profil agro-alimentaire de l'Italie

L'Italie connaît depuis longtemps un problème de déficit agro-alimentaire, particulièrement dans les secteurs des céréales et des oléagineux, du bétail, de la viande et des produits laitiers.

En dépit de ce déficit, le marché n'est pas facile à percer puisque l'industrie agro-alimentaire italienne est sophistiquée et a une longue tradition d'offrir des produits de haute qualité. L'industrie jouit d'un marché protégé par des tarifs et des barrières non-tarifaires et les considérations linguistiques posent

un problème aux concurrents en provenance de pays tiers.

Cela dit, il existe des possibilités pour les exportateurs canadiens dans des secteurs traditionnels comme le bétail et la semence d'élevage, le blé mélangé et des semences de pommes de terre; et pour les produits élaborés pour rencontrer les exigences des marchés italiens et européens comme la viande de cheval, les légumineuses et les cultures et semences spécialisées. En plus de ces produits, plusieurs articles de haute gamme ont un bon potentiel, comme le sirop d'érable, le miel, les aliments fins, les boissons alcoolisées et non-alcoolisées et les aliments-santé.

Une participation aux grands salons alimentaires européens et italiens comme Anuga à Cologne, Sial à Paris, Cibus à Parme et Expo Food à Milan est un bon moyen de rejoindre les acheteurs italiens.

Ce texte est extrait du profil agro-alimentaire sur l'Italie préparé par le personnel de promotion commercial de l'Ambassade du Canada à Rome et du Consulat général du Canada à Milan. Pour obtenir une copie, contacter le service InfoEx au 1 (800) 267-8376 ou (613) 944-4000. Fax : (613) 996-9709.

Aérospatiale en Asie

Les gouvernements provinciaux de l'ouest du Canada et le Centre Canada-ASEAN de Singapour ont commandé une étude sur les débouchés dans l'industrie aérospatiale asiatique, l'*Asian Aerospace Opportunities Study*. Les auteurs de l'étude tracent un portrait détaillé de cette industrie dynamique et des débouchés offerts aux entreprises canadiennes qui souhaitent faire des affaires dans une région connaissant un essor exceptionnel.

Cette étude axée sur le développement de l'industrie aérospatiale dans des pays tels que Hong Kong, l'Indonésie, la Corée, la Malaisie, les Philippines, Singapour, Taïwan et la Thaïlande vise

à élaborer une stratégie pour resserrer les liens commerciaux entre le Canada et ces derniers.

Le rapport présente le profil de près de deux cents entreprises asiatiques de ce secteur d'activité. On y trouve aussi une évaluation des risques commerciaux ainsi que de précieux renseignements à l'intention des sociétés désireuses de conclure des alliances stratégiques, de mener une campagne de marketing ou encore de retenir les services d'un agent ou d'un distributeur. Pour chaque pays, les auteurs ont examiné cinq secteurs de l'industrie aérospatiale, soit la fabrication, la réparation et la révision, l'équipement militaire, le développement des aéroports et les communications par satellite.

Selon cette étude, l'économie asiatique est l'une des plus actives du monde. Elle affiche depuis dix ans un taux de croissance annuel moyen de 8 % au titre du trafic aérien régulier et ce rythme devrait se maintenir au cours des dix prochaines années. D'ailleurs, tout porte à croire que la région Asie-Pacifique se hissera au deuxième rang mondial pour le trafic combiné de voyageurs et de fret, et surpassera ainsi l'Europe.

Pour obtenir une copie de cette étude (en anglais seulement), s'adresser (en joignant votre carte professionnelle) à la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud, du MAECI, à Ottawa. Fax : (613) 996-1248.

Opportunités chinoises

Les comptes rendus d'une conférence tenue récemment et d'autres documents sont désormais offerts dans un format relié. Vous pouvez vous procurer **China : Tapping the Opportunity** (environ 172 \$) et **Doing Business in China** (environ 125 \$) en passant votre commande à Insight Press, 55, University Avenue, Suite 1700, Toronto M5J 2V6. Tél. : (416) 777-1363. Fax : (416) 777-1292.

AU CALENDRIER

Halifax — 14 mars 1994; **St. John's** — 15 mars; **Montréal** — 15 mars; **Toronto** — 17 mars; **Ottawa** — 18 mars; **Winnipeg** — 22 mars; **Edmonton** — 23 mars; **Vancouver** — 25 mars — Les séminaires sur les contrôles à l'exportation s'adressent aux décideurs d'entreprises exportatrices dans le secteur des technologies de pointe, aux sociétés désireuses d'explorer les débouchés commerciaux en Europe de l'Est, dans les républiques de l'ancienne Union soviétique et en Chine, aux courtiers en douane, aux transitaires, aux fabricants et aux exportateurs de matériel militaire et de produits de défense, etc. Pour plus de détails ou pour s'inscrire, contacter Thomas Jones, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-2387. Fax : (613) 996-9933.

Toronto et Montréal — du 28 au 31 mars 1994 — Plusieurs sociétés autrichiennes tiendront des réunions à Toronto et à Montréal afin de rencontrer des fabricants et des distributeurs canadiens désireux de coopérer dans le domaine de la technologie de l'environnement. En outre, la Délégation commerciale d'Autriche organisera une mission commerciale à Vancouver dans le cadre de GLOBE 94 (du 21 au 27 mars 1994). Pour plus de détails, téléphoner au (604) 683-5808 ou communiquer par fax au (604) 662-8428. Pour connaître les dates et lieux des réunions et prendre rendez-vous, contacter la Délégation commerciale d'Autriche à Toronto, tél. : (416) 967-3348, fax : (416) 967-4101, ou à Montréal, tél. : (514) 849-3708, fax : (514) 849-9577.

Ottawa — 29 mars 1994 — Le séminaire d'une journée intitulé **Former des alliances en matière de technologie au Japon** a pour objet d'aider les entreprises canadiennes spécialisées en télécommunications et en informatique (matériel et logiciels) à former des alliances stratégiques au Japon. Ce séminaire est présenté conjointement par MAECI et la Société d'expansion économique d'Ottawa-Carleton. Pour renseignements, communiquer avec MAECI, tél. : (613) 995-7646. Pour s'inscrire au séminaire, appeler Marie Nadon, de la Société d'expansion économique d'Ottawa-Carleton, au (613) 236-3500.

Moncton — 29 et 30 mars 1994 — Une conférence sur le partenariat entre les secteurs public et privé expliquera comment ces deux secteurs dans les provinces Maritimes peuvent s'associer en vue de promouvoir l'exportation de biens et services. Pour s'inscrire ou pour renseignements, communiquer par fax au (506) 859-6131.

Moncton — 11 avril 1994; **Halifax** — 12 avril; **Montréal** — 13 avril; **Toronto** — 14 avril; **Ottawa** — 15 avril; **Winnipeg, Saskatoon et Calgary** — 18 avril; **Vancouver** — 19 avril — **ExportVision 94 : Technologie de pointe.** Cette activité biennale, qui comporte des discussions avec des délégués commerciaux canadiens en poste à l'étranger, aide notre industrie de pointe à exporter ses produits et services sur les marchés étrangers. S'adressant aux entreprises prêtes à exporter ou qui exportent déjà, **ExportVision** est un

moyen rentable d'obtenir des réponses à vos questions sur la commercialisation et l'exportation de produits de haute technologie. Communiquer avec Gisèle Laframboise au (613) 996-8099 ou avec Monique McGrath au (613) 996-8709, du MAECI à Ottawa.

PUBLICATIONS

Guide sur les produits de la mer

InfoEx offre maintenant sur disquette 3,5 pouces les versions française et anglaise du **Répertoire 1993 des exportateurs canadiens de poissons et de fruits de mer** (tél. : (sans frais) 1-800-267-8376; région d'Ottawa 944-4000).

Préparé par le Secrétariat de la liaison sectorielle du MAECI à Ottawa, le Répertoire, également disponible sous forme de brochure, dresse la liste de 500 exportateurs canadiens de poissons, crustacés et coquillages et de 20 associations sectorielles.

Les alliances (Suite de la page 5)

de commercialiser sa technologie.

ÉDITION

Lawco Ltd.

Cette petite maison d'édition se spécialise dans les ouvrages de référence sur le billard. Travaille actuellement à l'impression d'une série de guides, dont un répertoire de toutes les salles de billard aux États-Unis. Cherche un partenaire pour publier et distribuer sa série au Canada.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur un fax à la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



DOCS
A1
EA
C16f
. 12
Apr 1,
1994

CANADEXPORT

Vol. 12 N°6

Dept. of External Affairs, 1994

MINISTRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES

MAR 30 1994

Rapport d'étape

Plan d'action du Canada pour le Japon

Tout le monde parle du Japon, mais personne ne bouge, sauf les exportateurs canadiens les plus avisés!

Les exportations du Canada sur son deuxième marché en importance, le Japon, ont chuté de plus d'un milliard de dollars en 1991 pour ne connaître qu'un léger redressement en 1992. En 1993, le Canada a rattrapé le milliard de dollars perdu, et davantage!

Qu'est-ce qui caractérise le commerce du Canada avec son partenaire d'outre-mer le plus important? La réponse revêt deux aspects. Bien sûr, les fortes fluctuations du prix des marchandises représentent un facteur de taille et il est manifeste, depuis un certain temps, que les perspectives à long terme qui s'offrent aux exportations traditionnelles de produits canadiens semi-transformés demeureront assez fermées, voire se réduiront encore, tandis que le Japon continuera d'accroître ses importations

de produits à valeur ajoutée.

Les sociétés canadiennes qui ont compris cette tendance connaissent un succès réel sur le marché japonais de produits fabriqués et de services spécialisés. Cette participation aux segments de croissance du marché permettra aux Canadiens, à terme, de se trouver en bonne position pour continuer leur progression sur les marchés de l'Asie-Pacifique et des autres parties du monde. Le PLAN D'ACTION, annoncé au printemps dernier, est une initiative de coopération destinée à mieux harmoniser les services d'aide et d'information fournis par le gouvernement au secteur privé avec les besoins de développement et d'amélioration des affaires avec le Japon.

Une analyse du marché japonais et des capacités industrielles du Canada a servi de point de départ. Sept secteurs prioritaires ont été mis en évidence :

produits de construction, produits de pêche, produits transformés, pièces d'automobile, aérospatiale, technologie de l'information et tourisme.

Les trois principaux objectifs du PLAN D'ACTION DU CANADA POUR LE JAPON sont les suivants :

- faire prendre conscience de la dynamique du marché nippon;
- adapter les produits à cette évolution;
- relever les défis de commercialisation que pose cette évolution au Japon.

Le point sur l'Indonésie

Un supplément de 12 pages

Bilan provisoire

La clé de la réussite du PLAN réside dans la coopération, c'est-à-dire le travail d'équipe. Les meneurs de bal, ce sont des groupes de l'industrie, représentant chacun des secteurs prioritaires. Dans certains cas, il s'agit de coalitions d'associations industrielles et, dans d'autres, de groupes du secteur privé ayant décidé de conjuguer leurs efforts pour s'attaquer au marché japonais. Les aides de camp, ce sont des équipes de fonctionnaires mises sur pied par les gouvernements fédéral et pro-

(Voir page 4 — Plan d'action)

BCNet : Un réseau au-delà des frontières

Partenariats. Mondialisation. Échange d'informations

Voilà les stratégies garantes du succès dans la décennie des années 90.

Comment une petite ou moyenne entreprise peut-elle obtenir les informations et les capitaux dont elle a besoin pour conclure des accords de partenariat et pour adopter une démarche planétaire?

Comment un entrepreneur déjà surchargé de travail peut-il trouver le temps et les fonds dont il a besoin afin de trouver la société avec laquelle il a intérêt à faire affaire?

Le Réseau d'alliances stratégiques (désigné sous son sigle anglais BCNet -

Business Cooperation Network) fournit des réponses concrètes à ces questions. BCNet est un service international de recherche de partenaires récemment importé de l'Union européenne au Canada par Industrie Canada et par le MAECI, en coopération avec les gouvernements de l'Ontario, du Québec, de la Colombie-Britannique et de la Nouvelle-Écosse.

La Chambre de commerce du Canada a joué un rôle directeur pour ce qui est de gérer la mise en place de ce service, qui constitue un instrument confidentiel, à prix abordable, opportun et efficace en vue de la recherche d'éventuels par-

(Voir page 2 — BCNet)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---------------------------------------|---|
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 3 |
| SÉMINAIRES..... | 3 |
| LE GG À HONG KONG ET EN CHINE..... | 4 |

BCN en marche partout au Canada *(Suite de la première page)*

tenaires commerciaux. Dans un premier temps, le service BCNet sera offert dans les quatre provinces énumérées ci-dessus, puis il s'élargira progressivement à l'ensemble du pays au cours des mois qui viennent.

Lancé au Canada en janvier 1994, ce réseau donne accès à des milliers de profils actualisés et vérifiés d'entreprises susceptibles de constituer des partenaires dans la production de toutes sortes de biens et de services, dans tous les secteurs industriels. Ces profils contiennent des informations sur les entreprises qui cherchent à conclure des accords de partenariat, sur la nature de ces partenariats, et sur les endroits où ces accords prendraient forme. Ce n'est pas tout : BCNet ne se résume pas à un simple service de messages électroniques. C'est une équipe de plus de 1 100 conseillers accrédités présents dans 35 pays à travers le monde, des conseillers résolus à aider leurs clients à trouver des partenaires étrangers.

Les conseillers de BCNet

De dimension internationale, cette équipe de conseillers accrédités et ayant suivi une formation particulière se compose de divers professionnels, dont des banquiers et des experts-conseils en gestion financière, qui entretiennent déjà des relations étroites avec des gens d'affaires à l'oeuvre au sein même de leur collectivité. Ils mettent à profit leurs compétences afin de choisir les candidats à un partenariat qui répondront le mieux aux besoins de leurs clients.

Par l'intermédiaire de BCNet, les conseillers sont reliés à des professionnels à leur image, des gens qui possèdent une connaissance et une compréhension tout aussi grandes des réalités commerciales de leur collectivité, dans 35 pays à travers le monde. Au delà de ce lien officiel, les conseillers cultivent également des contacts personnels avec leurs homologues étrangers. Si l'ordinateur ne trouve pas d'entreprise correspondante, ce réseau officieux permet aux conseillers de s'entretenir officieusement les uns avec les autres et de discuter de possibilités qui n'ont pas forcément été consignées dans le système informatique. Les clients en bénéficient parce que, par un effet de levier, les conseillers doublent les retombées du réseau, les effets des relations interpersonnelles venant s'ajouter aux capacités du système électronique.

L'information de BCNet

Figurent aussi par les nombreux avantages de BCNet l'exactitude et le caractère opportun des informations contenues dans la base de données, ainsi que le degré élevé de confidentialité avec lequel elles sont traitées. Avant d'être inscrite, une entreprise doit prendre un engagement sérieux envers la recherche de la coopération internationale. Cette volonté doit trouver son expression dans son plan d'entreprise. Après avoir pris sa décision, le propriétaire de la société communique au conseiller de BCNet des informations au sujet du type de démarche de coopération qu'il souhaite engager, ainsi que

des renseignements détaillés sur son entreprise et son activité.

De concert avec le propriétaire de l'entreprise, le conseiller de BCNet dans la localité prépare d'abord un Profil de coopération, de même qu'un dossier confidentiel sur l'activité de la société. On trouve dans ce Profil une description du type d'entreprise et des possibilités recherchées ainsi que des marchés cibles; toutefois, le dossier ne donne pas le nom de l'entreprise.

La Chambre de commerce du Canada, à Ottawa, rassemble les profils électroniquement à Ottawa et les transmet à l'ordinateur central, situé à Bruxelles. L'ordinateur produit une liste d'éventuelles entreprises correspondantes, que le conseiller examine afin de dresser une courte liste des candidats convenant le mieux, et il transmet cette liste pour examen au propriétaire de l'entreprise. Si une piste paraît prometteuse, et avec l'autorisation expresse de leurs clients, les conseils s'échangent les dossiers plus détaillés sur l'activité des entreprises en cause, le tout à titre complètement confidentiel. Ensuite, les conseillers passent le relais aux entreprises, à qui il appartient de mettre au point directement les modalités d'un accord.

À ce jour, l'action de BCNet s'est traduite par la conclusion de 38 000 accords de partenariat entre entreprises. Pendant la seule année 1992, 17 000 offres de partenariat ont été consignées et il en a résulté l'identification de 15 931 entreprises correspondantes, ce qui équivaut à un taux de succès de 94 p. 100.

La qualité du service et ce taux élevé de succès suscitent de l'enthousiasme à la Chambre de commerce du Canada quant aux possibilités de BCNet dans notre pays. M. Tim Page, vice-président, Affaires internationales, à la Chambre de commerce du Canada, s'en explique comme suit : «La perspective de pouvoir offrir un service à valeur ajoutée aux petites et moyennes entreprises nous

(Voir page 4 — BCNet)

CANADÉXPOR

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 CANADÉXPOR.

CANADÉXPOR 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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPOR (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CANADEXPORT

Le point sur l'Indonésie

Pourquoi un supplément sur l'Indonésie?

Tout simplement parce que le pays présente la cinquième plus rapide croissance de toutes les économies et compte 186 millions d'habitants, ce qui en fait le quatrième pays le plus peuplé.

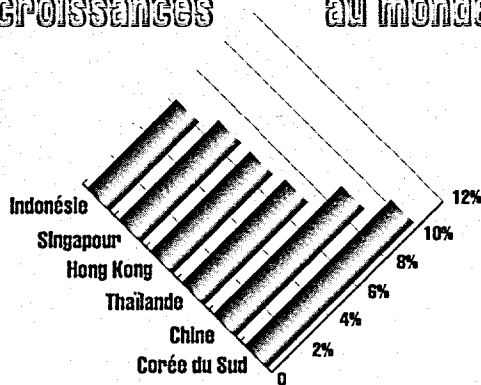
C'EST UN MARCHÉ PEU CONNU, MAIS QUI OFFRE UN POTENTIEL ÉNORME.

Cet archipel de plus de 13 000 îles s'étend sur 5 000 kilomètres, plus que la distance entre St. John's et Victoria. Le visiteur venu il y a dix ans aurait du mal à reconnaître Djakarta aujourd'hui : les immeubles à bureaux et les tours d'habitations en copropriété ont changé le visage de la capitale; le géant indonésien s'est réveillé. Le phénomène se propage à l'ensemble du pays.

À son arrivée au pouvoir en 1969, le président Suharto héritait d'une économie au bord du marasme.

Le taux d'inflation atteignait 650 p. 100, loin du taux actuel (beaucoup plus acceptable) de 15 p. 100; près de 60 p. 100 de la population vivait sous le seuil de la pauvreté. Sous le nouveau régime de Suharto, l'économie indonésienne a connu une croissance réelle de près de 7 p. 100 par année et le taux de pauvreté est tombé à 15 p. 100. En 1940, le taux d'alphabétisation s'élevait à environ 10 p. 100. À l'heure actuelle, plus des trois quarts des Indonésiens savent lire et écrire.

Les pays à fortes croissances au monde



Taux moyen de croissance 1980-1990

Les revenus pétroliers indonésiens et l'aide financière d'un consortium international, dont le Canada faisait partie, ont permis d'améliorer les infrastructures, l'enseignement et l'agriculture, des secteurs qui en avaient grand besoin. Grâce à des programmes d'agriculture intensive, l'Indonésie, pendant longtemps le

plus gros importateur de riz du monde, est maintenant autosuffisante au plan de la production de riz. La stabilité politique, une devise entièrement convertible et la déréglementation ont stimulé l'investissement étranger.

Les réserves pétrolières et gazières de l'Indonésie sont les plus importantes en Asie du Sud-Est et le pays est devenu le plus gros exportateur mondial de gaz naturel liquéfié (GNL). Lorsqu'il s'est rendu compte au début des années 80 que le pétrole n'était pas une ressource inépuisable, le gouvernement a commencé à se tourner vers le secteur de la fabrication afin de réduire sa dépendance à l'égard des exportations de pétrole. Celles-ci ne représentaient plus en 1992 que 31,4 p. 100 des ventes totales à l'étranger, au deuxième rang des secteurs d'exportation devant le textile et le vêtement.

Les produits forestiers, les minéraux et le tourisme sont d'autres secteurs importants qui produisent des devises étrangères. Les plages, les montagnes et le riche patrimoine culturel de l'Indonésie ont attiré plus de trois

**L'Indonésie est le plus important marché
d'exportation du Canada en Asie du Sud-Est.**

Le tourisme indoésien s'est accru de 334 p. 100 au cours des 10 dernières années.

millions de visiteurs en 1993; l'objectif est d'accueillir neuf millions de touristes d'ici l'an 2000. Les mesures de déréglementation et des salaires peu élevés ont attiré en Indonésie, depuis 1987, des investissements étrangers directs de l'ordre de 34 milliards de dollars US. L'année dernière, Djakarta a approuvé des investissements étrangers de 10,2 milliards de dollars US, en hausse par rapport aux 8,8 milliards autorisés en 1991. L'Indonésie continue de libéraliser son système tarifaire impénétrable et d'éliminer les autres obstacles aux investissements étrangers. Prenant acte de la montée de nouveaux concurrents régionaux (la Chine et le Viet Nam, où la main-d'oeuvre et la terre coûtent moins cher), l'Indonésie a présenté en 1993 deux trains de mesures sans précédent en faveur de la libéralisation du commerce.

Le secteur de la fabrication occupe une place de plus en plus importante dans l'économie indonésienne. Avec des salaires parmi les plus concurrentiels en Asie du Sud-Est, la main-d'oeuvre indonésienne, abondante, motivée et de plus en plus instruite, continue d'attirer les investisseurs étrangers. Plus de la moitié des habitants sont âgés de moins de 25 ans et environ 2,3 millions de jeunes entrent sur le marché du travail chaque année. Ceux-ci représentent non seulement une réserve de main-d'oeuvre intéressante, mais également un marché intérieur de plus en plus prospère et exigeant.

Dans les années 80, 48 p. 100 des immigrants au Canada originaient de l'Asie.

Échanges commerciaux

L'Indonésie est le principal client du Canada en Asie du Sud-Est. Le commerce entre ces deux pays s'est accru de 47 p. 100 en 1992 et devrait augmenter chaque année de près de 10 p. 100 au cours des années 90, offrant ainsi aux Canadiens et aux Canadiennes certaines des occasions d'affaires les plus intéressantes dans la région. La valeur du commerce total devrait excéder le milliard de dollars en 1994.

Dans son rapport annuel, la Banque mondiale prévoit que le PIB indonésien augmentera de 6 à 7 p. 100 en moyenne jusqu'à la fin de la décennie. Le secteur de la fabrication, le plus dynamique de l'économie indonésienne, connaît une croissance d'environ 15 p. 100.

Les entreprises canadiennes ont enregistré un taux de réussite très élevé en soumissionnant en vue des projets de la Banque asiatique de développement (BAD), soit 67 p. 100 en moyenne depuis 1990. Les sociétés-conseils canadiennes ont fourni depuis 1989 des services évalués à environ 70 millions de dollars US dans le cadre des projets de la BAD.

Bien que les gens d'affaires indonésiens soient très intéressés à investir à l'étranger, leurs ventes et leurs investissements au Canada sont peu importants à l'heure actuelle. Plusieurs grandes sociétés indonésiennes ont ouvert des bureaux de représentation au Canada, première étape vers l'accroissement de leurs investissements.

L'Indonésie présente des possibilités commerciales dans un certain nombre de secteurs. Les Canadiens devraient toutefois noter que la stratégie la plus efficace en vue d'y explorer les débouchés consiste à établir une présence permanente et à entretenir de bonnes relations. Les entreprises qui s'intéressent seulement aux projets à court terme devraient éviter le marché indonésien.

Vers l'an 2000, la région Asie-Pacifique comptera pour 25 p. 100 de l'économie mondiale

Environnement

.....

La rapide évolution de l'économie indonésienne a causé des problèmes écologiques. L'effet combiné de l'extraction et de l'exploitation des ressources, de l'industrialisation de plus en plus rapide et de l'accroissement démographique a fait un tort sans précédent à l'environnement. Les Indonésiens sont toutefois plus sensibilisés à la nécessité de gérer et de protéger l'environnement.

Tous les nouveaux projets réalisés en Indonésie avec l'aide d'institutions financières internationales doivent respecter la nouvelle réglementation rigoureuse en matière d'environnement — qui a été rédigée en grande partie

par des Canadiens et des Canadiennes, avec l'aide de l'ACDI. Comme l'Indonésie entend réaliser de grands projets dans les secteurs des forêts, de l'électricité et de la construction, il y aura de nombreux débouchés pour les entreprises canadiennes spécialisées en environnement.

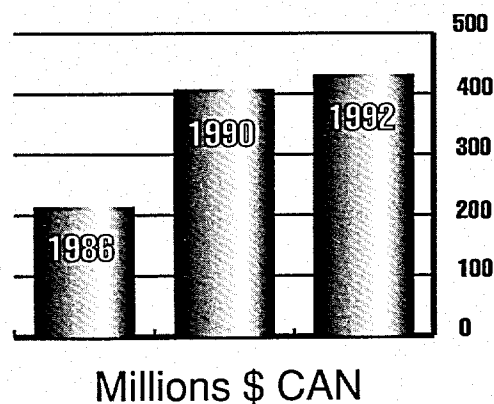
Le Canada est présent dans le secteur indonésien de l'environnement par l'intermédiaire de l'Institut de développement en gestion environnementale, financé par l'ACDI. Cette présence remarquée sert à promouvoir les compétences des entreprises dans le domaine de l'environnement en Indonésie. Plusieurs sociétés canadiennes de génie et de consultation en environnement interviennent maintenant à l'extérieur de Djakarta.

Pétrole et gaz

Possédant les réserves pétrolières et gazières les plus importantes en Asie du Sud-Est, l'Indonésie continuera d'avoir besoin des technologies de pointe reliées à la récupération du pétrole et au transport par pipeline, au soutien à l'exploitation en mer, à l'exploration et au repérage, jusqu'au XXI^e siècle.

Les investissements canadiens dans le secteur indonésien du pétrole et du gaz sont importants depuis 1961. Asamera, la plus grande société canadienne dans ce domaine en Indonésie, a fait récemment deux découvertes importantes de gaz. On estime à 1,4 milliard de dollars US les investissements des entreprises canadiennes présentes sur le marché indonésien.

Les exportations du Canada vers l'Indonésie à la hausse



La production de papier s'est accru de 17 p. 100 par année

L'exploitation minière

L'Indonésie jouit de richesses minières considérables et compte parmi les principaux pays producteurs d'étain et de nickel. Elle extrait également de son sol d'importantes quantités de charbon, de cuivre et d'or.

Le Canada est très actif dans le secteur minier, grâce en grande partie aux investissements d'INCO (1,2 milliard de dollars) dans sa mine à Sulawesi. Il s'agit de notre plus important investissement en Indonésie.

Cependant, les possibilités commerciales réelles pour les entreprises canadiennes pourraient provenir de l'approvisionnement en matériel de traitement et de production de minerai. En outre, les ingénieurs-conseils sont de plus en plus en demande, principalement dans les domaines de la rénovation et de la productivité des installations, de la formation de la main-d'oeuvre et d'autres services. L'Association canadienne des mines CAMESE, en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères, cherche à percer le marché.

Logiciels et technologie de l'information

Un certain nombre d'entreprises indonésiennes dans le secteur des logiciels et de la technologie de l'information ont une bonne connaissance du marché, d'excellents contacts dans les secteurs public et privé et un grand nombre d'employés plus ou moins spécialisés dans l'élaboration de logiciels et l'intégration de systèmes; toutefois, on manque de main-d'oeuvre hautement spécialisée dans ces deux domaines.

À l'heure actuelle, on ne compte chaque année en Indonésie que 40 diplômés d'études supérieures en informatique. Par conséquent, les entreprises canadiennes spécialisées dans ce domaine trouveront des débouchés considérables.

L'un des domaines où le savoir-faire étranger est très en demande est l'intégration de systèmes. La majorité des sociétés indonésiennes dans le secteur de la technologie de l'information cherchent des associés étrangers pouvant leur offrir ce savoir-faire, en particulier

dans la connectivité des micro-ordinateurs, car l'Indonésie a commencé à utiliser les réseaux.

Le piratage de logiciels existe en Indonésie, mais le gouvernement et l'association sectorielle conjuguent leurs efforts afin d'y mettre un terme. Le meilleur moyen de se défendre contre le piratage est de fabriquer des logiciels à façon et de faire appel à un associé local.

Comme les possibilités commerciales offertes aux sociétés étrangères spécialisées dans la technologie de l'information se trouvent dans le domaine de la conception et du développement haut de gamme, il y a moins de risques. Le recours à un associé local en vue de la fabrication et de l'adaptation est un moyen efficace de combattre le piratage.

La demande en énergie double environ tous les 12 ans dans les pays de l'ANASE.

Électricité : 10 000 MW par année

Depuis 1972, la société d'État indonésienne assurant la distribution d'électricité, PLN, a vu la demande en énergie s'accroître en moyenne de 16 p. 100 par année, alors que la puissance installée est passée de 776 MW en 1972 à 14 000 MW en 1993-1994. Malgré sa capacité accrue, PLN est encore incapable de répondre à la demande actuelle. Bien que la société d'État s'attend à ce que la croissance de la demande ralentisse dans les années 90 pour atteindre environ 13 p. 100, elle calcule que pour y répondre, il lui faudra investir 40 milliards de dollars US entre 1992 et 1999. Des fonds importants serviront d'abord à augmenter la capacité de production à plus de 18 000 MW et ensuite à moderniser les réseaux de transport et de distribution. Ces efforts entraîneront une hausse des dépenses d'investissement annuelles de PLN et permettront de réaliser l'un des programmes énergétiques les plus ambitieux en Asie.

Les sources d'énergie qui profiteront le plus des investissements de PLN au cours de la prochaine décennie sont l'énergie thermique au charbon (hausse de 44 p. 100 de la capacité, dont 6 175 MW destinés au secteur privé), le cycle combiné au gaz (hausse de 26 p. 100) et l'hydroélectricité (hausse de 20 p. 100). Cette expansion sera réalisée pour la moitié dans le cadre de projets mis de l'avant par le secteur privé.

À l'heure actuelle, le gouvernement indonésien étudie la possibilité de recourir au nucléaire au début du XXI^e siècle. Il envisage d'installer deux centrales de 600 MW chacune en Java oriental. La technologie CANDU sera évaluée au cours des études de faisabilité. Si cette option est retenue, un appel d'offres pourrait être lancé au début de 1995.

Télécommunications

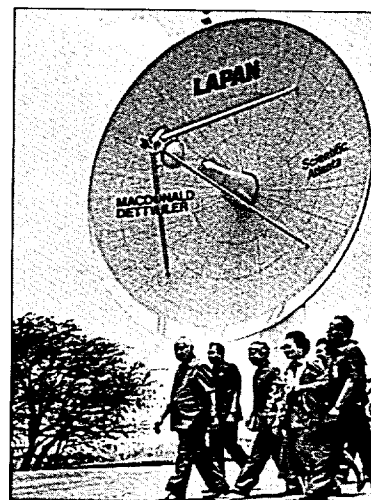
Le gouvernement indonésien a reconnu que la demande en services de télécommunications dépasse de beaucoup la capacité du réseau actuel et l'insuffisance de l'offre qui en découle nuit au développement économique.

À l'heure actuelle, on compte 0,77 ligne téléphonique par 100 habitants. Dans le cadre du présent Plan quinquennal de l'Indonésie, Replita VI 1994-1999, l'objectif a été fixé à 5 millions de lignes, dont 1,2 million seront fournis par le secteur privé.

De plus, le gouvernement entend laisser jouer la concurrence dans les secteurs où celle-ci permettra d'offrir de nouveaux services plus efficaces. Les services à valeur ajoutée, l'approvisionnement en matériel de réseau, les services de télécommunications vendus au détail et l'équipement terminal des abonnés sont déjà ouverts à la concurrence. Une nouvelle entreprise de communications par satellite, PT Satelindo, a été fondée récemment, le secteur privé ayant fourni la plus grande part du capital-actions, afin de fournir des services de téléphonie cellulaire et internationaux pour rivaliser avec les exploitants du secteur public.

La restructuration de PT Telkom est le seul point encore à l'étude. On examine plusieurs possibilités. La restructuration entraînera sans doute la libre concurrence dans les services de base et l'émission d'obligations de PT Telkom sur le marché intérieur des capitaux.

Suite à la Page XI — Transports



Le Président indonésien et Mme Suharto à la nouvelle station terrestre construite par MacDonald Dettweiler à Pare-Pare, en Indonésie.

Un solide partenariat bilatéral est en place

L'Indonésie est un partenaire important pour le Canada en Asie. C'est en effet l'un des pays les plus peuplés de cette région et les plus dynamiques sur le plan économique. Son influence grandissante dans la région (et à l'échelle planétaire) et l'approche modérée adoptée par les Indonésiens à la présidence du Mouvement des pays non alignés ont encore accru son importance.

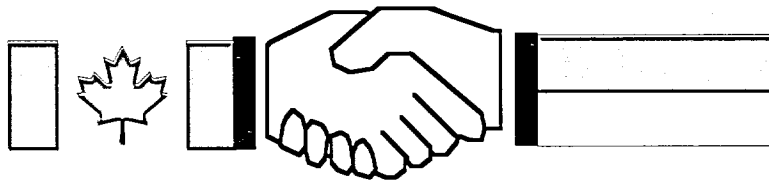
L'établissement, entre le Canada et l'Indonésie, de relations politiques et économiques qui soient solides et mutuellement avantageuses vient s'ajouter à la coopération régionale dans le cadre de l'Association des Nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE).

L'Indonésie va accueillir, en novembre 1994, la Réunion ministérielle de la Coopération Asie-

Pacifique (APEC) et la deuxième réunion informelle des chefs de gouvernement de cette coopération, fournissant ainsi une excellente occasion de collaborer étroitement au développement de cette importante tribune régionale.

Bien que le Canada continue à s'inquiéter des violations des droits de la personne commises par l'Indonésie, en particulier au Timor oriental, il s'est remis à planifier de nouveaux projets de développement, étant donné les récents événements constructifs dans ce pays.

L'aide canadienne, qui atteint de 36 à 39 millions de dollars par an, est fournie à quatre grands secteurs : l'environnement, l'intégration des femmes au développement, l'expansion des ressources humaines et la participation communautaire.



➔ MESURES DE LIBÉRALISATION

Le gouvernement indonésien a présenté le 23 octobre un train de mesures de libéralisation afin d'améliorer le climat pour l'investissement étranger. Il envisage la simplification des formalités reliées à l'exportation et à l'importation, la réduction des droits et des surtaxes, l'assouplissement des restrictions à l'importation, la rationalisation des formalités d'obtention des permis et autorisations, l'amélioration des conditions imposées aux investisseurs étrangers et à l'entrée des produits pharmaceutiques ainsi que la simplification des exigences en matière d'études d'impact sur l'environnement.

Simplification des formalités douanières

On procédera à la rationalisation des formalités douanières et à la simplification des règles d'importation afin de faciliter la circulation des produits intermédiaires.

Réduction des droits et des surtaxes

On a réduit de 5 à 15 p. 100 les droits à l'importation

imposés sur 198 produits. De plus, on a aboli la surtaxe sur les produits figurant sous 92 positions tarifaires et réduit celle qui s'applique aux produits de 27 autres classifications.

La réduction des droits et la libéralisation des importations et des restrictions touchent les produits suivants : acier, cuivre, aluminium, composants électroniques, produits chimiques, produits agricoles, produits pharmaceutiques, matières plastiques, produits sanitaires et céramiques.

Les investissements étrangers

Les étrangers qui investissent hors des zones franches au moins 50 millions de dollars US peuvent maintenant conserver la propriété exclusive pendant une période maximale de dix ans, à compter du début de la production, et devront se désaisir de 51 p. 100 de leur capital-actions au profit d'un associé indonésien sur une période de 20 ans.

Communiquer avec l'Ambassade à Djakarta pour d'autres modifications aux procédures de lancement des affaires.



CONSEILS SUR LA VENTE ET LE MARKETING

Le représentant ou le distributeur facilite l'accès

Excepté à titre d'associées au sein de certaines formes de coentreprise, les sociétés étrangères présentes en Indonésie ne peuvent importer, vendre ou distribuer des produits sans intermédiaire. Elles doivent donc prendre de quelconques arrangements avec un représentant ou un distributeur afin de commercialiser leurs produits ou leurs services sur le marché indonésien.

Quelques sociétés canadiennes font appel à des représentants à Singapour ou à Hong Kong. Cependant, l'expérience démontre

qu'il est difficile de faire des affaires soutenues sans avoir un représentant en Indonésie même. Par conséquent, faire appel à un représentant actif et dynamique est sans doute le moyen le plus efficace d'accroître ses ventes en Indonésie.

Il y a plusieurs autres raisons de choisir un représentant ou un distributeur : celui-ci peut être très utile pour s'occuper de la paperasserie et obtenir les permis et autorisations nécessaires, entretenir de bonnes relations d'affaires, aider à surmonter les obstacles causés par la langue et

fournir un réseau de contacts.

Pour choisir un représentant ou un distributeur approprié, il est impératif de se rendre en Indonésie.

La Section commerciale de l'ambassade du Canada possède une liste de représentants et peut aider les entreprises à déterminer les contacts appropriés.

Le suivi

Le succès d'un séjour d'affaires peut dépendre du suivi. Les lettres de remerciement ainsi que les échantillons, les brochures et les renseignements demandés doivent être envoyés le plus tôt possible, dès le retour au Canada. La correspondance périodique avec les gens rencontrés en Indonésie ainsi qu'avec la Section commerciale de l'ambassade servira à gagner la confiance et à asseoir la légitimité des relations. Il est important d'informer l'ambassade des nouvelles relations d'affaires afin que l'ambassade puisse juger de l'efficacité de ses propres contacts.

Après la visite, l'entreprise devrait tenir l'ambassade du Canada à Djakarta au courant de ses projets. Ces renseignements sont confidentiels et permettent aux agents commerciaux de garder les intérêts de l'entreprise à l'esprit lorsque de nouveaux débouchés se présentent.

Les services de l'ambassade du Canada

La Section commerciale de l'ambassade du Canada à Djakarta

CE QU'IL FAUT APPORTER

Les gens d'affaires aguerris apportent un certain nombre d'articles promotionnels avec eux lorsqu'ils se rendent en Indonésie. Les articles recommandés sont les suivants :

- des brochures promotionnelles et des échantillons, si nécessaire;**
- du papier à lettres de la société** (aux fins de correspondance et de lettres de remerciement);
- une grande quantité de cartes d'affaires;**
- des photos format passeport supplémentaires** (pour les visas, etc.);
- de petits cadeaux portant le nom de la société.** (Après la première rencontre, c'est la coutume d'offrir un cadeau lors des visites subséquentes.)

Ceux qui ne veulent pas transporter d'articles promotionnels dans leurs bagages peuvent les expédier par fret aérien à l'ambassade du Canada à Djakarta. Il est recommandé de les livrer environ quatre semaines avant l'arrivée en Indonésie. Les frais de dédouanement des échantillons et des brochures seront facturés à l'entreprise.

assure la liaison entre les sociétés canadiennes et les entreprises et l'industrie locales, y compris les organismes gouvernementaux. En outre, les délégués commerciaux du Canada cherchent des occasions d'affaires à l'intention des entreprises canadiennes intéressées. Les agents commerciaux de l'ambassade du Canada peuvent aussi donner des conseils sur des questions liées au choix d'un représentant, aux préférences et aux méthodes publicitaires, ainsi qu'aux services de traduction. Sur préavis, il est possible d'établir des contacts initiaux appropriés. Enfin, la Section commerciale peut recommander des spécialistes compétents aux entre-

prises aux prises avec des différends commerciaux et des problèmes juridiques.

Il est recommandé d'informer longtemps à l'avance la Section commerciale de son intention de se rendre en Indonésie. Celle-ci pourra prêter assistance dans la mesure où la société l'informerait en détail sur ses produits et ses services, le but de sa visite et ses contacts actuels en Indonésie.

Ambassade du Canada

Wisma Metropolitan I

Jl. Jend. Sudirman, Kav 29

Djakarta, Indonésie

Tél. : (011-62-21) 525-0709

Fax : (011-62-21) 571-2251

Les secrets du succès

1. Assurez d'offrir un produit ou service en particulier

La concurrence est vive en Indonésie — on y trouve de tout. Les acheteurs ont l'embarras du choix. Lancez un produit différent sur le marché ou concentrez-vous dans un créneau.

2. Offrez des prix concurrentiels

N'oubliez pas que votre prix à destination doit inclure les frais d'expédition et d'assurance; comme dans d'autres pays de l'ANASE, il faut tenir compte des droits et des taxes à l'importation.

3. Soyez prêts à adapter vos produits

Sachez que les normes locales de contrôle de la qualité peuvent être très rigoureuses; l'Indonésie n'est pas un dépotoir de produits de mauvaise qualité.

4. Ouvrez un bureau local ou faites appels à un représentant

Il est essentiel d'avoir un numéro de téléphone afin que les acheteurs puissent vous joindre en cas de besoin. Si vous ne pouvez ouvrir un bureau en Indonésie, assurez-vous que vos clients puissent vous téléphoner à frais virés au Canada. Les Indonésiens n'aiment pas faire des affaires à distance; ils préfèrent, dans la mesure du possible, traiter directement avec vous ou votre représentant.

5. Soyez généreux

On s'attend à ce que certains services supplémentaires soient gratuits dans ce marché. La formation et les services auxiliaires pour lesquels vous exigeriez des frais addition-

nels en Amérique du Nord doivent souvent être compris dans le prix du produit.

6. Assurez le suivi

Malheureusement, les Canadiens et les Canadiennes ont la réputation de ne pas faire de suivi. Les gens d'affaires indonésiens qui prennent le temps de partager leurs connaissances avec un visiteur canadien méritent au moins de recevoir une lettre de remerciement. S'ils ont demandé des articles, faites-les parvenir rapidement. S'ils prévoient visiter le Canada, accueillez-les de la même façon. Allez les chercher à l'aéroport, divertissez-les et offrez-leur la même hospitalité qu'ils vous ont offerte.

7. Récompensez votre représentant/distributeur

Vous devez accorder une marge bénéficiaire respectable à votre représentant ou distributeur local. Il ne prendra pas vos intérêts à coeur si vous prenez tous les bénéfices. Il est préférable de faire un peu moins de profit lors de la vente initiale afin d'établir une présence sur le marché et des relations à long terme avec votre associé local.

8. Soyez bien préparés

Utilisez toutes les sources de renseignements qui sont à la disposition des exportateurs canadiens.

9. Soyez prêts à consacrer beaucoup de temps

Prévoyez vous rendre dans la région au moins tous les trois ou quatre mois. Vous ne pouvez conclure des affaires par lettres ou télécopieur dans cette partie du monde. Les Indonésiens s'attendent à rencontrer leurs fournisseurs et ne signeront pas de contrat avant d'avoir fait votre connaissance. Vous devrez retourner en Indonésie au moins chaque trimestre dans le but d'entretenir vos relations.

Jeu-questionnaire sur l'Indonésie

- 1 Quel est le quatrième pays le plus peuplé du monde, avec plus de 186 millions d'habitants ?
- 2 Quel pays compte la plus forte population musulmane du monde ?
- 3 Quel est le premier pays en développement à lancer son propre satellite de télécommunications, de la série Palapa ?
- 4 Quel pays est le plus important fournisseur mondial de meubles en rotin et de contreplaqué de bois dur ?
- 5 Le Canada est-il au premier rang de tous les pays exportateurs de gaz naturel liquéfié (GNL) ? Sinon, quel pays occupe ce rang ?
- 6 Combien l'Indonésie prévoit-elle dépenser entre 1994-1995 et 1998-1999 pour améliorer les infrastructures de production d'énergie ? (a) 5 milliards \$ US (b) 20 milliards \$ US (c) 40 milliards \$ US.
- 7 Entre 1994-1995 et 1998-1999, combien l'Indonésie prévoit-elle installer de nouvelles lignes téléphoniques et à quel coût ?
- 8 Entre 1994-1995 et 1998-1999, combien l'Indonésie prévoit-elle dépenser (a) afin de moderniser ses infrastructures de transport ? (b) afin d'aménager les infrastructures sanitaires ?
- 9 De combien l'Indonésie accroîtra-t-elle sa puissance installée de centrales électriques au cours des 10 prochaines années ?

Réponses au jeu-questionnaire

1. Indonésie
2. Indonésie
3. Indonésie
4. Indonésie
5. Indonésie
6. 40 milliards \$ (a) 5 milliards \$ (b) 20 milliards \$ (c) 40 milliards \$
7. 9.22,637 MW
8. (a) 4,6 milliards \$ (b) \$13,9 milliards \$
9. 7,5 milliards \$

UNE RÉUSSITE ➔ BABCOCK AND WILCOX

Babcock et Wilcox, de l'Ontario, qui a mis sur pied en 1980 une coentreprise en Indonésie, est maintenant un fournisseur de générateurs de vapeur, de matériel de traitement et de services liés aux centrales thermiques pour les services publics et les marchés industriels.

«En mai 1993, nous avons décroché un contrat de 700 millions de dollars US pour trois chaudières à charbon de 600 mégawatts, dans le cadre de la phase trois du projet de développement de Suralaya, sur l'île de Java, a annoncé M. Pak Abdul Munif, président directeur général de Babcock et Wilcox d'Indonésie. Il s'agit du plus important contrat

d'exportation attribué à notre firme par PLN, une entreprise nationale de services publics.» La compagnie a livré quatre chaudières de 400 mégawatts chacune pendant les deux premières phases du projet, en 1980 et 1984.

PT Babcock et Wilcox d'Indonésie fabrique des chaudières sous licence selon des normes internationales, sur l'île de Batam, près de Singapour. Elle est également le plus important producteur mondial de générateurs qui servent à injecter de la vapeur dans les réserves pétrolières afin d'augmenter la récupération dans les puits indonésiens exploités depuis longtemps.

FAITS ET CHIFFRES :

● Indonésie ●

| | |
|--|---|
| Territoire : | Mois les plus froids : |
| Territoire étendu de 5,000 km; (plus large que le Canada et 13,000 îles) | janvier et février, 23°-29°C; 300 mm de pluie en moyenne. |
| Population : | Langue : |
| Total : 186 millions Jakarta : 8 millions Surabaya : 2 millions Bandung : 1,5 millions Medan : 1,7 millions (recensement de 1992) | Indonésien (Bahasa Indonésien), et plus de 250 dialectes différents. L'anglais a remplacé graduellement l'hollandais et est devenu la deuxième langue principale, tant au niveau gouverne- mental que parmi les gens d'affaires |
| Climat : | |
| Tropical Température à Jakarta : Mois les plus chauds: avril et mai, 24°-31°C | |



Cette carte est tirée de *Indonésie : Guide de l'exportateur canadien*, une des nombreuses et utiles publications sur le commerce publiée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Elle est disponible en communiquant avec InfoCentre (voir p. 12 pour une liste des publications et le moyens de se les procurer).

Activités 1994-1995 de promotion commerciale

Les activités prévues en 1994-1995 sont les suivantes :

- Délégation canadienne en Indonésie dans le domaine des technologies de l'environnement : 7 avril 1994;
- Conférence sur les possibilités d'affaire dans la Ceinture du Pacifique (rencontres avec les délégués commerciaux) - du 17 au 19 avril 1994, Toronto, hôtel Prince. Communiquer au : (416) 869-0541
- Réunions du Conseil d'affaires Canada-Indonésie, du 20 au 27 avril 1994, à Toronto, Montréal, Calgary, Vancouver. Communiquer avec M. Peter Dawes, tél. : (416) 366-8490, téléc. : (416) 947-1534
- Délégation indonésienne au Canada dans le secteur de l'électricité et de l'énergie : juin 1994;

- Stand d'information du Canada : foire commerciale sur les matériaux de construction en Indonésie, août 1994;
- Mines Asie-Pacifique 1994 : foire commerciale régionale et conférence technique sur l'exploitation minière, octobre 1994;
- Délégation canadienne en Indonésie dans le secteur de l'exploitation minière : janvier 1995.

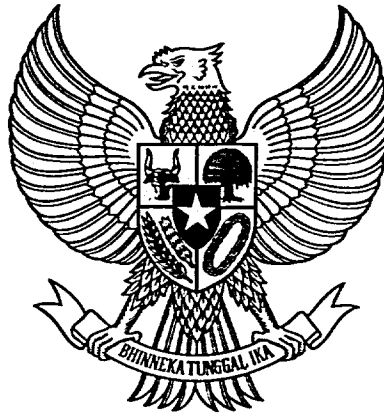
Pour de plus amples renseignements au sujet de ces activités, prière de communiquer avec M. George Jung, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires étrangères et Commerce extérieur Canada, Ottawa, tél. : (613) 992-0959 OU 996-7256, fax : (613) 996-1248 ou 996-4309.

LA CULTURE INDONÉSIENNE

Les Indonésiens se vantent d'être polis et raffinés.

Pour réussir dans ce marché, il est nécessaire de respecter les coutumes locales.

- La face est un concept important. Évitez si possible la confrontation et les manifestations de colère.
- L'harmonie importe beaucoup. Il ne faut pas s'attendre à se faire répondre «non» de manière catégorique, mais on doit essayer de comprendre ce qui est sous-entendu.
- Près de 90 p. 100 de la population est de religion musulmane. De nombreux bureaux ferment le vendredi après-midi pour les prières. Les musulmans ne mangent pas de porc et ne boivent pas d'alcool. Pendant le ramadan (en 1995, de la mi-février à la mi-mars), les musulmans jeûnent du lever jusqu'au coucher du soleil.
- Comme la main gauche est considérée sale, il est préférable de ne pas l'utiliser pour manger, donner ou recevoir des choses. Ne jamais pointer avec le pied ou montrer le dessous de ses pieds.
- Lorsqu'un repas ou une boisson est servi, attendez avant de manger que votre hôte vous y invite. Goûtez toujours à tous les plats qui sont servis.



Les armoiries de l'Indonésie

- Les Indonésiens ne sont pas pressés, soyez patients. Ils savent toutefois que les Canadiens sont ponctuels et s'attendent à ce que vous soyez à l'heure.
- Les affaires dépendent des bonnes relations. Attendez-vous à ce que l'on vous pose des questions personnelles et qu'au début, on ne parle pratiquement pas affaires. Il faut sans cesse entretenir les relations. Soyez prêts à assister à des réceptions le soir et les week-ends.

➤ La modestie est une qualité qu'apprécient les Indonésiens; évitez les méthodes de vente choc. Une présentation mesurée de votre technologie et de votre expérience devrait suffire.

- La gestuelle typique des Nord-Américains peut sembler agressive en Indonésie. Évitez de vous tenir debout avec les bras croisés ou de mettre vos mains sur les hanches.

Bien entendu, il y a toujours des exceptions à la règle. Bon nombre d'Indonésiens à des postes supérieurs ont étudié en Amérique du Nord ou en Europe. En outre, si vous croyez avoir commis un impair, excusez-vous tout simplement. Votre homologue indonésien appréciera sans doute le fait que vous avez reconnu votre erreur le premier.

UNE RÉUSSITE ➔ PT. INTERNATIONAL NICKEL D'INDONÉSIE (INCO)

Lorsque le géant minier canadien INCO a décidé, en 1968, de faire la prospection du nickel au Sulawesi, il s'agissait du plus ambitieux projet d'investissement canadien à l'étranger. La compagnie a construit une route de la côte au village de Soroako, habité à l'époque par 500 agriculteurs produisant le minimum vital. Il a investi environ 1,4 milliard de dollars canadiens pour la construction de villes, d'aqueducs, d'une station hydro-électrique, de deux aéroports, d'un port maritime et d'équipements pour le déchargement du pétrole, d'un oléoduc, d'écoles, d'hôpitaux, de cliniques et d'installations de traitement.

«À un moment donné, le projet occupait près de

10 000 Indonésiens et 1 000 travailleurs expatriés, affirme le président de PT INCO, M. Jim Guiry. Grâce aux transferts de technologie, il n'y a plus que 15 expatriés sur le chantier aujourd'hui. La PT International Nickel d'Indonésie est l'une des exploitations minières les plus importantes du monde. Avec la mine de Sudbury, elle produit 25 p. 100 du nickel mondial.»

La mine de Soroako devrait produire environ 100 millions de livres de mattes de nickel en 1994; elle pourra être exploitée pendant les 25 prochaines années. D'autres gisements pourraient permettre à la compagnie de poursuivre ses activités pendant 100 autres années.

LE CADRE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES

Règlement des différends

On conseille aux sociétés canadiennes de faire enquête sur la situation financière des clients éventuels avant de conclure une transaction comprenant des facilités de crédit. Il n'existe aucune agence de recouvrement des créances en Indonésie et les recours judiciaires sont inefficaces et prennent beaucoup de temps. La meilleure solution en cas de différend est de négocier un règlement avec l'aide d'un avocat.

Publicité et étude de marché

Le pouvoir d'achat en Indonésie se concentre surtout à Djakarta et en Java occidentale. Par conséquent, les exportateurs de produits de consommation devraient orienter leur publicité vers ces marchés.

Il est possible d'annoncer dans n'importe quel des huit quotidiens de Djakarta, dont trois (*The Jakarta Post*, *The Indonesia Times* et *The Indonesian Observer*) sont publiés en anglais. Les annonces diffusées à la radio et à la télévision sont en bahasa Indonesia. Un certain nombre de périodiques et de publications spécialisées permettent d'atteindre une clientèle variée.

Selon la réglementation locale, le matériel promotionnel publié en langue indonésienne doit être préparé en Indonésie. On peut obtenir de la Section commerciale de notre ambassade les adresses des entreprises spécialisées dans la traduction de matériel publicitaire.

On peut retenir les services des sociétés membres de l'Association indonésienne des experts-conseils afin d'obtenir des études de marché et des conseils. Il est difficile de réaliser des études de marché en Indonésie, car les statistiques sur la production, la consommation et les

importations ne sont pas facilement disponibles. Comme les sources ne sont pas très fiables, les résultats peuvent être discutables.

La propriété intellectuelle

L'Indonésie a signé la Convention internationale pour la protection de la propriété industrielle.

Une nouvelle loi indonésienne sur les brevets est entrée en vigueur en 1991. En théorie, elle accorde une meilleure protection aux fabricants, aux titulaires de droits de propriété et aux multinationales. Ces modifications visent particulièrement les logiciels, mais le piratage par les détaillants de logiciels est encore chose courante. Le gouvernement entend continuer d'accroître la protection législative de la propriété intellectuelle. Il est recommandé aux fabricants et aux exportateurs de consulter un agent indonésien de brevets et de marques de commerce.

Pour ce qui est des demandes de brevet, on peut se renseigner à l'adresse suivante : Directeur, Brevets et droit d'auteur, Ministère de la

Justice, Jalan Daan Mogot KM 23, Tangerang, Indonésie. Tél. : (62-21) 924-995

Règles sur l'importation

Les entreprises indonésiennes peuvent se procurer des devises étrangères; toutefois, il faut détenir une licence d'importation pour faire entrer la plupart des marchandises. Le train de mesures présenté en octobre 1993, en particulier, a ouvert la voie à l'élimination des restrictions relatives à l'importation.

Banques et financement

Le système bancaire est régi par la Banque d'Indonésie. On peut obtenir des services bancaires à Djakarta dans les banques commerciales appartenant à l'État et de nombreuses banques nationales privées, appartenant surtout à des intérêts américains, européens et japonais. À l'heure actuelle, il n'y a aucune banque canadienne en Indonésie. Cependant, six grandes banques canadiennes comptent des bureaux dans le pays voisin, à Singapour.

Transports : 13 000 îles (suite de la page IV)

Comme le territoire de l'Indonésie est formé par un vaste archipel, plusieurs moyens de transport sont nécessaires.

Bien que le transport maritime entre les îles demeure important, puisque 88 p. 100 de la population vit sur 66 p. 100 du territoire (Java, Bali, Sumatra et Nusa Tenggara), le transport routier est le principal mode de transport assurant 53 p. 100 du transport des marchandises sur moyennes et longues distances et 88 p. 100 du

transport de voyageurs; il attirait en 1992 80 p. 100 des investissements dans le secteur.

On estime qu'il faudra investir 46,8 milliards de dollars US en vue de la construction des installations destinées au transport routier, maritime et aérien.

Il y a plusieurs projets dans le domaine de la construction de ports, d'aéroports, de routes à péage et de chemins de fer qui pourraient intéresser les entreprises canadiennes.

○ Où obtenir de l'aide ? ○

Principaux numéros utiles au Canada

Ambassade d'Indonésie
287, rue Maclaren
Ottawa (Ontario)
K2P 0I9
Tél. : (613) 236 7403
Fax : (613) 232-0635

Vancouver (C.-B.)
Tél. : (604) 682-8855
Fax : (604) 662-8396

Edmonton (Alta.)
Tél. : (403) 430-8742
Fax : (403) 988-9768

Toronto (Ontario)
Tél. : (416) 591-6461
Fax : (416) 591-6613

Direction de l'expansion
du commerce en Asie et
dans le Pacifique Sud
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Tél. : (613) 996-7256 ou
(613) 992-0959
Fax : (613) 996-4309 ou
996-1248

Conseil d'affaires
Canada-Indonésie
Toronto (Ontario) M5A 1N1
Fax : (416) 947-1534

Principaux numéros utiles en Indonésie

Ambassade du Canada
Fax : (62-21) 571-2251

Conseiller en investissements
au Canada
Fax : (62-21) 520-2048

La Banque mondiale
Tél. : (62-21) 520-7316

Banque asiatique de
développement
Fax : (62-21) 570-4292

Association des gens d'affaires
canadiens
Fax : (62-21) 525-7590

Conseil d'affaires
Indonésie-Canada
Fax : (62-21) 390-8863

Pertamina (Indonesian State Oil Co.)
Fax : (62-21) 381-5273

BAPPENAS
(Conseil de planification national)
Fax : (62-21) 310-5374

BULOG
(Organisme national de logistique)
Fax : (62-21) 830-2533/34

Chambre de Commerce et de
l'Industrie de l'Indonésie (KADIN)
Fax : (62-21) 315-0241

BPPT (Organisme d'évaluation et
d'application de la technologie)
Fax : (62-21) 328-169

Ministère des Forêts
Fax : (62-21) 573-1858

Ministère des Communications
Tél. : (62-21) 345-1657

Ministère de la Santé
Fax : (62-21) 520-1591

Ministère du Tourisme, des
Postes, et des
Télécommunications
Fax : (62-21) 375-049

Ministère du Commerce
Fax : (62-21) 374-361

Ministère de l'Agriculture
Fax : (62-21) 780-4237

Ministère de l'Industrie
Fax : (62-21) 520-1606

Ministère des Mines et de l'Énergie
Tél. : (62-21) 384-7461

Ministère des Travaux publics
Fax : (62-21) 739-0769

Ministère de la Défense et de la
Sécurité
Fax : (62-21) 384-0046

Ministère des Finances
Fax : (62-21) 374-530 or 372-758

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS . . .

- Indonésie : Guide de l'exportateur canadien, 1992 - renseignements de base pour les voyages

Les publications suivant sont disponible seulement en anglais

Généralités

- Business Guide to ASEAN, 1992 : le meilleur guide général pour l'ANASE
- Survey of Economic Relations, 1992 - renseignements sur l'aide et la politique
- Energy and Power Generation in Indonesia, 1993.
- Transportation : Rail, Airports and Roads in Indonesia, 1993.
- Environmental Technologies and Services in Indonesia, 1993.
- Advanced Technologies : Geomatics, Aerospace, and Remote Sensing in Indonesia.
- Educational, Health and Medical Equipment and Services in Indonesia, 1993.
- Information Technologies : Telecommunications and Software in Indonesia, 1993.
- The Oil and Gas Sector in Indonesia, 1992.
- Republic of Indonesia Tendering Procedures.
- The Selection and Support of Indonesian Agents and Distributors, 1991, 18 p.

Autres brochures disponibles

- Agricultural and Food Products - Indonesia
- Chemicals and Plastics - Indonesia
- Electrical Equipment - Indonesia, ambassade du Canada, Djakarta
- Forest Products - Indonesia
- Pulp and Paper - Indonesia

Joindre votre carte d'affaire et télécopier à l'ambassade du Canada, à Djakarta : (011-62-21) 571-2251; ou au ministère des Affaires étrangères et Commerce international à Ottawa : (613) 996-1248/4309.



OCCASIONS D'AFFAIRES

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

ARABIE SAOUDITE — Une société industrielle bien en vue, recherche des **ressources techniques canadiennes pour la fabrication de chaussures et de tout type de papier ménager**. Communiquer avec Ahmed Y. Al-Hassan Bros. Company, P.O. Box 46, Hofuf, Al-Ahsa 31982, Arabie Saoudite. Tél. : (966-3) 582-8233. Fax : (966-3) 587-6666.

VENEZUELA — Un négociant en produits chimiques, spécialisé dans les **silicones, les uréthanes, les enduits et les produits de raffinerie de pétrole**, aimerait représenter des **fabricants canadiens de ces produits**. Communiquer avec Ricardo Urbina, Quimica Interna-cional Imex, S.R.L., avenue Romulos Gallegos, Edif. Park Avenue, Piso 12, Ofic. 127, Caracas 1070-A, Venezuela. Tél./fax : (582) 238-5963.

WASHINGTON — Un revendeur de produits modifiés recherche des sociétés canadiennes de logiciels intéressées à distribuer leurs produits ou services aux États-Unis. L'entreprise se spécialise dans les **outils de développement et de gestion de réseaux** destinés aux 250 premières sociétés du magazine *Fortune* et au gouvernement fédéral. Nombreux bureaux de vente dans les États-Unis et plus de 100 consultants pour mettre au point des applications client/serveur. Communiquer avec M. M. Ellenbogan, à l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

Des séminaires offerts par la Banque asiatique

La Banque asiatique de développement (BAD) dispose d'un budget annuel de 5 milliards de dollars pour financer des contrats en Asie... pour lesquels les Canadiens sont en droit de soumissionner! Le Canada n'a pas été aussi actif que bien d'autres pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) pour obtenir ces marchés. Dommage, car le Canada risque de perdre du terrain devant ses compétiteurs sur ces marchés en rapide expansion. Afin de corriger cette anomalie, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a pris des dispositions pour que la BAD présente des séminaires au mois de mai dans le but de fournir de l'information pratique et des avis éclairés sur la façon de préparer une bonne soumission pour les contrats financés par des prêts ou administrés dans le cadre du Programme d'assistance technique de la BAD.

Les conférenciers seront des spécialistes de la BAD, chargés de tous les aspects des soumissions.

Ces séances, organisées par secteur et fournissant de l'information pratique, devraient intéresser les entreprises d'experts-conseils, d'exécution de contrats et de fabrication dans les domaines de l'agriculture, des forêts, des transports, de la santé, des communications, de l'énergie et de l'environnement. Les lignes directrices pour les appels d'offres de la BAD sont très précises, de sorte que tous les soumissionnaires jouissent de chances égales dans un processus juste et équitable. Pour réussir, les entreprises canadiennes doivent comprendre les règles du jeu; c'est pourquoi leur participation au séminaire peut être déterminante. Des séances d'une journée auront lieu entre le 12 et le 24 mai 1994 à Vancouver, à Edmonton, à Toronto, à Montréal et à Halifax. Du temps est prévu pour des entrevues individuelles. Communiquez avec votre Centre du commerce international local ou avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud du MAECI à Ottawa. Tél. : (613) 995-7659.

Conférence commerciale en Caroline

Greenville, Caroline du Sud — 3 et 4 mai 1994 — Les sociétés canadiennes ont l'occasion d'établir des liens commerciaux ou d'accroître leurs ventes en Caroline du Sud.

La première démarche consiste à participer à la deuxième édition de la **Canada - South Carolina Trade and Investment Conference**, parrainée par la Canadian American Society of South Carolina (CASSC).

Cette conférence sur les coentreprises entre sociétés canadiennes et de Caroline du Sud se tient parallèlement avec la plus importante foire commerciale de l'État, **Automated Manufacturing '94 (AM '94)**, où le Canada aura un stand animé par le consulat général du Canada à Atlanta. **AM '94** devrait attirer 11 000 visiteurs.

Les secteurs qui génèrent le plus d'échanges commerciaux entre le Canada et la Caroline du Sud, notamment la protection de l'environnement, y occuperont une place de choix. Il s'agit, en ordre décroissant, des machines et du matériel industriels, de l'électronique et des dispositifs électriques, des produits chimiques et connexes, des textiles, du matériel de transport, du caoutchouc et produits connexes, du papier et dérivés, de l'usinage du métal et des vêtements.

Pour renseignements sur **AM '94** et la **CASSC Trade Conference**, communiquer avec la Canadian American Society of South Carolina, S.C. State Board for Technical Education, 111 Executive Center Drive, Columbia, Caroline du Sud 29210. Tél. : (803) 737-9348. Fax : (803) 737-9343.

Le GG dirige une délégation commerciale à Hong Kong et en Chine

Hong Kong/Guangshou — Voici comment tirer parti des marchés dynamiques de Hong Kong et de la République populaire de Chine.

Il suffit de participer à la **Semaine du commerce et de l'investissement Canada-Hong Kong-Chine, «Profiting from Partnership»**, qui aura lieu ici du 2 au 6 mai 1994. Ce colloque-tournée d'étude, portant sur les marchés les plus importants du monde, soit la Chine et Hong Kong dont le taux de croissance économique s'élève à 12 p. 100, comprendra des ateliers sur des secteurs particuliers, des rencontres personnelles avec des partenaires commerciaux potentiels et des visites industrielles. Les thèmes abordés au colloque et dans les ateliers sont les suivants : synergies d'entreprises - Hong Kong et Chine; les affaires avec la Chine; les stratégies de la réussite en Chine; tables rondes sectorielles. La Semaine du commerce et de l'investissement, qui sera présidée par le gouverneur général Ramon Hnatyshyn, accompagné du ministre de l'agriculture Ralph Goodale, est organisée par la Chambre de commerce du Canada à Hong Kong, en collaboration avec le Commissariat du Canada de Hong Kong et le MAECI. Pour obtenir des détails complets — les places sont limitées et s'envolent rapidement —, communiquer avec Hong Kong par fax au (852) 525-5196 ou par téléphone au (852) 868-0722.

Plan d'action Canada-Japon *Suite de la page 1*

vinciaux selon les besoins de chaque secteur. Ces groupes n'agissent pas à titre «consultatif». L'idée est de mettre à contribution les synergies d'une «équipe Canada» pour tenter de pénétrer le marché japonais. Les gouvernements sont disposés à appuyer les activités susceptibles de mettre l'industrie en position d'exporter, de même qu'à fournir une meilleure information stratégique et commerciale. Ils sont en mesure d'aider à l'adaptation des produits, à l'acquisition de technologies, à la recherche de partenaires ou à l'établissement de la présence de l'industrie sur le marché - selon une formule de collaboration, de partenariat et de partage des coûts.

L'objectif est de dresser, sous la direction des entreprises, des plans d'action stratégiques sectoriels visant à adapter les produits canadiens à l'évolution des besoins du marché japonais.

Quelque 75 manifestations ont eu lieu en 1993, depuis des séminaires sur les produits de construction, organisés un peu partout au Canada, jusqu'à des campagnes de promotion des produits de la pêche lancées au Japon. Le calendrier que dressent actuellement les groupes de direction de l'industrie pour 1994 est tout aussi ambitieux. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a produit un rapport de situation sur le PLAN D'ACTION DU CANADA POUR LE JAPON, qu'on peut se procurer à InfoCentre. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Si votre entreprise exerce ses activités dans l'un des secteurs prioritaires, procurez-vous un exemplaire de ce document et communiquez avec le groupe

industriel concerné. Celui-ci recherche de nouveaux participants pour son équipe.

Ne manquez pas de lire dans les prochains numéros de *CanadaExport* les mises à jour, secteur par secteur, du PLAN D'ACTION.

BCNet *(Suite de la page 2)*

procure une grande satisfaction. Nous avons écouté nos membres, qui disent avoir besoin d'informations sur le marché et sur le monde des affaires qui soient opportunes et portent sur des entreprises en particulier. BCNet répond à ces besoins.»

On peut obtenir des renseignements sur BCNet au siège social de la Chambre de commerce du Canada à Ottawa (téléphone : 613-238-4000) ou auprès des Centres du commerce international en Ontario, au Québec, en Nouvelle-Écosse et en Colombie-Britannique.

Grâce à BCNet, les entreprises ont maintenant à leur disposition un puissant instrument qui leur permettra d'étendre la gamme de leurs activités au delà des frontières du Canada.

Nouvelle adresse

La Section commerciale de l'ambassade du Canada à Budapest se trouve désormais à Kiralyhago Ter 8/9, H-1126, Budapest, Hongrie. Tél. : 156-1251. Fax : 155-8650. Téléx : 22-4588. Les heures d'ouverture sont de 8 h à 16 h et le service téléphonique est offert de 8 h à 17 h.

InfoCentre

InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoCentre au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parens)

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



UCS
A1
A
16f
. 12
pr 15,
994
opy 2

CANAD EXPORT

Vol. 12 N°7

APR 20 1994

15 avril 1994

1994-1995

RETURN TO THE LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

LE PLAN DE PROMOTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le Plan de promotion du commerce extérieur du Canada recense les possibilités et défis internationaux qui se présentent à l'industrie canadienne et expose le plan d'action du gouvernement pour améliorer notre performance

commerciale à l'étranger. Il résulte de consultations approfondies au sein de l'administration fédérale et avec le secteur privé.

Afrique du Sud : Perspectives commerciales

L'opinion générale s'interroge sur ce que produira en Afrique du Sud le premier scrutin démocratique libéré de toute contrainte raciale, qui se tiendra à la fin avril. Les nouveaux élus resteront-ils fidèles aux politiques passées ou faut-il s'attendre à des changements radicaux? Que doivent prévoir les gens d'affaires canadiens au chapitre de l'investissement et du commerce? Nous n'avons pas encore toutes les réponses, mais pouvons du moins relater certains faits saillants de la récente visite de notre ministre, l'honorable Roy MacLaren, et décrire quelques-unes des activités qu'entreprendra bientôt le ministère pour aider l'industrie canadienne.

dans ce pays. Il était accompagné de dirigeants d'entreprises et de banques canadiennes, de M. Richard Allen, ministre d'État ontarien chargé du développement économique et de la promotion du commerce et du président de la section canadienne de la *Black Business Professional Association*.

Au cours de sa visite, le ministre MacLaren a pu converser avec des hauts fonctionnaires ainsi qu'avec des représentants importants du Congrès national africain; il a notamment rencontré le président F.W. De Klerk, ainsi que des membres influents de la communauté sud-africaine des affaires. À son retour, M. MacLaren a souligné le succès de la délégation commerciale, ajoutant que les débouchés sud-africains étaient sources d'un enthousiasme croissant, que les commandes reçues étaient bien

(Voir page 2 — Perspectives)

Le Plan de cette année comprend un Aperçu stratégique esquissant la grande stratégie de promotion commerciale du gouvernement fédéral, ainsi qu'une série de stratégies sectorielles accompagnées de listes d'activités mentionnant les grandes ini-

Accès Amérique du Nord

Supplément pp. I-IV

tatives internationales à entreprendre avec l'industrie canadienne pour appuyer la promotion du commerce international.

Pour recevoir les documents qui vous intéressent, indiquez votre choix sur la liste suivante, inscrivez votre adresse dans la case ci-dessous et retournez le formulaire à INFOEX par télécopieur au numéro (613) 996-9709, ou par courrier au 125 promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2.

(Voir page 2 — Le plan)

Mandat élargi, nouveau nom

Suite au récent changement de nom du ministère pour celui d'Affaires étrangères et Commerce international (MAECI), le nom *InfoEx* est devenu désuet. Le Centre se nomme maintenant *InfoCentre*.

Ce changement de nom convient d'autant plus que le Centre a un mandat élargi. Celui-ci inclut maintenant la responsabilité de répondre aux deman-

des de renseignements généraux, en plus d'être un service de consultation, de distribution de publications et de référence pour le public, pour les questions ayant trait à la fois au commerce international et à la politique étrangère du Canada.

On peut communiquer avec l'InfoCentre au numéro 1-800-267-8376, (à Ottawa, 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---|-----|
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| FOIRES COMMERCIALES, DE BEIJING À BOGOTA | 4-6 |
| SERVICE D'INFORMATION 24H | 6 |
| PUBLICATIONS | 7-8 |
| AU CALENDRIER | 8 |

Le plan *(Suite de la page 1)*

- APERÇU STRATÉGIQUE
- Technologie de fabrication de pointe
- Aéronautique
- Produits agro-alimentaires
- Arts et Culture
- Transport routier
- Biotechnologie
- Services commerciaux et professionnels
- Produits chimiques et plastiques
- Produits et pétrochimiques
- Plastiques et polymères
- Biens de consommation
- Habillement
- Meubles de bureau et meubles divers
- Chaussure
- Quincaillerie et articles ménagers
- Meubles de maison
- Articles de sport (y compris les embarcations de plaisance)
- Textile
- Matériel de défense
- Électronique : militaire, maritime et aviation
- Systèmes de défense maritime et terrestre
- Matériel électrique et biens d'équipement
- Matériel électrique
- Exploitation du pétrole et du gaz
- Environnement
- Poissons et fruits de mer
- Industrie forestière
- Technologie industrielle
- Technologie, machines et matériel agricoles
- Exploitation minière - Exploitation forestière - Pâtes et papiers

FAIRE PARVENIR L'INFORMATION À :

Nom :

Compagnie :

Adresse :

Code postal :

- Technologie et équipement océanographiques marines
- Technologie de l'information
- Produits médicaux et de santé
- Minéraux, métaux, matériaux industriels de pointe et matériaux de construction
- Minéraux et métaux
- Matériaux industriel de pointe
- Matériaux de construction
- Industrie spatiale
- Tourisme
- Transport urbain et ferroviaire

Perspectives commerciales *(Suite de la page 1)*

supérieures en nombre aux prévisions et qu'il était persuadé de l'excellent potentiel futur des biens et services canadiens en Afrique du Sud.

M. MacLaren a célébré le retour à la normale des relations commerciales canado-sud-africaines en procédant à l'inauguration officielle d'un nouveau bureau commercial canadien à Johannesburg. Il a annoncé entre autres l'ouverture définitive, par la Société pour l'expansion des exportations, d'une ligne de crédit de 100 millions de dollars destinée à favoriser l'achat de produits et services canadiens, la création d'une coentreprise par Newbridge Microsystems et un important consortium sud-africain du secteur de

l'électronique, l'obtention, par SR Telecom, d'un considérable marché de Telkom SA pour la fourniture de matériel de télécommunications, la vente de douze véhicules de Western Star Trucks à une grande société de transport locale et la poursuite des pourparlers entre Bombardier (avions régionaux) et une entreprise sud-africaine au sujet de la vente de douze appareils Dash 8.

L'économie sud-africaine a été beaucoup plus productive en 1994 que l'année précédente; malgré le climat politique incertain, il y règne un optimisme qui se répand aussi bien chez les intervenants intérieurs que dans les milieux étrangers. Les délégations commerciales s'y succèdent d'ailleurs avec la plus grande régularité.

Ayant levé ses sanctions économiques, le gouvernement canadien s'attachera désormais à nouer des relations fructueuses avec la «nouvelle» Afrique du Sud. Le soutien de nos gens d'affaires l'aidera à y parvenir. C'est pourquoi il compte promouvoir encore auprès d'eux une meilleure connaissance du marché sud-africain, sans laquelle il sera impossible de repérer les occasions d'affaires et de se créer des relations

(Voir page 4 — Foires)

CANADÉXPURT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
 Rédacteur : Don Wight
 Mise en page : Don Wight
 Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
 Fax : (613) 992-5791
 Tirage : 38 500 exemplaires.

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 en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CANADÉXPURT.

CANADÉXPURT 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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPURT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CHINE (République populaire de) — Une usine de Qingdao est intéressée à un projet de coentreprise avec des fabricants canadiens de produits électriques et mécaniques. Cette société offre une usine couverte (jusqu'à 3 000 mètres carrés) et des locaux à bureau (jusqu'à 1 300 mètres carrés), ainsi que deux systèmes de montage de trois tonnes. Communiquer avec Joanna Siu, Sahari Trading Ltd., Suite 101, 416 Sixth Street, New Westminster, (C.-B.) V3L 3B2. Fax : (604) 521-4007/540-2689.

EUROPE DE L'EST — Une société bulgare, qui distribue des boissons alcoolisées de fabrication canadienne dans toute la Bulgarie, avec bureaux à Montréal et au Liban, voudrait importer des produits alimentaires et des technologies connexes en vue de leur distribution en Europe de l'Est. S'adresser, au Canada, à Loris Bedrossian, Softrade Ltd., 3426 rue Saint-Antoine ouest, Montréal H4C 1A8. Tél. : (514) 938-4723. Fax : (514) 938-4799.

HONG KONG — Une entreprise locale cherche un fournisseur, sur une longue période, de polyéthylène basse densité et de polyéthylène haute densité hors catégorie (deux conteneurs par mois). Communiquer avec C.Y. Hung, directeur, Sahari Trading Ltd., Suite 101, 416 Sixth Street, New Westminster, (C.-B.) V3L 3B2. Tél. : (604) 521-7008. Fax : (604) 521-4007.

INDE — Une filiale de Bolar Bolar & Associates Inc. Canada, dont le siège se trouve à Bangalore, recherche des sociétés canadiennes intéressées à des coentreprises, des transferts de tech-

nologie, des ventes et des agents de distribution en Inde. Communiquer avec M. Bolar, Bolar Bolar & Associates Inc., 706, Clearcrest Crescent, Orléans (Ontario) K4A 3E6. Tél. : (613) 834-2956. Fax : (613) 834-3642.

LIBAN/SYRIE — Une société locale aimerait importer des articles de tout genre que l'on trouve dans les boutiques de cadeaux : papeterie, articles de maroquinerie, cadres de photo, appareils-photo, nouveautés, montres, produits de beauté, etc. Communiquer avec Arthur K., Hart Trading Co., P.O. Box 16-6386, Ashrafieh, Beyrouth, Liban. Tél. : 961-1-398438. Fax : 961-1-602801.

ARABIE SAOUDITE — Une importante société saoudienne cherche à établir une coentreprise pour la fourniture d'équipement et de machinerie et pour l'installation d'une usine de tissu non tissé. Prière de communiquer avec Al-Othame for Trading, P.O. Box 42814, Riyad 11551, Arabie saoudite. Tél. : (966-1) 477-0432. Fax : (966-1) 476-5157.

Un appel d'offre

À ne pas mettre sur la glace!

La société Cannon Program Management de Grand Island (État de New York) a été mandatée par les Sabres de Buffalo, de la LNH, pour la construction d'un stade de hockey polyvalent de 19 250 sièges. La réalisation de ce projet de 110 millions de dollars US devrait s'amorcer au printemps et s'achever à la fin de 1995 ou au début de 1996.

Les fournisseurs canadiens pourraient y trouver des débouchés dans les domaines suivants : les sièges (5,5 millions de dollars), les systèmes

ARABIE SAOUDITE — Une importante entreprise agricole saoudienne est à la recherche de fournisseurs de matériel et de spécialistes de la gestion des provendes intéressés à la formation d'une coentreprise. Communiquer avec M. Turki Faisal Al-Rasheed, président, Golden Grass Inc., P.O. Box 21570, Riyad 11485, Arabie saoudite. Tél. : (966) (1) 478-3024. Fax : (966) (1) 478-4630.

ESPAGNE — Des accessoires d'automobiles sont recherchés par Darryl Martyn Access Imports, Apartado 47, Savatierra (Alva), Espagne. Fax : 34-4-531-2354.

VENEZUELA — Une entreprise bien établie de Caracas est disposée à présenter des entreprises canadiennes oeuvrant dans le domaine de la protection de l'environnement (applicable aux secteurs du pétrole et du gaz seulement). Communiquer avec Debarr, C.A. Av. Universidad, Misericordia a Monroy, Ed. Monroy, Piso 1, Caracas 1010A, Venezuela. Tél. : 582-577-3741/576-3834. Fax : 582-576-4792.

frigorifiques et de fabrication de la glace (3,5 millions), le tableau indicateur (3 millions) et le matériel connexe. Les contrats seront accordés par négociation directe. Cannon suggère aux entrepreneurs et aux fournisseurs intéressés de s'inscrire auprès de Richard DeJean, bureau de l'entrepreneur principal Huber, Hunt & Nichols, Indianapolis. Tél. : (317) 241-6301. Seules les offres des fournisseurs spécialisés dans l'aménagement d'installations sportives seront examinées.

Foires commerciales en Afrique du Sud (Suite de la page 2)

parmi les intervenants locaux.

Les événements suivants, prévus pour l'année qui vient, seront probablement dignes d'intérêt.

Mai 1994 — L'Association des exportateurs canadiens prendra la tête d'une délégation de représentants d'entreprises canadiennes désireuses de recruter des franchisés sud-africains. La personne-ressource, auprès de l'AEC, est Larry Duffield [tél. : (613) 238-8888, fax : (613) 963-9218].

23-28 août 1994 — INTERBOU 1994 : cette quatorzième foire internationale sud-africaine du bâtiment se tiendra à Johannesburg.

19-23 sept. 1994 — ELECTRA MINING 1994 : il s'agit de la onzième foire internationale sud-africaine de l'exploitation minière, du génie électrique, de l'industrie et de la manutention. Elle se tiendra à Johannesburg.

11-15 oct. 1994 — PACKPROCESS 1994 : huitième foire internationale de l'emballage;

PRINTEXPO 1994 : sixième foire internationale de l'imprimerie;

FOODPRO 1994 : quatrième foire internationale de l'agro-alimentaire.

Les entreprises qui désirent participer à l'une ou l'autre de ces cinq foires sont priées de s'inscrire auprès de la société UNILINK, d'Agincourt (Ontario), qui représente le Canada pour les fins des foires spécialisées tenues à Johannesburg. Pour obtenir plus de précisions, veuillez communiquer avec Lori-Anne Larkin [tél. : (416) 291-6359, fax : (416) 291-0025].

1^{er} au 5 nov. 1994 — SAITEX 1994 : il s'agit de la foire sud-africaine du commerce international, à laquelle participent de nombreuses entreprises de secteurs et de pays différents. On peut obtenir de plus amples renseignements auprès des délégués commerciaux de l'ambassade du Canada à Johannesburg (fax : 011-27-11-442-3325).

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international compte participer aux foires ELECTRA

MINING, PACKPROCESS, PRINT-EXPO et FOODPRO (ces trois dernières étant réunies en un seul événement), ainsi qu'à SAITEX; il y tiendra un stand d'information sur les capacités des entreprises canadiennes. Le ministère organisera également, plus tard dans l'année, une visite au Canada de représentants d'intervenants sud-africains du

secteur des télécommunications et de la technologie avancée. Communiquer avec l'InfoCentre (tél. : 1-800-267-8376 ou, pour Ottawa, 944-4000). Pour événements ou débouchés particuliers, s'adresser à la Direction de l'expansion du commerce avec l'Afrique et le Moyen-Orient [fax : (613) 944-7437, tél. : (613) 944-6589].

L'Afrique et les télécommunications

Le Caire - Africa Telecom 94, du 25 au 29 avril, attirera des participants de haut niveau et offrira une occasion unique pour le Canada d'exhiber son matériel de fine pointe et ses services spécialisés.

Commanditée par l'Union internationale des télécommunications, **Africa Telecom 94** se penchera en particulier sur les besoins variés du Moyen-Orient : des États, grands et petits, des villes ainsi que des régions désertiques et des régions rurales reculées.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada y seront tous deux.

Le stand du Canada, n° 3010, sera situé dans le Hall n° 3.

Les participants canadiens et les visiteurs commerciaux auront accès aux installations et services suivants : kiosque d'information doté d'experts canadiens chevronnés, salons pour des rencontres particulières et distribution de documents et brochures institutionnelles, relations publiques et visibilité; ils auront en outre l'occasion d'organiser des visites ciblées des dignitaires et des représentants de pays étrangers.

Communiquer avec Maurice Bernier, MAECI. Tél. : (613) 944-0396. Fax : (613) 944-7437.

En Chine

Des foires dans divers domaines

Un représentant et organisateur de foires commerciales de Vancouver propose les expositions suivantes qui se tiendront en République populaire de Chine et qui pourraient intéresser les entreprises canadiennes :

• **Foire internationale de Beijing sur le matériel et la technologie des céramiques** — Du 22 au 26 juin 1994. Cette foire bisannuelle a attiré en 1992

41 200 visiteurs. Les acheteurs chinois y ont signé des contrats totalisant 25 100 000 \$ US.

• **Foire internationale de Beijing sur la sécurité et la lutte contre les**

incendies — Du 1^{er} au 4 juillet 1994. On peut y faire la promotion des dispositifs de protection et de lutte contre les incendies, ainsi que du matériel de sécurité et de survie.

• **Salon chinois de la câblodistribution 1994** — Du 8 au 12 août 1994. Il s'agit de la deuxième foire officielle sur la câblodistribution sous l'égide du ministère chinois responsable de ce secteur.

Pour renseignements, communiquer avec Mitra Kiamanesh, Globe Tech Management, 3650 Westbrook Mall, Vancouver V6S 2L2. Tél. : (604) 222-4448. Fax : (604) 222-1222.

En Californie, le secteur des marchés publics offre beaucoup de potentiel

Los Angeles et San Francisco — Les sociétés canadiennes auront l'occasion de découvrir le marché des produits et des services de l'État de Californie, évalué à plusieurs milliards de dollars, et peut-être de s'en accaparer une part.

Tout ce qu'elles ont à faire, c'est de participer à la **délégation sur les marchés publics** organisée par le consulat général du Canada à Los Angeles, du 16 au 20 mai 1994.

La Californie présente de nombreuses occasions d'affaires pour les entreprises canadiennes qui offrent des produits et des services concurrentiels et qui sont prêtes à consacrer le temps et les efforts nécessaires pour prospecter ce marché.

Dans le cadre des séances d'information et des tables rondes auxquelles participeront des responsables des

achats, la délégation fera découvrir aux entreprises de technologie de l'information les marchés publics en Californie, c'est-à-dire les achats de produits et de services par les administrations locales et l'État de Californie.

Le nombre de participants est limité. Premier arrivé, premier servi!

Pour se procurer une formule de demande, faites parvenir un profil de votre entreprise et de vos produits à Jeff Gray, agent commercial, Section commerciale, consulat général du Canada, 300 S. Grand Avenue, 10th Floor, Los Angeles CA 90071. Tél. : (213) 346-2752. Fax : (213) 620-8827.

Pour de plus amples renseignements sur la délégation, veuillez contacter Jeff Gray aux numéros ci-dessus, ou Mark J. Ritchie au (415) 543-2550, poste 25.

Une foire multidisciplinaire à Bogota

Bogota — Les sociétés qui essayent de s'implanter sur les nouveaux marchés colombiens en auront la possibilité en participant à la **Foire internationale de Bogota**, qui aura lieu du 14 au 24 juillet 1994.

Le Canada aura un pavillon, le plus grand jamais organisé, à ce qui est considéré comme la plus importante foire commerciale de la Colombie.

Cette foire de type «horizontal» sera consacrée principalement aux biens de consommation, au matériel de communication, à l'outillage industriel et à l'équipement lourd pour les secteurs des mines, du bâtiment et de l'emballage.

Alors que la participation à la foire peut ouvrir les portes de la Colombie, ce salon peut aussi servir de tremplin pour accéder aux marchés voisins comme ceux du Venezuela, de l'Équateur et du Panama.

Plus de 25 pays, dont les susmentionnés, enverront à ce salon des délégations et des missions commerciales et

auront des pavillons ou des stands, permettant ainsi aux participants d'avoir un accès encore plus large à des marchés potentiels, car cette foire va attirer plus de 300 000 visiteurs. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), organisateur du pavillon canadien, a annoncé qu'en 1992, les exportations du Canada vers la Colombie, qui se sont élevées à 250 000 millions de dollars, ont enregistré une hausse de 67 p. 100, faisant de ce pays notre quatrième marché d'exportation en Amérique latine quant à l'importance.

On s'attend à ce que le pavillon se remplisse rapidement, aussi les personnes intéressées qui désirent de plus amples renseignements devraient communiquer avec Stéphane Charbonneau, MAECI, Ottawa (tél. : 613-996-5548; fax : 613-943-8806), ou avec John Gartke, à l'ambassade du Canada, Santa Fé de Bogota (tél. : 011-57-1-217-5555, fax : 011-57-1-310-4509).

Montréal accueille la conférence NABO

Montréal — La première **conférence annuelle sur les perspectives d'affaires en Amérique du Nord (NABO)** se tiendra à Montréal du 3 au 6 mai 1994 et portera, entre autres sujets, sur les occasions d'affaires, le commerce et les investissements au Canada, aux États-Unis et au Mexique.

Des séminaires fourniront tous les renseignements nécessaires aux participants afin de faciliter l'entrée et d'assurer le succès de leurs initiatives commerciales dans les pays partenaires.

Des spécialistes du secteur privé présenteront des exposés sur divers sujets, dont les pratiques bancaires, les systèmes juridiques, les règles fiscales, les douanes et le transport des marchandises, ainsi que la commercialisation, la publicité, les voies de distribution propres à chaque pays, et autres stratégies en matière d'exportation.

Par ailleurs, on abordera les débouchés dans les secteurs clés, notamment la technologie de pointe, les services, la protection de l'environnement, les produits de consommation et les biens d'équipement.

De plus, les participants pourront rencontrer des fonctionnaires dans le cadre de séances d'orientation commerciale, ainsi que des représentants, des distributeurs et d'éventuels partenaires d'accords de licence, de franchise ou de coentreprise.

Le ministre du Commerce international, M. Roy MacLaren, sera le conférencier d'honneur à cet événement parrainé par le département américain du Commerce, le Babson College et l'université Brandeis.

Pour renseignements, communiquer avec le directeur de la conférence, NABO, Ottawa. Tél. : (613) 747-2732. Fax : (613) 747-2735.

Ce salon met l'Asie en lumière

Singapour — 6th Annual Pro Audio and Light Asia — Du 6 au 8 juillet 1994 — Cette sixième exposition annuelle s'adresse aux professionnels intéressés par l'enregistrement audio, les amplificateurs de son, par la polycopie magnétique, l'éclairage, les lasers, les trucs électroniques et autres.

Le Haut-commissariat canadien n'aura aucun représentant sur place, mais les entreprises désireuses de louer un stand peuvent communiquer avec Alan Suen, Business and Industrial Trade Fairs Ltd., 18th Floor, First Pacific Bank Centre, 51-57 Gloucester Road, Wanchai, Hong Kong. Tél. : (011-852) 865-2633. Fax : (011-852) 866-1770.

Les participants à ces expositions devraient aviser le haut-Commissariat du Canada à Singapour à l'adresse : chemin Robinson, C.P. 845, Singapour 9016. Tél. : (011-065) 225-6363. Fax : (011-65) 225-2450.

Conquérir le marché asiatique des jouets

Taipei — Les fabricants de jouets du Canada qui souhaitent prendre de l'expansion sur le marché asiatique pourraient juger bon de participer au **Salon international du jouet de Taipei**, qui aura lieu du 27 au 30 octobre 1994. Des acheteurs de 65 pays sont attendus à cette foire annuelle qui, l'an dernier, a attiré plus de 20 000 visiteurs.

Parmi les nombreux produits présentés, signalons les jouets à roues, les poupées et accessoires, les jouets électroniques, de bois et éducatifs, les jeux vidéo, les jouets à mécanismes, gonflables et en peluche.

La date limite pour présenter sa demande est le 1^{er} juillet 1994. Communiquer avec le Taiwan Trade Centre, avenue McGill College, pièce 2108, Montréal H3A 3J6. Tél. : (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Fuller-F.L.Smith Canada Limited (F-FLSC), Scarborough (Ontario), a signé un contrat avec la Société nationale chinoise d'importation et d'exportation de machines et de matériel, de Beijing, pour fournir des machines de transformation, du matériel électrique

et des services connexes en vue de la construction d'une cimenterie dans la ville de Chongqing (province du Sichuan).

La Société pour l'expansion des exportations accorde un prêt de 23,5 millions de \$ à la Banque populaire de la construction de Chine pour financer la transaction. Le projet devrait générer environ 665 années-personnes d'emploi au Canada.

F-FLSC est un chef de file en ce qui concerne la conception et la fabrication de systèmes et de machinerie lourde de transaction destinés aux secteurs du ciment, des minéraux et des pâtes et papiers.

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) prête jusqu'à 239 000 \$ US à une entreprise d'Argentine en vue de l'achat de semence bovine et de 85 bovins Hereford de la société Shore Holsteins International Ltd., de Glanworth en Ontario. Il s'agit de la première transaction financée grâce à une ligne de crédit de 10 millions de dollars américains établie récemment entre la SEE et la Banco Rio de la Plata S.A., d'Argentine. Elle confirme aussi l'intérêt renouvelé de la SEE à l'égard du secteur privé argentin depuis 1987.

Par le biais de la Corporation commerciale canadienne, une entreprise québécoise établie à Chambly, **138170 Canada Inc. (Remcor)**, a décroché un contrat de 40,6 millions \$ CAN pour la fabrication et la livraison de semi-remorques M969 au Commandement mobile blindé des États-Unis, à Warren (Michigan). Il s'agit d'un marché à commandes qui s'échelonnent sur une période de trois ans.

Mitel Corp., Kanata (Ontario), a obtenu deux contrats d'une valeur totale de 3 millions \$ en Amérique latine, au Costa Rica et en Belize. En 1994, Mitel installera 2 000 lignes téléphoniques à Belize afin d'aider ce pays à entretenir le tourisme et les services essentiels dans des régions rurales.

InfoCentre, un service d'information interactif 24h par jour

Un nouveau service d'information interactif par télécopieur (**FaxLink**), administré par InfoCentre (ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa), vous est maintenant offert au bout des doigts, au (613) 944-4500, à partir de votre télécopieur de bureau (service de 24 heures, 7 jours par semaine).

Après l'entrée en communication avec FaxLink, une voix vous souhaite la bienvenue et vous invite à demander la liste des documents transmissibles par télécopieur ou à introduire les codes de produit correspondant aux documents souhaités. Le système est alors prêt à vous renvoyer automatiquement l'information demandée par télécopieur. Le système FaxLink comprend actuellement de l'information sur le programme Accès Amérique du Nord et divers documents sur l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Le service inclura bientôt des documents sur des questions de politique étrangère d'actualité ainsi que de l'information commerciale supplémentaire d'intérêt particulier pour les exportateurs canadiens.

Pour plus de détails, communiquez avec Lewis Coughlin par télécopieur au 613-996-9709.

PUBLICATIONS

Logiciel ALENA

Premier logiciel d'une série à paraître, **Global Trader: Doing Business in Mexico** est tout indiqué pour les entreprises intéressées à exporter vers le Mexique.

Exploité sous DOS, ce logiciel contient une vaste base de données mise au point par des spécialistes et fournit à ceux qui étudient les marchés d'exportation des renseignements à jour sur des sujets de nature commerciale, notamment la réglementation relative à l'admission et à l'importation, les pratiques commerciales et industrielles, la législation et les techniques et services de mise en marché qui influenceront sur le succès d'une entreprise au Mexique.

Parmi les caractéristiques de **Global Trader**, mentionnons des outils de diagnostic sur l'accès au marché, plus de 70 cartes que l'on fait apparaître en cliquant sur la souris, des fiches commerciales que l'on peut afficher en cliquant sur des mots clés, un glossaire interactif des termes de commerce ainsi qu'un calendrier des foires commerciales.

Pour renseignements sur le logiciel **Global Trader: Doing Business in Mexico**, contacter T. Allison & Associates, 111 Townline Road East, Carleton Place (Ontario) K7C 2C9. Tél. : (613) 253-4774. Fax : (613) 257-8054.

Guide du transport international

Deux guides aideront les exportateurs et les futurs exportateurs à faire des choix éclairés et à relever le défi de la concurrence internationale.

Publié par le ministère des Affaires internationales du Québec, en collaboration avec les Publications du Québec, **La filière du transport international** (14.95 \$) contient des renseignements généraux sur les diverses options de transport (routier, maritime, aérien ou intermodal). On y retrouve aussi certains éléments connexes au transport, comme les exigences en matière d'as-

surances, de documentation, d'entreposage et d'emballage.

La filière de l'exportation (12.95 \$) éclaire l'entrepreneur sur la marche à suivre pour devenir exportateur : diagnostic, planification, démarches, ressources, etc. En vente dans les librairies et aux Publications du Québec, C.P. 1005, Québec (Québec) G1K 7B5. Tél. : 1 800 463-2100 ou (418) 643-5150. Fax : (418) 643-6177.

Le marché de la construction

Les entreprises intéressées à accroître leur part du marché des matériaux de construction dans les États américains du Centre-Atlantique peuvent se procurer *une étude sur les débouchés offerts aux fabricants canadiens de matériaux de construction* dans cette région. Commandée par l'ambassade du Canada à Washington, cette étude analyse les possibilités commerciales dans les domaines du bois de construction, des produits du bois, des portes et fenêtres et des puits de lumière. On y trouvera entre autres choses des adresses utiles. Contacter M. Ellenbogen à l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

Le marché de la carrosserie

Le Rapport provisoire sur les débouchés mondiaux pour l'équipement de garages, de centres de dépannage et d'ateliers de réparation de carrosserie est maintenant disponible au Secrétariat de la liaison sectorielle (TOS) du MAECI.

En plus de fournir un aperçu sommaire du marché de chaque pays, le répertoire contient des listes de débouchés commerciaux par produit (comme l'indique le titre de la publication) et par pays.

Les pays suivants font l'objet de cette étude : la Belgique, la Colombie, l'Égypte, l'Allemagne, le Guatemala, le Japon, le Mexique, les Pays-Bas, la Roumanie, l'Arabie saoudite, l'Espa-

gne, la Suisse, Taïwan et le Royaume-Uni.

Communiquer avec TOS. Fax : (613) 943-8820.

Le saumon est servi

Le document *Global Market Opportunities Review - Salmon* fait partie d'une série publiée par le Secteur de la promotion du commerce international du MAECI.

L'étude fait ressortir diverses possibilités d'affaires et vise à stimuler l'industrie canadienne du saumon, qui est axée sur l'exportation. Elle prépare en fait le terrain pour la mise au point d'une stratégie nationale de commercialisation des exportations de saumon et de produits du saumon par une coordination des efforts régionaux.

Le document présente une analyse du secteur, des forces et des faiblesses du marché et de ses débouchés éventuels. Une attention particulière est accordée aux stratégies de commercialisation des exportations, et l'on y trouve des renseignements et des observations sur le secteur venant de 39 bureaux commerciaux du Canada à l'étranger. Les observations portent sur les consommateurs, la consommation saisonnière, la grosseur des chargements, l'image du Canada, la branche des services de restauration et la publicité à l'extérieur du Canada.

Le document a déjà été distribué aux entreprises ainsi qu'aux ministères fédéraux et provinciaux.

Pour le recevoir, communiquer avec InfoEx et mentionner le code 156TB. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

L'Électricité : potentiel du marché

Au cours des 15 prochaines années, la Corée investira 72 milliards \$ canadiens dans des projets de production et de distribution d'énergie. Les entreprises canadiennes pourront y obtenir leur

(Voir page suivante — Publications)

AU CALENDRIER

Vancouver — 9 mai 1994; Calgary — 11 mai; Saskatoon — 13 mai; Toronto — 17 mai; Ottawa — 25 mai; Montréal — 31 mai : Ateliers «Risques-pays» organisés par la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Communiquez avec Lyne Hébert, SEE, Ottawa. Tél. : (613) 598-2774. Fax : (613) 598-3080.

Ottawa-Hull -- 17 mai 1994 — La Banque fédérale de développement (BFD) offre à titre de projet pilote un **Programme de planification stratégique** de deux mois (45 heures), expressément destiné aux sociétés de la région d'Ottawa-Hull qui désirent pénétrer des marchés d'exportation ou élargir leurs marchés existants. Pour renseignements, communiquer avec Douglas L. Marshall, directeur, Services conseils en affaires, Ottawa. Tél. : (613) 995-5068. Fax : (613) 995-9045.

Un service qui facilite les échanges

La société Muselink International Technologies offre à ses clients un système intégré de base de données, **Trade-fax**, lequel comprend des renseignements commerciaux à l'intention des exportateurs canadiens.

Ce système permet un accès instantané, 24 heures sur 24, à des renseignements sur les **liens commerciaux internationaux**.

Pour plus de détails, appelez le service d'assistance téléphonique **Trade-fax**, au (613) 599-6909.

• AVIS À NOS LECTEURS •

Plusieurs de nos lecteurs nous envoient pour publication des renseignements quant à des séminaires ou des foires commerciales qu'ils organisent, ou des produits et services qu'ils veulent promouvoir dans nos pages. Nous parcourons ce volumineux courrier avec intérêt, et nous efforçons d'insérer cette information dans nos pages, lorsqu'elle nous semble susceptible d'intéresser une bonne partie de nos lecteurs. Mais

il est évident que ça n'est pas le cas de toutes les lettres qui nous parviennent.

Nous comprenons bien que chacun souhaite savoir si son envoi sera publié, et à quel moment: mais notre toute petite équipe ne suffirait pas à la tâche s'il fallait répondre à chaque missive, en plus de produire chaque numéro! Donc, la seule façon de savoir si votre envoi paraît à un moment donné, c'est de lire chaque numéro de CanadExport!

Publications (Suite de la page 7)

part, à condition d'être inscrites sur les listes de fournisseurs admissibles en Corée!

C'est l'un des messages qui ressort de l'étude intitulée **Korean Power Generation and Distribution Market**, disponible sur support papier et disquette informatique, que l'ambassade du Canada à Séoul vient de terminer.

L'auteur de cette étude détaillée passe en revue les débouchés commerciaux, dresse le profil de partenaires clés et donne des conseils sur d'autres stratégies de pénétration du marché.

La poursuite de la croissance rapide de l'économie coréenne a provoqué une «montée en flèche de la demande» d'électricité. En effet, pour l'année 1992, la construction d'unités de production d'énergie a coûté 6,8 milliards \$ canadiens.

Pour se procurer un exemplaire de l'étude de 124 pages sur support papier ou la version informatique sur WordPerfect 5.2 (veuillez fournir une disquette de 3 1/2 po ou de 5 1/2 po, formatée pour le système DOS), communiquer avec la Section des affaires commerciales et économiques, Am-

bassade du Canada, B.P. 6299, Séoul, Corée. Fax : (82-2) 755-0686.

Conseils juridique des affaires

Un guide juridique intitulé **Legal Guide to Doing Business in Korea**, récemment élaboré à l'intention de l'ambassade du Canada à Séoul, est offert (en anglais seulement) sur support papier et sur disquette (WP 5.2).

Ce guide ne saurait remplacer les conseils d'un juriste professionnel, mais il fournit aux entreprises canadiennes de précieux renseignements sur le système juridique coréen très différent du nôtre à maints égards.

Les auteurs examinent notamment l'entrée des entreprises sur le marché coréen, la protection et le transfert du savoir-faire et les droits de propriété intellectuelle, ainsi que la fiscalité et la comptabilité.

Pour obtenir une copie du guide, communiquer avec la Section commerciale/économique, ambassade du Canada, C.P. Box 6299, Séoul, Corée; fax : (82-2) 755-0686. Pour recevoir une copie informatisée, fournir une disquette de 3 1/2 po ou 5 1/2 po formatée (DOS).



InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoCentre au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par **télécopieur** une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé / Postage Paid

NBRE 2488574 BLK

OTTAWA

CANAD EXPORT

Vol. 12 N°8

2 mai 1994

Des profits « alimentaires »

AVR 29 1994

CRÉNEAUX DANS L'INDUSTRIE BRITANNIQUE DE L'ALIMENTATION

Dès qu'on parle de gastronomie britannique, on pense inmanquablement au poisson-frites, aux saucisses et au pudding Yorkshire.

En fait, le Royaume-Uni est l'un des plus gros importateurs d'aliments; il importe chaque année pour près de 30 milliards \$ de poissons et de produits agricoles et alimentaires.

Un si vaste marché d'outre-mer offre nombre de débouchés intéressants pour l'industrie alimentaire canadienne.

La concurrence dans le secteur de la distribution dans ce marché de 57 millions d'habitants s'est intensifiée ré-

cemment avec l'arrivée de grands détaillants à marge réduite venant d'Europe continentale et d'Amérique du Nord.

Les détaillants en alimentation sont sans cesse à la recherche de produits nouveaux afin d'attirer les clients dans leurs établissements. Des créneaux s'offrent aux produits attrayants et différenciés, si on met en valeur leur emballage, leur marque et leurs caractéristiques.

On s'attend par exemple à ce que le marché britannique du bison canadien se développe et passe de 0 à 5 ou 10 millions \$ au cours des prochaines an-

nées. Des produits comme l'eau Clearly Canadian, les friandises aux fruits Okanagan, le mélange à salade César Et Tu, l'omble chevalier, la bière Moosehead, le vin de glace canadien, la sauce aux canneberges de l'Île-du-Prince-Édouard, les pains spéciaux Manoucher, la bière filtrée à froid et le saumon quinnat ont suscité beaucoup

SUPPLÉMENTS

Afrique/Moyen-Orient 3-6

Communications I-IV

De l'Arizona à l'Utah

Aide aux exportateurs canadiens

En dépit des récentes catastrophes naturelles qui ont frappé le sud de la Californie (tremblements de terre, incendies dévastateurs et glissements de boue), le consulat général du Canada à Los Angeles est en mesure d'aider les sociétés canadiennes qui veulent exporter dans la région du sud-ouest des États-Unis.

Comptant 16 agents au commerce et à l'investissement et 5 agents au tourisme dans quatre villes californiennes, le consulat de Los Angeles est responsable des activités touchant ces trois domaines dans les États de la Californie, de l'Arizona, de l'Utah, du Nevada et d'Hawaï.

Avec l'aide de deux agents commerciaux à temps plein, l'annexe du bureau commercial à San Diego s'occupe exclusivement de la biotechnologie, de la défense, de l'électronique militaire et des communications. Le bureau de San Jose emploie trois

agents commerciaux dans la «Silicon Valley», spécialisés dans le matériel informatique et les logiciels, les technologies de l'information, les télécommunications et la biotechnologie. À la mission de San Francisco, deux agents commerciaux s'occupent d'un éventail de produits et de services canadiens destinés à l'exportation dans la région métropolitaine, et un agent y est chargé de la promotion du tourisme au Canada.

Les sociétés canadiennes qui souhaitent obtenir des renseignements de nature commerciale doivent s'adresser au consulat général du Canada à Los Angeles qui acheminera la demande à l'agent concerné dans la région appropriée.

Pour renseignements et pour de l'aide, communiquer avec Doug Paterson, consul et délégué commercial, Los Angeles. Tél. : (213) 346-2763. Fax : (213) 346-2767.

d'intérêt dans l'industrie britannique, ce qui s'est traduit par des ventes. Il faut donc trouver d'autres produits alimentaires canadiens de la même qualité, souvent fabriqués par de petites entreprises régionales.

En outre, la vente de produits sous marques privées est un autre domaine qui offre un bon potentiel. Les grandes chaînes de supermarchés britanniques misent beaucoup plus sur les marques maison que les supermarchés nord-américains.

Par exemple, dans les magasins Sainsbury, le plus important détaillant de produits alimentaires au Royaume-

(Voir page 8 — Alimentation)

DANS CE NUMÉRO

LA MAISON AU JAPON 2

OCCASIONS D'AFFAIRES 7

MARCHÉS MONDIAUX/

AU CALENDRIER 8

Le Canada mise sur le marché résidentiel japonais

Avec plus de 1,4 million de mises en chantier résidentielles en 1993, le Japon offre aux fabricants canadiens de matériaux de construction des débouchés commerciaux sans précédent.

Depuis cent ans, le Canada vend des billes et du bois d'oeuvre au Japon et, depuis 1973, il a contribué à introduire sur le marché la maison à ossature de bois (dite «2x4»). Cette technique est utilisée dans la construction de plus de 50 000 habitations chaque année.

L'occidentalisation croissante a créé une plus grande demande pour les maisons unifamiliales à deux étages et les immeubles d'appartements à trois étages à ossature de bois, équipés d'accessoires d'allure occidentale fabriqués au Japon ou importés.

Le secteur du marché japonais qui connaît la croissance la plus rapide est celui des maisons pré-usinées.

Le Japon, qui connaît une pénurie d'ouvriers compétents, notamment de menuisiers, se tourne vers les «maisons importées», y compris les composants tels panneaux muraux et habitations complètes. Dans le cas des maisons unifamiliales, l'utilisation de ces composants peut réduire le temps de construction de 18 ou 24 mois à moins de 6 mois.

La forte demande pour des maisons et des composants importés a incité les constructeurs et les importateurs japonais à rechercher auprès des fournisseurs étrangers les produits les plus concurrentiels — qui se comparent à la qualité de conception et de fabrication

qu'offrent les produits japonais.

Avec le yen qui a atteint des niveaux records et les acheteurs japonais qui essaient de contourner un système de distribution très coûteux, *c'est le moment ou jamais pour les entreprises canadiennes d'offrir au marché japonais des produits de qualité.*

Le Japon présente toujours un certain nombre de barrières au commerce, mais les entreprises déterminées à réussir pourront certainement les surmonter.

On remarque un progrès constant dans la modification des codes de construction japonais, des règlements relatifs à la protection contre les incendies et des règles d'étiquetage des produits, ainsi qu'une plus grande acceptation des normes canadiennes et de nouvelles mesures d'ouverture du marché.

Simultanément à la demande croissante pour des maisons préfabriquées, les importateurs et constructeurs japonais sont à la recherche de toutes sortes de composants et d'accessoires de construction, y compris des planchers de bois dur préfinis, des portes d'intérieur et d'extérieur, différents modèles de fenêtres, des matériaux de coffrage du béton, des moulures décoratives, des escaliers de bois dur etc.

Des groupes d'acheteurs japonais viennent régulièrement au Canada pour voir ce que les entreprises canadiennes ont à offrir. Ils assistent aux foires nationales pour connaître les plus récents produits et parler directement aux représentants des fabricants, ce qui donne

lieu à des ventes sur place.

Les entreprises qui s'intéressent vraiment au marché japonais ne doivent pas s'attendre à un succès rapide. Elles doivent posséder une certaine expérience de l'exportation ainsi que les ressources financières et humaines nécessaires pour s'engager dans une campagne commerciale qui s'étalera sur de nombreuses années.

La société AAB Building Systems, de Coburg (Ontario), a signé un nouvel accord de licence et d'exportation avec le Japon concernant son système innovateur de coffrage de béton en styromousse. Cette entente, qui lui rapportera 12 millions \$ par année, pourrait rapidement grimper à 40 et même 50 millions \$ quand le système sera mieux connu de l'industrie japonaise.

Le recours à un représentant japonais exclusif ou encore à des représentants ou distributeurs dispersés partout au Japon peut se révéler fort utile pour traiter les demandes, faciliter les ventes et offrir un service après-vente. La documentation sur l'entreprise et les produits doit être disponible en japonais.

Les fabricants canadiens de matériaux de construction qui sont prêts à s'engager sur le marché japonais y trouveront une récompense substantielle.

Le succès remporté par un certain nombre d'entreprises canadiennes sur le marché japonais leur a permis de mieux faire face au ralentissement qui a touché le secteur nord-américain de la construction récemment, et de se placer en bonne position pour profiter des débouchés offerts par d'autres marchés.

Pour renseignements sur l'industrie japonaise de la construction, communiquer avec M. Wayne House, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, MAECI, 125, promenade Sussex (Ottawa), K1A 0G2. Tél. : (613) 995-1678. Fax : (613) 943-8286.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Bulletin Afrique et Moyen-Orient

LES RELATIONS COMMERCIALES DU CANADA AVEC

L'AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Voici le premier volet d'une série de rapports trimestriels sur les échanges commerciaux entre le Canada et les 45 pays de l'Afrique subsaharienne. Nous débutons naturellement avec un descriptif de notre stratégie commerciale pour la région.

En Afrique subsaharienne, nous faisons face à des défis particuliers: l'immensité et la diversité du territoire, peu de financement traditionnel, des états endettés, l'instabilité politique, des différences sociales et culturelles, une méconnaissance des marchés et un seul délégué commercial canadien situé à Abidjan de même qu'un nombre limité d'agents commerciaux recrutés localement. Le cas de l'Afrique de Sud est différent : nous avons maintenant un Bureau commercial à Johannesburg composé de deux délégués commerciaux canadiens et deux agents commerciaux.

Étant donné les ressources limitées dont nous disposons pour la région, nous avons par nécessité, ciblé nos activités de promotion commerciale sur trois secteurs clefs, et étudions la possibilité d'y ajouter un quatrième. Ces secteurs ont été choisis pour leur accès au financement, le nombre de débouchés commerciaux, et évidemment les capacités canadiennes et notre avantage comparatif. Ce sont: **le secteur minier, les télécommunications et les hydrocarbures.** Nous évaluons présentement le secteur de l'éducation et la formation, par le biais d'une étude de marché qui est en cours.

Le secteur minier est un générateur

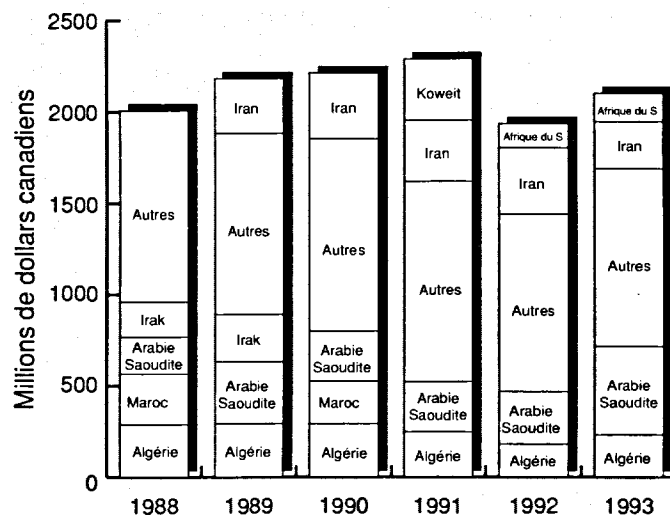
de devises et est principalement dans les mains du secteur privé. Les télécommunications sont également un générateur de devises et bénéficie de financement des institutions internationales (IFI), surtout dans le cadre de la privatisation. Le secteur des hydrocarbures est générateur de devises et est financé par les entreprises multinationales. Les besoins de l'Afrique en éducation et formation sont immenses; ce secteur bénéficie de financement IFI et est reconnu comme prioritaire par la Banque mondiale. L'expertise canadienne dans le secteur de formation technique peut renforcer notre stratégie commerciale dans d'autres secteurs clefs.

Ayant choisi ces trois secteurs, notre stratégie est d'augmenter nos connaissances du marché, et sur le terrain et à la Centrale. Nous développons nos contacts et nos connaissances de l'expertise canadienne et des débouchés dans divers pays. Partie intégrale de ce processus est d'organiser un nombre limité d'activités sur lesquels nous pouvons bâtir. Nous avons également identifié certaines initiatives spéciales et élaborons notre stratégie autour de ces événements, tel que les Sommets de la Francophonie.

Plusieurs missions commerciales ont été organisées récemment. Une délégation minière a visité le

Suite à la page 4 — L'Afrique

Exportations canadiennes de marchandises en Afrique et au Moyen-Orient



Source : Statistique Canada

L'Afrique subsaharienne

Suite de la page 3

Zimbabwe, le Botswana et l'Afrique du Sud au mois de janvier et les sociétés en sont revenues très encouragées. Ces trois pays exportent à eux seuls plus de \$20 milliards en produits minéraux annuellement.

Une mission multi-sectorielle, dirigée par l'honorable Roy MacLaren, Ministre du Commerce international s'est récemment rendue en Afrique du Sud. Des contrats, d'une valeur totale de plus de \$10 millions ont été signés au cours de la mission et il est prévu que des ventes subséquentes dépasseront le seuil des \$200 millions.

Une mission hydrocarbures au Gabon et au Cameroun est en cours. Plusieurs missions provinciales ont aussi visité la région depuis le début de l'année.

Nous avons facilité pour les sociétés canadiennes, l'accès à une conférence en télécommunication en Afrique, parrainée par l'UIT et la Banque mondiale, où les décideurs des PTT du continent se réunissaient pour discuter leur stratégie future. Une mission en télécommunications en Afrique de l'est est en préparation. Cette activité résulte de notre participation à la Conférence de l'UIT et sera liée à notre participation à la Foire du Caire en Avril 1994.

Nous avons organisé plusieurs séminaires sur la Banque Africaine de développement à travers le pays et continuerons de telles initiatives, mais sur une base sectorielle plus ciblée.

Toutes les activités décrites ci-dessus ont pour but de jeter des bases d'une stratégie. Nos activités futures (séminaires, missions, foires) seront organisées au Canada et à l'étranger en complémentarité avec le travail fait jusqu'à date. Notre objectif ultime est de rendre plus visible le potentiel

CANADA-AFRIQUE DU SUD : UN MARCHÉ EN CROISSANCE

Les échanges commerciaux entre le Canada et l'Afrique du Sud sont évalués à \$300 million, dont \$160 millions en exportations et \$140 millions en importations. Les exportations principales sont le blé, le souffre, la pulpe et le papier. Les importations sont en grande partie composées de produits minéraux utilisés par l'industrie sidérurgique et les alumineries.

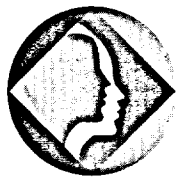
Depuis la levée des sanctions en septembre 1993, l'intérêt de l'Afrique du Sud s'est accru pour nos produits traditionnels d'exportation ainsi que pour les produits de haute technologie, tels que les logiciels, les équipements de télécommunications et les services de consultants. On peut s'attendre à ce que les Sud-Africains tentent de reprendre leur part du marché canadien des fruits, du vin et du sucre. Si la tendance actuelle se maintient, nous estimons que le taux de croissance des échanges pourrait doubler, si le climat économique continue de s'améliorer.

Le Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a entrepris un important programme de promotion commerciale, comprenant des séminaires au Canada, des études de marché et des missions commerciales en Afrique du Sud, telle que celle dirigée par l'honorable Roy MacLaren au mois de janvier 1994. Une brochure intitulée "**Guide de l'exportateur canadien**", préparée par le Ministère après la levée des sanctions est disponible. Pour commander un exemplaire, veuillez communiquer avec le service INFOEX au 1-800-267-8376, au 944-4000, si vous appelez de la région de la Capitale nationale.

commercial de la région, obtenir et distribuer des renseignements commerciaux utiles et à jour, et augmenter notre part de cet énorme marché d'importation.

Soyez aux aguets pour le prochain numéro de notre Supplément Afrique et Moyen-Orient, qui contiendra des informations sur les débouchés commerciaux par région.

Pour plus de renseignements sur les échanges commerciaux du Canada avec l'Afrique subsaharienne, veuillez communiquer avec la Direction de l'expansion du Commerce en Afrique et au Moyen-Orient au 1-613-944-6589, télécopie 1-613-944-7437.



Les sociétés exploitantes régionales de Bell

Une nouvelle publication, intitulée *A Guide on How to Do Business with the Regional Bell Operating Companies in the U.S.*, aide les fournisseurs canadiens de matériel de télécommunications à traiter avec les sociétés exploitantes régionales de Bell (RBOC) aux États-Unis. Elle démontre comment les entreprises peuvent vendre directement à ces sociétés pour leur usage interne, la revente ou la commercialisation commune. Rédigé dans un style clair, ce guide devrait aider les entreprises canadiennes à comprendre les

processus d'achat de ces sociétés.

L'introduction donne un aperçu de ce qu'il faut faire et ne pas faire en traitant avec les RBOC; elle fournit des renseignements utiles et des tuyaux pour accélérer le processus. Vient ensuite une section décrivant les sept RBOC et Bellcore (le service commun de recherche des RBOC), comprenant le nom de programmes ainsi que le nom, l'adresse, le numéro de téléphone et le numéro de télécopieur de personnes ressources. Une autre section présente aux fabricants des organismes ressources (organismes régionaux de commer-

cialisation, experts-conseils, représentants de fabricants, distributeurs). La dernière section rappelle au lecteur que, pour vendre à une RBOC, il faut se préparer longtemps à l'avance et que, pour gagner sa confiance, il faut prévoir des efforts soutenus tout au long de la période de vente. Des conseils sont fournis sur la façon de créer et de conserver une relation d'affaires avec une RBOC.

Pour obtenir ce guide, communiquer avec la Direction des télécommunications internationales, Industrie Canada (voir l'encadré p. IV).

Les télécommunications en Mongolie se numérisent

Avec ses 97 000 lignes, soit à peu près 4,5 lignes par 100 habitants, sans aucun auto-commutateur manuel (équipement entièrement automatique bien qu'analogique, crossbar), l'infrastructure des télécommunications de la Mongolie est à certains égards bien supérieure à celle de certains de ses voisins asiatiques. Toutefois, cette infrastructure désuète doit être numérisée. Peu fiable et de piètre qualité, le réseau hertzien couvre 3 900 km, reliant beaucoup de provinces entre elles ainsi que la Mongolie et la Russie via le Kazakhstan. De même, les 30 000 km de lignes interurbaines à fils aériens fournissent des liaisons peu fiables et sont à la merci de la neige et du vent. Quatre des 18 provinces de la Mongolie ne sont pas reliées au réseau national.

La capitale de la Mongolie, Ulaanbaatar (Oulan-Bator), est mieux desservie avec un nouveau central E10 de 27 000 lignes fourni par Alcatel, auquel s'ajoutera bientôt 13 000 lignes.

La Mongolie est en voie de rationaliser son industrie des télécommunications, le gouvernement ayant créé plusieurs sociétés d'État, dont certaines seront privatisées au cours des prochaines années. La Mongolian Telecom Company (MTC) assume la responsabilité de l'exploitation des télécommunications et de la radio et de la télévision. Elle exercera jusqu'en 1996 un monopole sur les communications téléphoniques fixes par fil — à la fois locales et interurbaines. Suite à la décision qui sera prise avant de lancer un appel d'offres en vue de l'installation de ces systèmes, l'exploitation des services

de téléappel et de radio cellulaire sera peut-être ouverte à la concurrence. Cette dernière est autorisée dans les domaines suivants : services à valeur ajoutée, fabrication et fourniture de matériel terminal, entretien du matériel et formation du personnel de la MTC.

Fondée en octobre 1993, la Mongolian Data Communications Systems Company, ou Datacom Co. Ltd., est responsable de la transmission de données. Avec 50 employés et 10 propriétaires, cette entreprise issue d'un centre de recherche privatisé en septembre 1993 est ouverte à la participation étrangère.

Jusqu'à récemment, toutes les télécommunications internationales de la Mongolie traversaient l'ancienne

*Suite à la page IV —
La Mongolie*

Le Mexique**La révolution des télécommunications se poursuit**

Avec seulement 8 téléphones par 100 habitants, le Mexique souhaite ardemment développer son infrastructure des télécommunications. Les décideurs savent que les nouvelles autoroutes électroniques sont la clé du développement économique et du commerce à l'échelle mondiale. Pour cette raison, le Mexique modernise rapidement toute son infrastructure.

L'amélioration des communications est une exigence vitale pour relever les défis posés par l'ALENA et la mondialisation. Comment cette question est-elle abordée ? Quelles occasions commerciales en ressortent ? A quoi s'attendre ?

Les services de télécommunications au Mexique et en Amérique latine ont longtemps appartenu aux pouvoirs publics, créant des entreprises mal gérées, sous-capitalisées, incapables de répondre à la demande de services de base, et encore moins à la demande de services améliorés.

A partir de 1988, des changements

historiques se sont produits sur la scène des télécommunications mexicaines. Parallèlement à une réforme en profondeur de la gestion économique et financière, les télécommunications ont été redéfinies.

Ainsi, le Mexique s'est fixé un objectif de 20 lignes par 100 habitants d'ici l'an 2000, et plus récemment, le pays a entériné une déclaration selon laquelle la pénétration serait de 20 p. 100 d'ici là. La concurrence dans l'interurbain, prévue pour 1996, et le développement de réseaux privés sont des facteurs clés dans la mise en place de l'infrastructure requise pour atteindre ce but.

En dépit du développement fulgurant des réseaux privés au cours des dernières années, les plans d'entreprises n'indiquent pas de ralentissement des services de réseaux privés. Il faudra à cette fin mettre au point divers types de matériel, par exemple des composants hyperfréquences numériques, des multiplexeurs, de petits commutateurs et du matériel

dans les locaux de l'abonné.

En 1996, quand le Mexique délivrera une licence à une ou à plusieurs compagnies de services téléphoniques interurbains, les fournisseurs canadiens pourront trouver des débouchés sur ce marché.

L'ouverture d'esprit et la capacité d'adaptation à divers choix technologiques seront des atouts majeurs. Pour les services de radio cellulaire par exemple, le pays a été divisé en neuf régions.

Grâce à l'utilisation d'émetteurs de grande puissance pour la radio cellulaire, on peut étendre le service téléphonique à des zones rurales auparavant privées de tout service de ce genre, et ce, à un coût inférieur à celui de la transmission par fil. De plus, ces télécommunicateurs devraient offrir dans un proche avenir l'accès local à la transmission sans fil. Les fournisseurs canadiens devraient donc chercher à trouver un créneau pour leur matériel et leurs services.

UNE DEUXIÈME SOCIÉTÉ DES TÉLÉCOMMUNICATIONS POUR LA CHINE?

Le ministère chinois des Industries électroniques a créé la Ji Tong Communications, chargée d'offrir des services de télécommunications. Avec deux séries de plans, Ji Tong démarre comme société exploitante des télécommunications avec 26,1 millions de dollars américains, comprenant des investissements de 30 organismes d'État comme la Banque de Chine et la China International Trust and Investment Corp. En premier lieu, la société prévoit agir seule dans trois grands secteurs de services : les services interactifs de données, le dédouanement automatisé et un réseau de transmission de données rattaché à l'utilisation répandue des cartes de crédit et de paiement. En second lieu, en collaboration avec les ministères du Chemin de fer et de l'Électricité, elle a créé Lien Tong (China

United Telecommunication Company), spécialisée dans la transmission de données, les communications personnelles et la télévision par câble.

Grâce à leurs liens avec les ministères du Chemin de fer et de l'Électricité, Ji Tong et Lien Tong formeront leur réseau de base à partir de la capacité excédentaire sur les réseaux de communications actuels du chemin de fer et de l'électricité. A cela s'ajoutera l'installation d'un réseau de base à fibres optiques reliant Beijing à Shenzhen via Wuhan et Guangzhou.

Pour obtenir un rapport sur ce nouveau marché de matériel de télécommunications et de consultation technique, communiquer avec la Direction des télécommunications internationales, Industrie Canada (voir l'encadré p. IV).

Le nombre de téléphones cellulaires en Chine a doublé

A la fin d'octobre 1993, l'on comptait 520 000 abonnés au téléphone cellulaire en Chine, contre 176 000 à la fin de 1992. Une récente mission commerciale sur les communications mobiles numériques à Beijing, à Shanghai et à Guangzhou, parrainée par Industrie Canada, a révélé que les fournisseurs de matériel et les exploitants de systèmes répondaient à peine à la demande, créant des occasions pour qui peut fournir rapidement des produits de qualité supérieure.

La majorité des systèmes cellulaires en Chine ont adopté la norme TACS, mais des systèmes publics de service téléphonique mobile évolués sont en usage dans cinq provinces et des systèmes privés, dans d'autres. La norme officielle pour le service mobile numérique n'a pas encore été choisie. L'on s'attendait à ce que la GSM soit retenue — en fait la province de Guangdong établira en 1994 des systèmes conçus d'après cette norme —,

mais l'accès multiple par code de répartition est maintenant envisagé.

Malgré l'absence d'allotissement des fréquences approuvées officiellement pour le service de communications personnelles CT2 — une partie de la gamme de fréquences utilisée pour le service CT2 dans d'autres pays est déjà attribuée à d'autres fins —, 14 systèmes CT2 sont en exploitation en Chine (le premier étant entré en activité à Shenzhen en 1992); environ 15 autres seront lancées en 1994.

Dans les villes visitées par la mission, il y a des listes d'attente allant jusqu'à huit mois pour le service cellulaire, les systèmes n'ayant pas une capacité suffisante. La difficulté d'obtenir une ligne est source constante de frustration pour les utilisateurs de la radio cellulaire, et l'accroissement de la capacité favorise l'essor de la radio cellulaire, surtout à Guangdong, où la saturation est la plus forte.

L'industrie chinoise des communi-

cations mobiles a besoin de matériel pour élargir son réseau. Toutefois, elle a tendance à acheter du matériel supplémentaire auprès des fournisseurs des réseaux originaux qui, dans le cas des réseaux de communications mobiles analogiques, sont presque toujours Motorola ou Ericsson.

Les nouvelles entreprises pourraient donc envisager l'achat de matériel normalement non fourni par l'une de ces entreprises, ou qui entrerait en concurrence avec du matériel inférieur d'un des fournisseurs de réseau. Le matériel terminal (téléphones ou téléavertisseurs) et le logiciel de services à valeur ajoutée, dont l'audio-messagerie, relèvent de la première catégorie, les liaisons hertziennes entre les stations de bases et le central téléphonique, de la seconde.

Il faudrait aussi s'associer avec des fournisseurs de communications mobiles analogiques (Motorola et Ericsson), des fournisseurs de systèmes cellulaires numériques (Northern Telecom, Italtel, Siemens et Ericsson) et des fournisseurs CT2.

Les intérêts étrangers, y compris les entreprises en participation, sont exclus de la participation aux entreprises de télécommunications.

S'il y a des perspectives de changement, notamment à Shanghai, il est peu probable que la propriété étrangère soit bien accueillie. Le ministère des Postes et des Télécommunications a tenté de renforcer cette réglementation en l'appliquant aux éléments suivants : téléphones portatifs, téléavertisseurs, autres services sans fil, services d'information téléphonique, services d'information par ordinateur, courrier électronique, échange électronique de données et services de transfert d'images.

Pour obtenir le rapport sur la mission des communications mobiles numériques, communiquer avec la Direction des télécommunications internationales, Industrie Canada (voir p. IV).

• INTER COMM 95 •

Le gouvernement du Canada, par l'intermédiaire d'Industrie Canada, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ainsi que de l'Agence canadienne de développement international, participera au congrès et à la foire sur les télécommunications mondiales INTER COMM 95 qui se tiendra à Vancouver, durant la semaine du 20 février 1995. Le gouvernement fédéral, celui de la Colombie-Britannique et des représentants de l'industrie accueilleront plus de 7 000 visiteurs provenant d'au moins 65 pays, y compris des missions commerciales étrangères. Les acheteurs chercheront les nouveautés et les produits qui ont fait la renommée des fabricants canadiens de matériel de télécommunications. Les visiteurs étrangers pourront examiner ces produits et obtenir au kiosque du gouvernement du Canada des renseignements sur les entreprises canadiennes qui ne peuvent participer à la foire.

Parmi les événements prévus, citons des rencontres bilatérales entre le ministre fédéral de l'Industrie et ses principaux collaborateurs et les ministres des Communications d'autres pays. Ces réunions peuvent aider les entreprises désireuses de vendre leurs produits et leurs services à ces pays, le bon mot prononcé au bon moment pouvant parfois rapporter beaucoup. Des déjeuners et des dîners, officiels ou privés, faciliteront la signature de contrats importants. C'est là que l'aide de l'industrie canadienne des télécommunications sera précieuse pour déterminer les pays qui devraient être invités. Communiquer avec l'un des agents mentionnés dans l'encadré de la p. IV pour participer à l'organisation rapide de ces rencontres bilatérales !

PARTICIPATION ACCRUE AUX ACTIVITÉS DES ORGANISMES INTERNATIONAUX DE TÉLÉCOMMUNICATIONS

Au cœur de la stratégie de l'Union internationale des télécommunications (UIT), il y a tout un défi à relever : adapter une entité publique aux nouvelles exigences de la société d'information mondiale axée sur les télécommunications.

La participation des exploitants de réseaux de télécommunications et des fournisseurs de services et de produits augmente rapidement. Les possibilités commerciales prennent de l'ampleur à la fois sur le marché intérieur et les marchés internationaux. Les possibilités de l'industrie des télécommunications ont accru la valeur économique des produits et des

services pour les participants du secteur privé.

L'UIT, si elle veut conserver son rôle de chef de file dans une industrie axée sur la compétitivité, la libéralisation et la mondialisation, doit accepter de nouveaux membres et accroître la participation. Elle doit inclure les industries « convergentes » ainsi que les utilisateurs et les exploitants. Beaucoup d'observateurs prévoient que l'UIT, lors de sa conférence des plénipotentiaires cette année, déterminera les moyens d'élargir ses rangs. Pour la clientèle des secteurs public et privé des télécommunications, les délibérations de cette conférence seront d'un grand intérêt.

La Mongolie *(suite de la première page)*

Union soviétique, au moyen des liaisons hertziennes de cette dernière ou par huit canaux INTERSPOUTNIK. En septembre 1993, on a installé une station terrienne NEC Intelsat A, offerte par le gouvernement japonais.

Cet équipement, capable de prendre en charge 60 circuits — dont 12 sont en service — a été obtenu en vertu d'une entente prévoyant l'acheminement des appels internationaux via Tokyo.

Selon le gouvernement de la Mongolie, des communications rurales adéquates permettent d'atténuer l'isolement de la population rurale semi-nomade. Sont considérés satisfaisants des systèmes numériques point-multipoint à quatre voies, pour chaque chef-lieu. Les lignes d'abonnés sans fil, fonctionnant en mode de radio cellulaire ou de HF, pourraient alors être utilisées pour desservir la portion rurale de chaque comté.

Pour élargir le réseau de base et

l'infrastructure dans les grandes villes, les autorités mongoliennes ont décidé d'utiliser les prêts à conditions de faveur consentis par la Banque asiatique de développement pour le développement des télécommunications rurales, la Mongolie s'appuiera plutôt sur l'aide bilatérale. Les projets à fort contenu local seront ciblés, les Mongols étant disposés à fournir du matériel local au besoin, tels des pylônes hertziens, des conduits, du fil, réservant l'aide et les prêts étrangers pour le matériel achetable exclusivement avec des devises fortes. Dans le cas des services commerciaux de télécommunications comme la transmission de données, la Mongolie souhaite attirer des investisseurs étrangers.

Pour obtenir le rapport sur la situation des télécommunications en Mongolie, communiquer avec la Direction des télécommunications internationales, Industrie Canada (voir l'encadré ci-contre).

RENSEIGNEMENTS

ComExport paraît en français et en anglais à titre de supplément de *CanadExport*. Il est publié par la Direction des télécommunications internationales, Industrie Canada. Les articles peuvent être reproduits avec la mention de *ComExport*.

Pour de plus amples renseignements sur les sujets traités dans ce numéro de *ComExport*, communiquer avec :

Industrie Canada

Direction des télécommunications internationales

Téléphone : (613) 990-4214

Télexcopieur : (613) 990-4215

Pierre Gagné *Directeur*
(613) 990-4240

Hélène
Cholette-Lacasse *Communauté des États indépendants (CEI)*

(613) 998-4478

Patrick Julien *Afrique et Europe de l'Ouest*

(613) 990-4211

Sinclair Volk *Moyen-Orient et Europe de l'Est*

(613) 990-4216

LLoyd Johnson *ANASE, Australie et Pacifique-Sud*

(613) 990-4213

Kathleen Donohue *Asie du Nord et de l'Est*

(613) 990-4232

Roger Wainwright *Brésil, Antilles et États-Unis*

(613) 998-0416

Randy Zadra *Amérique latine*

(613) 993-5444

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est

Téléphone : (613) 992-7359

Télexcopieur : (613) 943-1068

SAVIEZ VOUS?

- ➔ Que les pays de l'Afrique subsaharienne importent pour plus de \$100 milliards de biens et services par année? Moins de un pour cent de ses importations sont en provenance du Canada.
- ➔ Que les statistiques d'importation pour la région ne comprennent pas les services (notre force traditionnelle) ni les marchandises qui transitent par l'Europe (le partenaire traditionnel de l'Afrique avec lesquels les sociétés canadiennes font également affaires) ou par New York?
- ➔ Que l'Afrique du Sud, la Namibie, le Botswana, le Lesotho, le Swaziland et l'île Maurice peuvent bénéficier de financement de la Société d'Expansion des exportations (SEE) et que plusieurs autres peuvent bénéficier d'assurances SEE? Que la SEE peut financer certains projets par des institutions intermédiaires?
- ➔ Que depuis que le Canada a levé ses sanctions contre l'Afrique du Sud (en septembre 1993) les échanges commerciaux ont augmenté de \$30 millions sur le niveau de \$300 millions en 1992. Et qu'il est prévu que ces échanges augmenteront à plus de \$600 millions?
- ➔ Que l'île Maurice a accueilli le *Sommet de la Francophonie* en Octobre 1993, et qu'une mission commerciale vers ce pays en juin 1993 a débouché sur des ventes directes d'une valeur de \$15 millions?
- ➔ Que le Bénin sera l'hôte du prochain *Sommet de la Francophonie* en 1995 et que nous organiserons une stratégie de promotion commerciale pour appuyer les efforts des exportateurs canadiens intéressés aux préparatifs pour le Sommet?
- ➔ Que le Botswana a des réserves de devises de plus de \$5 milliards, un montant suffisant pour financer leurs importations pour plus de 22 mois. C'est un des ratios les plus élevés du monde.
- ➔ Qu'il y a des exploitations minières commerciales dans plus de vingt pays d'Afrique subsaharienne. Que la valeur totale des exportations africaines de minéraux, pierres précieuses et d'uranium sont évaluées à plus de \$27 milliards et que beaucoup du potentiel minéral de la région n'a pas encore été exploité.
- ➔ Que la République D'Afrique du Sud doit investir plus de US\$ 3.3 milliards entre 1994 et l'an 2000 (plus de

\$420 millions par année) en télécommunications, afin d'augmenter le nombre de lignes téléphoniques de 8.5 abonnées par 100 habitants à 11.2 abonnées par 100 habitants?

- ➔ Que d'ici l'an 2000, treize pays d'Afrique de l'est, d'Afrique australe et de l'Océan Indien investiront plus d'un milliard de dollars dans le secteur des télécommunications. En tête de liste : Kenya, Ethiopie et Maurice.
- ➔ Que l'Afrique subsaharienne a de vastes ressources naturelles: gaz, charbon, hydro et géothermales? Mais que l'exploration et le développement se font lentement. Des mesures récentes prises par les pays de la région pour améliorer le cadre réglementaire sont des signes encourageants.

La corporation internationale de financement (CFI) a investi un milliard dans 165 pays sub-sahariens.

➔ Que le littoral ouest-africain, de Côte d'Ivoire au Cap font l'objet d'exploitation pétrolière. Plus de 78 réserves identifiées au Gabon, en Angola, Congo et autres pays du Golfe de Guinée seront mis en production dans les prochaines cinq années. Ces sites sont exploités par les multinationales, qui doivent s'approvisionner en équipements et services divers, y compris les télécommunications, les systèmes de sécurité et l'habitat.

- ➔ Que malgré les difficultés éprouvées par le Nigéria, ses perspectives sont encourageantes. Saviez vous que le Canada exporte pour plus de \$60 millions au Nigéria, malgré les contraintes commerciales et les bouleversements politiques. Destiné à devenir un des plus grands pays de monde en terme de population, le Nigéria doit améliorer son infrastructure et son secteur énergétique.
- ➔ Que la Banque mondiale déboursera plus de US\$12 milliards en Afrique subsaharienne dans la période 1995-1997? Un inventaire des projets de la Banque est publié mensuellement.
- ➔ Que la Banque mondiale dépense plus de \$US 2 milliards en services de consultants? Une bonne partie est déboursée pour l'Afrique.
- ➔ Que la Banque Africaine de développement (située à Abidjan) est un des rares bailleurs de fonds dans la région, et que ses déboursés en Afrique dépassent ceux de la Banque mondiale?

L'ARABIE SAOUDITE S'OUVRE AUX AFFAIRES

L'un des plus importants marchés au comptant du monde, l'Arabie saoudite est le premier partenaire commercial du Canada au Moyen-Orient. À l'heure actuelle, le commerce bilatéral dépasse chaque année le milliard de dollars canadiens, aucun des deux pays n'enregistrant vraiment de surplus. Compte tenu de la croissance du marché intérieur et de l'expansion industrielle rapide, l'Arabie saoudite est une destination de choix des fournisseurs et des investisseurs étrangers et peut devenir un marché encore plus vaste pour les produits et services des entreprises canadiennes, si elles font preuve de persévérance.

Grâce à son sous-sol riche en pétrole (les réserves y sont estimées à 258 milliards de barils, contre 5,1 milliards de barils pour le Canada), l'Arabie saoudite demeure le premier exportateur de pétrole du monde et l'avenir d'un marché intérieur développé y est assuré.

Les technologies sont en demande

À sa première visite, l'exportateur est frappé par l'infrastructure moderne dont s'est dotée l'Arabie saoudite. Plus de 900 milliards de dollars ont été investis au cours des vingt dernières années afin de moderniser les réseaux routiers, les aéroports, les hôpitaux, les usines de dessalement des eaux et les écoles; l'industrie lourde et le secteur de la fabrication ont également bénéficié d'investissements importants, dans une perspective de diversification de l'économie.

Les services aux entreprises sont bien développés, notamment les services bancaires et les réseaux de télécommunications modernes. L'anglais est utilisé couramment dans le milieu des affaires.

Un revenu par habitant de 7250 dollars US, un taux de natalité élevé et une population très jeune (50 p. 100 des Saoudiens ont moins de 15 ans) soutiennent une croissance rapide de la demande. Il existe un besoin de plus en

plus pressant pour les plus récentes technologies de pointe. Les entrepreneurs du secteur privé n'hésitent pas à s'associer aux grandes sociétés étrangères. Mais attention! Pour pénétrer ce marché lucratif, il faut offrir des produits très concurrentiels, faire preuve de patience, effectuer des visites fréquentes afin d'entretenir les relations et s'établir résolument dans le marché.

Perspectives d'exportation

Comme le gouvernement saoudien a adopté des restrictions budgétaires à court terme en raison de la faiblesse des cours mondiaux du brut, il faut en profiter pour bien se positionner. En croissance constante et bénéficiant de l'appui du gouvernement, le secteur privé offre d'excellentes possibilités commerciales. Il existe des débouchés intéressants pour les sociétés canadiennes :

- a) *télécommunications (satellites, hyperfréquences, gestion du spectre, systèmes de téléphonie mobile, etc.);*
- b) *équipement pour l'exploitation pétrolière et l'industrie pétrochimique, commandes et pompes industrielles;*
- c) *équipement de bord et services aériens, fabrication de pièces d'automobile;*
- d) *levés, cartographie, télédétection, SIG;*
- e) *matériel de défense et de sécurité;*
- f) *produits alimentaires et expansion de l'industrie agro-alimentaire;*
- g) *matériel et services de soins de santé, entretien et gestion des hôpitaux;*
- h) *prospection et exploitation minières;*
- i) *enseignement et services de formation technique.*

Les coentreprises prospèrent

L'Arabie saoudite est en train de devenir un important fabricant de produits pétrochimiques, électromécaniques, industriels et de consommation dans le cadre de coentreprises formées avec des associés étrangers.

De généreux incitatifs

Le gouvernement saoudien incite fortement les sociétés étrangères à former des coentreprises avec des investisseurs locaux en vue de la réalisation de projets industriels. Parmi les incitatifs offerts, mentionnons une exonération fiscale pour une période de dix ans, des remises de droits de douane sur l'équipement et les matières brutes importés, le rapatriement détaxé des capitaux et des bénéfices, le loyer presque nul pour les terrains et leur infrastructure et les services publics à prix de faveur.

Le Fonds saoudien pour le développement industriel, autre façon d'encourager les investisseurs saoudiens et leurs associés étrangers, leur accorde des prêts sans intérêt pouvant représenter jusqu'à 50 p. 100 des coûts en immobilisations (jusqu'à concurrence de 200 millions de dollars US), si la participation saoudienne dans la coentreprise est d'au moins 25 p. 100.

Des représentants et des visas

Comme dans la plupart des marchés, on ne peut réussir en Arabie saoudite sans un représentant local qui s'occupe des visas d'entrée et de sortie, facilite les contacts avec les décideurs et se charge de la logistique. Le choix du représentant est crucial; on recommande un essai d'un an, après quoi les deux parties peuvent renouveler le contrat.

Les Canadiens doivent se munir d'un visa. Pour ce faire, ils doivent d'abord obtenir une lettre d'invitation d'un Saoudien qui agira comme parrain. La demande de visa doit ensuite être présentée à l'ambassade d'Arabie saoudite à Ottawa aux fins de traitement, bien avant la date prévue de la visite.

Communiquer avec Rick Clynick, MAECI, tél. : (613) 944-5984, téléc. : (613) 944-7431, ou avec Murray K. Esselmont, ambassade du Canada, P.O. Box 94321, Riyad 11693, Royaume d'Arabie saoudite, tél. : (966-1) 488-2288, téléc. : (966-1) 488-0137.

OCCASIONS D'AFFAIRES : D'ESPAGNE

Les débouchés éventuels suivants nous ont été communiqués par la Chambre de commerce de Madrid. Comme à l'accoutumée, nous vous recommandons de vérifier le sérieux de l'entreprise avant de vous engager.

Produits de la mer — vivants, frais ou congelés — Recherchés par Andreas Umbria, Hispamar, S.A., a/s Orense, 68, 4º, 28020, Madrid. Tél. : (341) 741-1141. Fax : (341) 320-4422.

Poissons, crustacés et coquillages — Recherchés pour importation par Pedro Martinez, Cocedero de Mariscos La Mar, Pol. Ind. El Nevero, Parcela H-9, 06001 Badajoz. Tél. : (3424) 274-103. Fax : 274103.

Crevettes et homards surgelés — Recherchés par Jose Carlos Gonzalez, Almacenes Loton, S.A., Av. Camino de lo Cortao, No. 12, 28700 San Sebastian Los Reyes (Madrid). Tél. : (341) 654-8799. Fax : (341) 654-9125.

Ouvrages techniques et médicaux — Recherchés pour importation par Angel Hernandez, Libreria Ciencia Industrial, S.L., Fernandez de la Hoz, 82, 28003 Madrid. Tél. : (341) 654-8799. Fax : (341) 534-5931.

Vêtements sport et vêtements pour dames — Recherchés par Alessandro Corradi, Area Moda, S.L., a/s De la Via, 7, 28019 Madrid. Tél. : (341) 565-0603. Fax : (341) 565-0729.

Nappes, draps, tapis, châles, mouchoirs, couvre-lit — Recherchés pour importation par Rafael Escalante, S.A., Pº de la Esperanza 23, 28005 Madrid. Téléphone : (341) 474-2700. Fax : (341) 473-8487.

Droits de distribution exclusive de fournisseurs de produits pharmaceutiques — Recherchés par Juan Berenguer, Lineafarm, S.A., a/s Aragoneses, 9, 28100 Alcobendas (Madrid). Tél. : (341) 661-1410. Fax : (341) 661-9584.

Fournitures de bureau, fournitures informatiques, papeterie et matériel scolaire — Recherchés pour importation par Enrique Martinez, Comercial Hesperia, S.A., a/s Rio Guadiana, 2, 28850 Torrejon de Ardoz (Madrid). Tél. : (341) 677-1313. Fax : (341) 677-0452.

PUBLICATIONS

Les produits forestiers en Italie

L'Italie est le plus important importateur mondial de bois d'oeuvre après les É-U. et le Royaume Uni et le plus important importateur de bois franc. Les produits forestiers représentent l'assise principale des exportations canadiennes vers l'Italie dans la balance commerciale entre les deux pays. En 1993, nos exportations vers l'Italie se chiffraient à quelque 230 millions \$ pour le bois scié, le contreplaqué et les agglomérés.

Les prévisions à moyen terme laissent entrevoir une croissance constante des ventes de produits forestiers canadiens en Italie, particulièrement pour le bois d'oeuvre de bonne qualité et les produits à plus grande valeur ajoutée et semi-manufacturés.

Il existe en Italie plusieurs salons internationaux dédiés aux produits forestiers et aux industries du bâtiment et de la construction. Les principaux salons sont le Sasmil et le InterBimall, qui auront lieu à Milan en mai 1994, et le Saie et le SaieDue, qui se tiendront à Bologne, respectivement en octobre 1994 et en mars 1995. Pour renseignements sur ces salons ou sur le secteur des produits forestiers en Italie, contacter l'InfoCentre (MAECI) au 1 (800) 267-8376 pour obtenir copie d'un rap-

port préparé par notre personnel commercial en Italie.

Le marché américain des instruments médicaux

Une étude portant sur le marché américain des instruments médicaux dans les États américains du Centre-atlantique analyse les tendances actuelles et futures des marchés, examine la réglementation américaine pertinente et comporte une liste de documents de référence que les entreprises peuvent consulter afin d'accroître leur part de marché dans cette région. On peut se procurer un exemplaire en contactant M.M. Ellenbogen, ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue N.W., Washington D.C. 20001. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

Importations des textiles

La Direction du contrôle des importations a publié le guide «Modalités d'importation des textiles et des vêtements». Cet ouvrage, disponible dans les deux langues officielles, vous renseigne quant aux procédures et lignes directrices à observer; il fournit la liste des courtiers en douanes dans chaque province. A commander d'InfoCentre. Tél. : 1-800-267-8376 (Ottawa: 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Toronto/Vancouver

Les marchés mondiaux à votre porte

Toronto est le prochain lieu de rendez-vous (15 juin 1994) de la foire commerciale sur catalogue et atelier d'une journée intitulée **Les marchés étrangers à votre porte**, qui a remporté beaucoup de succès à Edmonton, Montréal et Halifax.

Cet événement présenté un peu partout au Canada se tiendra ensuite à Vancouver (8 décembre 1994).

Les marchés étrangers à votre porte aide les exportateurs, nouveaux ou actuels, à exploiter les réseaux, les contacts et le savoir-faire des maisons de commerce canadiennes et étrangères.

Les fabricants qui y ont participé jusqu'à présent ont généré jusqu'à maintenant des exportations et des contreparties d'une valeur estimée à 25 millions \$.

La foire de Toronto, la plus importante en son genre jamais tenue au Canada, devrait attirer plus de 150 maisons de commerce canadiennes et étrangères et 225 fournisseurs ontariens. Il s'agit d'une occasion unique pour ces derniers d'explorer les débouchés sur les marchés extérieurs avec un aussi

grand nombre de maisons de commerce et pour les négociants de rencontrer la crème des entreprises ontariennes dans tous les secteurs.

Cet événement est organisé en collaboration avec le ministère ontarien du Développement économique et du Commerce et la FEDNOR, qui se charge des invitations aux fournisseurs.

Les fabricants et les transformateurs d'aliments qui désirent obtenir de plus amples renseignements peuvent contacter Ken Campbell, du ministère ontarien du Développement économique et du Commerce, tél. : (416) 325-6659, fax : (416) 325-6653. Les maisons de commerce sont invitées à

communiquer avec Mike Reshitnyk, MAECI, à Ottawa. Tél. : (613) 996-1862. Fax : (613) 996-1225.

La foire de Vancouver est parrainée par B.C. Trade Development Corporation et Diversification de l'économie de l'Ouest.

Les fournisseurs de Colombie-Britannique intéressés qui voudraient en savoir davantage sont priés de communiquer avec Dale Harvey, du B.C. Institute for Studies in International Trade. Tél. : (604) 844-1905. Fax : (604) 660-3917. Les maisons de commerce doivent s'adresser à Mike Reshitnyk aux numéros susmentionnés.

Alimentation au Royaume-Uni (Suite de la page 1)

Uni (affichant des bénéfices annuels de 2 milliards \$), les produits de marque privée représentent près de 70% des ventes, proportion qui ne cesse d'augmenter. La société Cott Inc., de Toronto, a signé récemment un contrat en vue de la mise en marché de ses boissons gazeuses sous la marque Sainsbury. Par ailleurs, Marks and Spencer offre uniquement des produits de marque St. Michael's.

Il existe des débouchés intéressants pour la vente de produits canadiens à fort volume et à prix concurrentiels (p. ex. le maïs sucré congelé ou en conserve, les asperges en conserve, le saumon en conserve, le whisky, le fromage et les cerises en conserve) et de produits identifiés «canadiens» (comme le miel canadien de marque St. Michael's ou la bière canadienne de marque Sainsbury).

Alors, la prochaine fois que vous pensez à la gastronomie britannique, pensez aux produits canadiens! L'an dernier, le magasin à rayons Harrods a commencé à offrir les piroguis de la société albertaine Heritage Foods. Y a-t-il quelque chose de plus canadien que des pirojkis ukrainiens faits en Alberta? Aimerez-vous faire goûter vos produits aux Britanniques? Communiquer avec le **Haut-commissariat du Canada**, One Grosvenor Square, Londres W1X 0AB. Fax : 44 71 258-6384

Demandez l'un des agents suivants : **Gordon Parsons**, Conseiller, (agriculture et pêches). Tél. : 44 71 258-6663; **Janet Farmer**, Agent commercial, (agriculture et pêches); Tél. : 44 71 258-6665; **Charles Trevor**, Agent commercial, (produits alimentaires). Tél. : 44 71 258-6664.

AU CALENDRIER

Toronto — 12 et 13 mai 1994 — Relever et exploiter les débouchés dans le domaine des équipements collectifs au Canada et dans les pays en développement — Communiquer avec Garvie Brown, Conference Manager, Institute for International Research, Toronto. Tél. : (416) 928-1078. Fax : (416) 928-9613.



InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **InfoCentre** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une demande à la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



CANAD EXPORT

Dept. of External Affairs

RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

Vol. 12 N°9

16 mai 1994

L'URUGUAY ROUND OUVRE DES HORIZONS COMMERCIAUX

Le 15 avril 1994 aura marqué l'entrée du commerce mondial dans le XXI^e siècle.

La signature d'une série d'accords dont les textes couvrent 26 000 pages met un point final à l'Uruguay Round, le plus complexe cycle de pourparlers commerciaux que le monde ait jamais connu, et annonce des perspectives inédites de prospérité.

D'après l'OCDE, les récents accords

se traduiront pour le Canada par un accroissement annuel de 6 milliards \$ du PIB. Chaque entreprise canadienne bénéficiera des nouveaux arrangements qui régiront le commerce mondial.

Le nouveau cadre du commerce mondial

La conclusion de l'Uruguay Round rénove l'édifice du commerce mondial grâce à trois accords importants.

Les parties ont trouvé un terrain d'entente pour liquider de vieilles querelles au sujet du commerce des produits manufacturés et des produits agricoles.

Pour la première fois, le commerce des services — un quart des 4 billions de dollars en échanges mondiaux — est assujéti aux règles multilatérales du commerce. Le nouvel Accord général sur le commerce des services (GATS) institue pour le secteur des normes de base et des arrangements institutionnels.

Le troisième accord porte sur la création de l'Organisation mondiale du commerce. Prenant le relais du GATT, l'OMC deviendra l'organe permanent, chargé de la régie du commerce mondial et du règlement multilatéral des différends opposant les pays membres.

Un traitement royal pour l'import/export

En offrant un service d'assistance téléphonique sur le commerce, la Banque Royale rend plus facile aux importateurs et exportateurs canadiens l'accès aux marchés étrangers. Où qu'elles soient situées au Canada, les entreprises peuvent utiliser le service d'assistance téléphonique de la Banque, en composant le numéro sans frais 1-800-263-9191, du lundi au vendredi, de 8 heures à 20 heures (heure locale).

En faisant appel à ce nouveau service, les entreprises pourront profiter des connaissances collectives

de quelque 180 experts qui parlent 25 langues, qui possèdent l'expérience des marchés internationaux et qui peuvent les aider dans la conduite de leurs affaires à l'étranger. Le communiqué de la Banque Royale souligne que ses spécialistes connaissent à fond des questions telles les lettres de crédit, les cautionnements, les garanties, l'analyse des risques-pays et les montages financiers innovateurs et sont en mesure d'aider les entreprises canadiennes dans leurs démarches sur les marchés mondiaux.

Autres accords multilatéraux

L'Acte final comprend en outre plusieurs autres dispositions importantes.

Une première dans l'histoire des ententes commerciales multilatérales, tous les pays signataires sont tombés d'accord sur une définition de ce qui constitue une subvention. Résultat, la position du Canada ne pourra que s'en trouver renforcée quand il s'agira de se défendre contre des mesures de rétor-

(Voir page 6 — Des retombées)

SEE : Une ligne de crédit de 75 millions \$

Les entreprises canadiennes désireuses de vendre leurs produits et services au Mexique bénéficieront d'une nouvelle ligne de crédit de 75 millions \$ U.S. établie entre la SEE et la plus importante banque mexicaine, la Banco Nacional de México, S.A. (Banamex).

Cette ligne de crédit s'avérera un outil de marketing très précieux pour les PME qui cherchent à faire des affaires au Mexique. Le financement de leurs transactions peut être approuvé aux termes de ce mécanisme par l'intermédiaire

de l'un ou l'autre des huit bureaux régionaux de la SEE.

La SEE dont le mandat est d'aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés internationaux, favorise le commerce extérieur et les investissements à l'étranger en fournissant des services de gestion des risques, notamment de l'assurance, du financement et des garanties, aux entreprises canadiennes et à leurs clients dans le monde entier.

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---|------|
| CENT ANS DE SERVICE | 2 |
| SOUSSIONNER AU GOUVERNEMENT AMÉRICAIN | 3 |
| FOIRES COMMERCIALES/ATELIERS | 4 |
| SUPPLÉMENT : ACCÈS | I-IV |
| LE JAPON, MARCHÉ-CIBLE DU TOURISME | 5 |
| PUBLICATIONS/AU CALENDRIER | 7-8 |

Le service des délégués commerciaux, hier et aujourd'hui

Il y a cent ans, en 1894, lorsque John Short Larke a été nommé comme premier délégué commercial du Canada en Australie, la recommandation du ministre du Commerce au Conseil privé énumérait comme suit les tâches qu'il devait accomplir :

1. Recueillir pour le Ministère des renseignements sur les exigences commerciales générales et les débouchés particuliers en Australie.
2. Fournir les noms et adresses des entreprises qui distribuent des produits fabriqués au Canada.
3. Fournir les noms des sociétés canadiennes désireuses de vendre leurs produits aux distributeurs australiens intéressés.
4. Faire rapport chaque mois au Ministre au sujet de la demande australienne en produits que le Canada pourrait fournir, et à propos d'autres questions commerciales connexes.
5. Répondre aux lettres de nature commerciale reçues des entreprises australiennes et des fournisseurs canadiens.
6. Promouvoir le commerce entre le Canada et l'Australie de toutes les façons possibles, dans le cadre des directives du ministre du Commerce.

Ces attributions, on en conviendra, n'ont rien perdu de leur actualité, bien que nous les rangions aujourd'hui sous le vocable sophistiqué de «collecte de renseignements».

John Short Larke s'est mis en route pour l'Australie au début du mois de décembre 1894. Le ministre du Commerce de l'époque, sir Mackenzie Bowell, l'avait chaudement recommandé au Premier ministre : «Pour le succès de nos liens commerciaux avec l'Australie, il est absolument nécessaire d'avoir un agent sur place à Sydney... Je ne connais personne au Canada de plus apte à occuper ce poste que M. Larke... Il est un défenseur enthousiaste de l'expansion du commerce canadien, il possède d'excellentes aptitudes oratoires et il fera merveille dans ses allocutions devant les

Chambres de commerce et autres organismes.» Je me permets encore une fois de confirmer que «l'enthousiasme» et «des aptitudes oratoires» (ou pour la rédaction) sont encore de nos jours les qualités essentielles d'un bon délégué commercial.

En lisant des extraits des dépêches envoyées par M. Larke à ses supérieurs à Ottawa, et rescapées des archives par O. Mary Hill dans son livre *Canada's Salesmen to the World*, j'ai été frappée par l'à-propos de ses conseils aux exportateurs éventuels et l'insistance sur l'engagement à long terme. «Il faut avertir les voyageurs de commerce qui viennent ici de la lenteur avec laquelle se développeront leurs affaires. Certains arrivent ici, après un voyage de quatre ou cinq mille milles, et s'attendent à conclure une grosse transaction pour repartir sur le prochain vapeur. Bien entendu, comme cela ne peut être, ils s'agitent et maugréent contre ce que les choses ne se passent pas comme au Canada. Qu'ils se rappellent qu'ils sont nouveaux ici, que leurs produits sont inconnus dans ce pays. Certains d'entre eux n'ont même pas apporté d'échantillons des produits qu'ils offrent. Il existe un marché pour de nombreuses gammes de produits canadiens, mais (...) il y faut du temps, un certain investissement et de la patience, sans quoi je ne puis conseiller à quiconque de venir en Australie.» (Larke, 1896)

N'avez-vous pas l'impression d'avoir lu des propos semblables dans les pages de *CanadExport*, par exemple qu'un exportateur doit établir une présence permanente dans le marché qu'il désire conquérir?

N.B. Apparemment, et ici encore la comparaison demeure actuelle, les rapports de Larke n'étaient pas toujours reçus avec le même enthousiasme à la centrale. Ainsi, cette note du sous-ministre à son ministre: «...comme une partie pourrait vous intéresser, je vous la transmets. Le reste du rapport ne vaut pas la peine que vous le lisiez.» T'en fais pas, mon vieux, ça nous arrive à tous!

L'environnement du commerce international a changé, les règles sont devenues plus complexes et la concurrence s'est intensifiée. Mais le défi est le même : promouvoir les produits et les services canadiens sur les marchés extérieurs.

Dans un prochain numéro, nous examinerons comment l'évolution des règles du commerce a changé le rôle du délégué commercial.

Le rédacteur en chef
Sylvie Bédard

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition de mentionner 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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN VOUS INVITE À SOUMISSIONNER

Le gouvernement américain lancera bientôt des invitations à soumissionner afin d'accorder des marchés à prix unitaires multi-fournisseurs pour les biens et services énumérés plus bas. Ces marchés ressemblent aux offres permanentes principales du gouvernement canadien.

Pour être inscrit sur la liste d'envoi et recevoir une invitation, communiquer avec la personne-ressource indiquée dans la liste qui suit.

Pour renseignements sur le processus d'adjudication des marchés du gouvernement américain ou sur les prochains marchés pour d'autres produits et services, contacter Judy Bradt, agent commercial, ambassade du Canada, Washington D.C.. Tél. : (202) 682-7746. Fax : (202) 682-7619. Courrier électronique : J.BRADT@GENIE.GEIS.COM

SERVICE :

Crédit commercial et crédit à la consommation
Valeur prévue du marché : 7 millions \$ par année
Nombre de fournisseurs actuels : 18

Prochaine invitation : 06/94

Période du marché : 5-1/4-30

Numéro du marché : 732 I A

Personne-ressource : Ira Herman, Services Acquisition Center. Tél. : (703) 305-6305

PRODUIT :

Produits chimiques, produits chimiques de traitement de l'eau pour les systèmes de chauffage et de refroidissement, et additifs pour le mazout

Valeur prévue du marché : 60 millions \$

Nombre de fournisseurs actuels : 60

Prochaine invitation : 06/06/94

Période du marché : 2-1/1-31

Numéro du marché : 68 V B & C

Personne-ressource : M^{me} Peggy Caley, Paints and Chemical Commodity Center. Tél. : (206) 931-7887

PRODUIT :

Produits chimiques, désinfectants

Valeur prévue du marché : 5 millions \$

Nombre de fournisseurs actuels : 8

Prochaine invitation : 07/07/94

Période du marché : 3-1/2-28

Numéro du marché : 68 VI A

Personne-ressource : Hank Bomkamp, Paints and Chemical Commodity Center. Tél. : (206) 931-7088

PRODUIT :

Produits chimiques, désodorisants d'intérieur

Valeur prévue du marché : 3 millions \$

Nombre de fournisseurs actuels : 21

Prochaine invitation : 06/01/94

Période du marché : 12-1/11-30

Numéro du marché : 68 VI B

Personne-ressource : Hank Bomkamp, Paints and Chemical Commodity Center. Tél. : (206) 931-7088

PRODUIT :

Nettoyants et dégraissants biodégradables

Valeur prévue du marché : 12 millions \$

Nombre de fournisseurs actuels : 9

Prochaine invitation : 07/01/94

Période du marché : 7-1/6-30

Numéro du marché : 79 VI

Personne-ressource : Tom Westerlund, Paints and Chemical Commodity Center. Tél. : (206) 931-7937

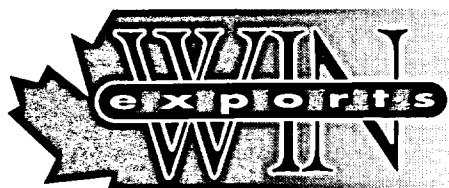
Marché partiellement réservé à la petite entreprise

CONTRATS DÉCROCHÉS

Les breuvages Nora Inc., Montréal, a signé un accord de distribution avec Pepsi-Cola Japon. Nora exporte 90% de leur production.

Bristol Aerospace Limited de Winnipeg, au Manitoba, a remporté par l'intermédiaire de la Corporation commerciale canadienne un marché de 3,6 millions \$ US pour la fourniture à l'Armée de l'air des États-Unis de bâtis de support pour les moteurs d'aéronefs TF30-P111 ET F111F. Le marché a été attribué en vertu de l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense.

La société **Générale électrique** du Canada a obtenu un contrat de 191 millions \$ US pour la fourniture et l'installation de génératrices dans le cadre du projet hydroélectrique du barrage Caruachi dans le sud-est du Venezuela, projet évalué à 700 millions \$ US.



WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopier votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

Partenariat-technologie avec les États-Unis

Des séances d'information sur le programme **Partenariat-technologie** auront lieu du 9 au 24 juin prochains dans différentes villes canadiennes, en vue d'apparier des associés canadiens et américains cet automne à Washington et à Chicago.

Les sociétés canadiennes d'informatique qui exportent déjà aux États-Unis, ou qui sont sur le point de le faire, bénéficieront de ce programme, qui en est à sa troisième année.

Le gouvernement fédéral américain dépense à lui seul plus de 25 milliards \$ chaque année dans le domaine de l'informatique. Les gouvernements locaux et d'État en dépensent autant, alors que le secteur privé américain offre des possibilités commerciales de l'ordre de 200 milliards \$.

Destiné aux chefs de la direction, aux présidents et aux vice-présidents du développement, ce programme a été élaboré par la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Washington dans le but d'apprendre aux entreprises canadiennes comment se tailler une place dans le secteur de l'informatique, par le biais d'une alliance avec des entrepreneurs principaux américains. Washington est le haut lieu des marchés publics fédéraux, tandis que Chicago abrite les sièges sociaux de douzaines d'entreprises américaines classées par *Fortune* parmi les 500 plus grandes sociétés.

Les dirigeants de sociétés américaines d'informatique sélectionnées comme entrepreneurs principaux ont accepté de tenir l'ambassade du Canada au courant des projets et des marchés pour lesquels ils cherchent des associés, des technologies qu'ils recherchent et de l'apport attendu d'un associé canadien pour qu'il se joigne à un consortium répondant à un appel d'offres.

Faisant appel à des spécialistes de l'industrie des deux pays, les séances d'information de juin prépareront les participants en vue des réunions sur le partenariat qui auront lieu cet automne à **Washington (18-20 octobre)** et à

Chicago (1^{er}-3 novembre). À cette occasion, les entreprises canadiennes apparées lors des séances de juin pourront rencontrer leurs associés américains éventuels.

Les séances d'information au Canada se tiendront à **Halifax (les 9 et 10 juin)**, à **Montréal (les 14 et 15 juin)**, à **Ottawa**

(les 16 et 17 juin), à **Waterloo (les 20 et 21 juin)** et à **Calgary (les 23 et 24 juin)**.

Pour renseignements ou pour réserver sa place, communiquer avec Judith Allen, coordonnatrice, programme Partenariat-technologie, 203, rue MacLaren, Ottawa K2P 0L4. Tél.: (613) 831-7713. Fax : (613) 236-5767.

Un atelier de deux jours vous prépare à faire affaires au Mexique

Montréal — Les 27 et 28 mai 1994, la Banque fédérale de développement en collaboration avec le Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) du Canada et FITT (Forum for International Trade Training), organise un séminaire de deux jours pour préparer les entreprises canadiennes à faire affaires au Mexique.

Les entreprises développeront des outils concrets et auront accès à des techniques et renseignements pertinents pour être en mesure de prendre une décision éclairée en ce qui a trait au potentiel du marché mexicain.

Suite à la formation reçue, les participants pourront participer à une mission commerciale conduite par le MAECI. D'une durée de 3 à 5 jours, l'itinéraire sera déterminé selon les besoins des entreprises canadiennes

et leurs intérêts d'affaires.

A titre d'offre d'introduction, le coût de participation au programme de formation de deux jours est de 950 \$ plus taxes; le coût de participation à la mission commerciale est également de 950 \$ plus taxes. La formation est un prérequis à la mission commerciale.

Contenu du programme de formation : Opportunités d'affaires au Mexique; Élaboration d'un plan d'affaires; Possibilités sectorielles; Réseaux de distribution; Établissement des prix à quai; Logistique du commerce avec le Mexique; Entrée sur le marché - partenaires; Négociations au Mexique; Techniques promotionnelles; Diagnostic et réparation de la mission.

Pour renseignements et pour inscription, contacter M. Jean-François Croft au (514) 334-6122.

Calendrier des foires de Casablanca

Casablanca-Voici le calendrier des manifestations commerciales organisées par l'Office des Foires et Expositions de Casablanca pour l'automne 1994:

- Salon international de sous-traitance et de partenariat «SISTEP», du 20 au 23 septembre;
- Salon international de la santé «Médical Expo», du 6 au 9 octobre;
- Salon international du bâtiment «SIB», du 25 au 30 octobre;-Salon international de l'édition et du livre «SIEL», du 14 au 20 novembre;
- Forum international féminin, du 1er au 6 décembre.

Pour renseignements, s'adresser à : Fouzia Belmrah, Foire internationale de Casablanca, 11, rue Boukraâ (ex: Jules Mauran), Casablanca. Tél. : 212-(02) 26-50-98/22-28=13/27-15-45. Fax : 26/49/49.

Le Japon, marché cible de l'industrie touristique canadienne

Le marché étranger le plus important du Canada sur le plan des recettes touristiques est le Japon, dont les touristes au Canada ont rapporté 435 millions \$ en 1992, sans compter le prix des vols internationaux.

En effet, les touristes japonais au Canada produisent le rendement le plus élevé par jour (174 \$ en 1992) parmi nos principaux marchés. Les recettes supplémentaires potentielles sont importantes, à condition que le Canada puisse maintenir ou accroître sa part de marché.

Pour ce faire, l'industrie touristique canadienne doit mieux connaître la demande japonaise, adapter ses produits et mettre sur pied des programmes qui permettront d'accroître l'intérêt des touristes japonais et leurs séjours dans notre pays.

Connaître le type de touristes japonais qui visitent le Canada est un premier pas dans cette direction.

Un récent profil du marché des voyageurs d'agrément japonais au Canada indique clairement qu'il y a des segments distincts de clientèle (employées de bureau - première priorité, personnes du troisième âge et skieurs).

Des recherches sont en cours sur plusieurs autres clientèles qui présentent des possibilités intéressantes pour le Canada, soit les personnes d'âge moyen (45 ans et plus); les couples de 45 ans et plus à leur seconde lune de miel; la génération de l'après-guerre (40-44 ans) et ses enfants; les gens d'affaires; et les étudiants.

Il est intéressant de noter que, bien que le nombre de forfaits de voyages à destination du Canada offerts au Japon soit considérable, il est encore possible d'accroître la variété des produits, des destinations et des périodes de visite au Canada.

Pour exploiter ces possibilités, il faut tenir compte du fait que le comportement des consommateurs japonais en matière d'achat de voyages est en train de changer dans un marché déjà très évolué.

Ce changement a été provoqué par la

récession : les consommateurs avertis recherchent la valeur plutôt que la «marque», alors que le nombre de voyages en petit groupe, des voyages individuels et des achats hors pointe augmente.

Il y a un autre facteur à considérer : la concurrence qu'on se livre pour conquérir une part plus importante de ce marché en évolution, mais lucratif, est très intense. Cette concurrence s'accroîtra certainement par suite de l'achèvement des travaux d'agrandissement de l'aéroport de Narita et de l'ouverture de l'aéroport international du Kansai en septembre 1994. L'entrée en service de ce dernier aéroport devrait créer une autre vague de forte croissance du trafic.

Par conséquent, le Canada doit faire sentir fortement sa présence sur le marché, *dès maintenant*, et se positionner auprès de ses partenaires dans le domaine du tourisme pour affronter la concurrence en 1994 s'il veut maintenir et accroître sa part du marché d'ici la fin du siècle.

En fait, lors d'une conférence récente sur le tourisme canado-japonais à Montréal, le chef de la délégation japonaise a lancé un défi aux secteurs canadien et japonais : tripler le nombre de visites de Japonais au Canada chaque année, de 500 000 à 1,5 million.

On en imagine les conséquences sur les produits touristiques canadiens, par exemple au plan de l'amélioration de l'accès et de la capacité du transport aérien, des exigences relatives aux nouveaux produits et forfaits, des douanes et de l'immigration, et de la disponibilité d'un nombre suffisant de guides parlant japonais.

L'une des initiatives découlant de la mission touristique est la formation d'un «comité Canada», présidé par Tourisme Canada, qui rassemble des spécialistes de divers domaines du secteur touristique canadien dans le but d'examiner en profondeur les questions reliées au défi lancé par la délégation japonaise.

Une demi-douzaine de sous-comités

relevant du comité directeur formuleront des recommandations d'ici la tenue de la Conférence sur le tourisme canado-japonais en 1994. On s'attend à ce que l'honorable John Manley, ministre de l'Industrie (responsable du tourisme), dépose un rapport final au cours de la conférence, qui précédera le Forum mondial des ministres du Tourisme en novembre 1994.

Le comité Canada reconnaît clairement la nécessité d'adapter et d'élaborer de nouveaux produits touristiques. **Rendez-vous Canada 1994**, carrefour international de l'industrie touristique canadienne, accueillera ce mois-ci plus de 60 délégués japonais sélectionnés.

À la suite de **Rendez-vous Canada**, l'ambassade du Canada à Tokyo sera l'hôte de **Kanata 94**. Ce carrefour vise à aider l'industrie touristique du Canada à vendre ses nouveaux produits, à établir des réseaux d'affaires et à améliorer sa connaissance du marché. Il aura lieu au Japon à l'automne 1994, dans la région du Kansai, en prévision de la hausse de la demande qui pourrait résulter de l'ouverture de l'aéroport international du Kansai en septembre 1994.

Les avantages sur le plan économique seront énormes, si l'on atteint l'objectif de 1,5 million de visites. Un milliard de \$ de plus sera injecté chaque année dans l'économie canadienne, créant ainsi plus de 20 000 nouveaux emplois.

À cette fin, l'industrie touristique canadienne doit s'engager à suivre la stratégie décrite dans le Plan d'action canadien pour le Japon; elle doit se tenir au courant des changements dans la dynamique du marché japonais, adapter ses produits en conséquence et réagir de manière proactive aux problèmes de marketing soulevés par ces changements.

L'industrie touristique canadienne doit notamment s'engager à mettre en oeuvre les recommandations qui seront présentées à la Conférence sur le tourisme canado-japonais qui aura lieu cet

(Voir page 8 — Tourisme)

Des retombées commerciales qui se chiffrent en milliards! *(Suite de la première page)*

sion comme celles que pratiquent les États-Unis dans l'affaire du bois d'oeuvre de résineux.

Un autre accord, portant sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent le commerce (APIC), institue pour la première fois à l'échelle mondiale des dispositions qui protègent les inventions, les dessins industriels et le droit d'auteur.

Enfin, un Code des marchés publics a été signé par douze parties, dont les États-Unis, l'Union européenne et le Japon. Le nouveau Code offrira aux exportateurs canadiens un accès grandement amélioré aux marchés des gouvernements nationaux.

Nouveaux arrangements sectoriels, nouvelles perspectives

Les négociateurs, en parvenant à des ententes dans des domaines d'intérêt stratégique, ont pu donner un souffle nouveau au système du commerce mondial. Les résultats obtenus au chapitre des mesures sectorielles de libéralisation impressionnent tout autant.

Par exemple, l'Acte final prévoit la libéralisation du commerce des services améliorés de télécommunications. Tout est en place pour l'amorce d'autres pourparlers qui conduiront à l'ouverture des marchés pour les services de base en télécommunications.

L'accès aux marchés mondiaux est un facteur crucial pour le développement initial et la croissance de la plupart des entreprises canadiennes du secteur de l'informatique, en particulier dans le domaine de la conception de logiciels. Les dispositions de l'Acte final multiplieront les débouchés mondiaux dans cette industrie névralgique : les droits de douane frappant le matériel et les composants informatiques seront réduits; des mesures protégeant le droit d'auteur des créateurs de logiciels viendront combattre le piratage; les experts-conseils verront leur accès aux marchés étrangers amélioré.

Les États-Unis, l'Union européenne et le Japon, de même que d'autres pays

industrialisés, démantèleront sur dix ans les barrières tarifaires et non tarifaires élevées contre le commerce des produits de l'industrie du papier. Les barrières non tarifaires seront d'ailleurs éliminées dans nombre d'autres secteurs.

Des réductions tarifaires de 45 à 50 % en moyenne sur le bois et les produits du bois, échelonnées sur cinq ans, assureront aux fournisseurs canadiens un meilleur accès aux marchés d'Europe, du Japon et de Corée.

Le Canada et ses principaux partenaires commerciaux élimineront graduellement, sur cinq ans, les barrières tarifaires et non tarifaires frappant certains produits clés dans le secteur de la machinerie agricole.

De même, les grands partenaires commerciaux du Canada ont convenu d'éliminer sur cinq ans les barrières tarifaires et non tarifaires au commerce dans les secteurs de l'équipement de construction, d'exploitation minière et de manutention.

D'ici cinq ans à compter de janvier 1995, l'Union européenne réduira à zéro ses droits de douane sur le nickel et abaissera les droits frappant divers produits du cuivre, du plomb, du zinc et de l'aluminium. Hormis certaines exceptions, le Japon se prépare à plafonner à 3% les taux de droit qu'il applique au cuivre, au nickel, au plomb et au zinc. Pour sa part, la Corée réduira de 50% ses droits de douane sur le cuivre, le nickel, l'aluminium, le plomb et le zinc.

Les droits frappant le whisky canadien seront ramenés à zéro sur six ans

par l'Union européenne, et sur dix ans par le Japon. Nombre de pays en développement se sont également engagés à réduire leurs droits de douane.

La voie multilatérale

Les perspectives n'auront jamais été aussi bonnes que celles qui s'offrent aujourd'hui aux exportateurs canadiens, petites entreprises ou grandes sociétés.

Pour tous renseignements généraux sur les accords du GATT et leurs conséquences pour le Canada, s'adresser à : InfoCentre, MAECI. Tél. : (613) 944-4000, 1-800-267-8376 (sans frais). Fax : (613) 996-9709.

Pour plus de renseignements au sujet de la nouvelle liste tarifaire du Canada (qui prendra effet à la date d'entrée en vigueur de l'Organisation mondiale du commerce), s'adresser à : Questions tarifaires internationales, Ministère des Finances, Ottawa. Tél. : (613) 992-6885. Fax : (613) 995-3843

On peut aussi communiquer avec le Centre de commerce international de sa région.

Pour plus de renseignements au sujet des tarifs douaniers étrangers, s'adresser à : Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés, Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa. Tél. : (613) 992-2177. Fax : (613) 992-6002

Pour des renseignements détaillés sur ce que les accords changeront au commerce des produits agricoles, communiquer avec : Agriculture Canada. Tél. : 1-800-668-1266.

Une entente qui favorise la mobilité

Le Conseil canadien des techniciens et technologues (CCTT) et deux associations professionnelles britanniques du même domaine, l'Institution of Mechanical Incorporated Engineers (Amice) et l'Institution of Electronics and Electrical Incorporated Engineers (A), ont conclu une entente qui favorisera la mobilité du personnel entre le Canada et le Royaume-Uni en facilitant la reconnaissance professionnelle.

Le mécanisme de reconnaissance réciproque prévu à l'entente permettra aux ingénieurs, aux techniciens et aux technologues agréés de se servir dans l'autre pays de leurs titres professionnels.

PUBLICATIONS

Le financement aux Philippines

Notre section commerciale à Manille, aux Philippines, a effectué récemment une étude sur les programmes de financement des contrats de construction-exploitation-transfert (CET) pour des projets d'investissements aux Philippines. Ce pays occupe une place prépondérante dans le monde en ce qui concerne l'utilisation de cette méthode de financement pour de grands projets. L'étude comprend aussi des renseignements sur les contrats de construction-exploitation-possession (CEP), de construction-exploitation-location (CEL) et autres variations sur le même thème.

Jusqu'à présent, le gouvernement philippin a déterminé plusieurs domaines prioritaires où l'on utilisera des contrats de CET. Une nouvelle loi, qui doit être adoptée au Congrès philippin dans les semaines à venir, englobera tous les secteurs où sont utilisés des contrats de CET, notamment :

- la production et la distribution d'électricité, l'électrification et les installations connexes;
- les installations pour les transports, comme les routes et les ponts, les services de transport en commun, les infrastructures portuaires, les aéroports et les aides à la navigation;
- les installations de télécommunication et de services connexes;
- l'infrastructure du tourisme, de l'enseignement et de la santé;
- les activités de promotion immobilière, comme la construction de nouvelles villes et l'établissement de nouvelles collectivités, la récupération et l'assainissement des sols, les parcs industriels, les zones de traitement des exportations et les centres industriels régionaux;
- les installations pétrochimiques;
- l'infrastructure agricole, comme les marchés, les abattoirs, les entrepôts,

les ports de pêche publics et les étangs à poissons, y compris les installations connexes; et

- les installations écologiques de gestion des déchets.

L'étude énumère les projets pour lesquels on peut conclure actuellement des contrats de CET ainsi que les noms et les points de liaison pour les sociétés qui voudraient obtenir plus de renseignements. Elle propose par ailleurs une stratégie d'entrée sur le marché destinée aux sociétés qui connaissent mal ce genre de financement. Les Philippines ont instauré un service de guichet unique pour toutes les étapes des projets pour lesquels des contrats de CET ont été conclus.

Les Philippines offrent des garanties escomptables permettant d'acheter les services d'un consortium ou d'une coentreprise offrant des contrats de CET, ainsi qu'un bon taux de rendement des investissements. Les fabricants et les financiers canadiens expérimentés qui sont désireux de s'implanter de cette manière sur l'énorme marché philippin des projets d'investissement devraient trouver ce rapport intéressant et instructif.

Pour obtenir un exemplaire de la revue du marché, communiquer avec le MAECI. Fax : 996-1248.

Le marché singapourien du poisson

Le rapport Singapour : *Conseils à l'intention des exportateurs canadiens de poisson 1994* présente une vue d'ensemble du marché singapourien du poisson et des fruits de mer, et contient de l'information sur l'économie singapourienne et sur les facteurs qui influent sur l'importation des produits de la pêche vers ce marché. On y trouve aussi: exposé sur le marché singapourien du poisson et des fruits de mer, habitudes de consommation, distribution, accès au

marché, documentation, contacts commerciaux, importateurs, distributeurs et utilisateurs, transport et statistiques. Disponible auprès d'InfoCentre. Tél. : 1-800-267-8376 (à Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Le marché de l'artisanat

Préparés à l'intention des exportateurs canadiens de produits d'artisanat et d'articles cadeaux vers les territoires dont sont responsables l'ambassade du Canada à Washington et les consulats généraux du Canada à Atlanta, Boston, Buffalo, Detroit et Minneapolis, des profils de marché examinent les points à considérer lorsqu'on se prépare à exporter vers ces marchés et fournissent une liste de personnes-ressources ainsi que des renseignements utiles aux fournisseurs intéressés.

Les marchés des produits d'artisanat et des articles cadeaux sont bien développés dans ces régions et les produits canadiens y seront bien accueillis. De nombreuses sociétés canadiennes y ont connu du succès.

Pour se procurer un exemplaire de ces profils, communiquer avec la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, MAECI, Ottawa. Fax : (613) 944-9119.

Corée/Études des marchés

Les études de marché sur la Corée, dont les titres par secteur figurent ci-dessous peuvent être obtenus - sur support en papier ou sur disquette 3,5 ou 5,25 po - auprès du Ministre-conseiller (Commerce), Ambassade du Canada, B.P. 6299, Séoul, Corée 100-662. Fax : 011-82-2-755-0686. Prière de préciser le support souhaité.

Malheureusement, les ouvrages ne sont disponibles qu'en anglais.

(Voir la page suivante — Corée)

Corée (Suite de la page 7)

Agriculture, Pêches et Ressources

- Korean Food Market
- Seafood
- Dimensional Lumber Use

Technologie de pointe

- Telecommunications
- Software
- Korean Science, Technology, R&D
- Instrumentation
- Packaging & Labelling Machinery
- Power Generation & Distribution

Défense et Aérospatiale

- Defence Products
- Airport Equipment
- Aerospace

Équipement médical

- Equipment medical
- Pharmaceutical

Autres

- Outbound Tourism
- Construction
- Environmental Products, Services

Général

- Doing Business in Korea
- Legal Guide for Canadian Business in Korea
- Korean Outward & Inward Investment

Les études en cours de préparation portent sur la câblodiffusion, la biotechnologie et les systèmes de distribution coréens.

Tourisme (Suite de la page 5)

automne au Japon. Les entreprises qui s'orienteront en ce sens seront en bonne position, jusqu'à la fin du siècle, pour tirer profit d'avantages impressionnants

Pour de plus amples renseignements à ce sujet, communiquer avec John Schofield, MAECI. Tél. : (613) 995-8596. Fax : (613) 943-8286.

Les Centres de promotion des importations japonaises : pratiques pour les exportateurs

Les entreprises et les associations sectorielles étrangères qui tentent de prendre le lion de la lucratif marché japonais pourront bientôt obtenir de l'aide pratique dans de nouveaux Centres de promotion des importations situés dans quatre villes japonaises : Yokohama, Nagoya, Osaka et Kobe.

Les Centres de promotion des importations, dont l'ouverture officielle est prévue en juin, sont une initiative de l'Office japonais du commerce extérieur (JETRO). Ils offriront notamment les services suivants :

- Bureaux privés — On fournira sans frais aux gens d'affaires étrangers qui en sont au stade de la prospection du marché japonais un bureau de 12 à 15 mètres carrés, avec téléphone, télécopieur, bureau et rangements. De plus, JETRO fournit le personnel et l'accès à une bibliothèque.

- Comptoirs spéciaux — En facilitant la promotion auprès des consommateurs japonais de produits importés qu'ils ne connaissent pas, ces comptoirs pourraient constituer une forme directe d'étude de marché.

- On pourra fournir aux commerçants étrangers, pour une période maximale de six mois, des installations et des bureaux plus grands et mieux aménagés que les bureaux privés.

- Halls d'exposition — Les entreprises, les associations, les ministères et les offices de commercialisation pourront s'en servir comme vitrines des produits canadiens.

Les Centres de promotion des importations viennent s'ajouter au Centre de soutien des entreprises, que JETRO a ouvert à Tokyo il y a près d'un an

et qui connaît depuis un grand succès.

«Les réactions à l'ouverture du Centre de soutien des entreprises de Tokyo ont été très positives», déclare Yoshio Ishikawa, directeur général de JETRO à Toronto. «Le nombre de sociétés étrangères qui font appel à ses services ne cesse d'augmenter. Le Centre a été responsable dans une large mesure de nombre de partenariats et d'ententes de représentation et de création de filiales.»

JETRO compte plus de 80 bureaux répartis dans 58 pays. Au Canada, ses bureaux sont situés à Vancouver, à Toronto et à Montréal.

Les gens d'affaires désireux de présenter une demande aux Centres de promotion des importations sont priés de communiquer avec le bureau de JETRO le plus proche.

AU CALENDRIER

Toronto - Les 30 et 31 mai 1994. ICATS, le salon international 1994 du bâtiment et de l'architecture. Il intéresse tous ceux qui travaillent dans l'industrie du bâtiment. En dehors de l'exposition elle-même, des experts internationaux discuteront, dans le cadre de neuf séminaires, de toutes les questions se rapportant au thème de cette année, à savoir **la formation de réseaux et les débouchés d'affaires pour les marchés du bâtiment à l'échelle internationale.** Pour renseignements, communiquer avec Les Wheeler, de ICONA Trade Shows Inc.. Tél. : (416) 241-2374. Fax : (416) 241-8679.



InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **InfoCentre** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par **télécopieur** une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



POSTE MAIL

Service canadien des postes - Canada Post Corporation
 Post payé - Postage Paid

NBRE 2488574 BLK

OTTAWA

JCS
A1
16f
un 1,
994
nu 2

CANAD EXPORT

Vol. 12 N° 10

1^{er} juin 1994

La filière californienne : soyez prêts!

MAY
MAI 1994

Vos produits pourraient être de bon secours

La plupart du temps, il n'est pas bon d'essayer de vendre ses produits à un organisme de secours alors qu'une catastrophe vient de se produire.

Si vous fabriquez des produits qui pourraient être utiles en situation d'ur-

gence, *il est préférable de les faire connaître des différents organismes de secours en période d'accalmie.*

La FEMA (Federal Emergency Management Agency), située à Washington, offre une aide directe et

immédiate en cas de catastrophe. Elle négocie périodiquement des marchés prévoyant des quantités et un moment de livraison indéfinis, pour se constituer une réserve d'articles divers, comme des maisons pré-usinées. Les fournisseurs doivent être en mesure d'offrir des articles qui satisfont à des exigences précises en matière de construction et d'essai, et les fabricants doivent pouvoir fournir un approvisionnement minimum.

Si une entreprise répond aux exigences, un contrat est signé et la FEMA s'approvisionne auprès de cette entreprise en cas de besoin. Les achats sont donc fonction des catastrophes qui se produisent; mais la négociation des marchés ne l'est pas.

Pour renseignements, communiquer avec la FEMA, Office of Acquisition Management, au (202) 646-4168.

Il faut se rappeler cependant que la FEMA est tenue de respecter la loi favorisant les achats de produits américains, qui donne aux produits fabriqués aux États-Unis (c'est-à-dire à 51% de contenu américain) une préférence de prix de l'ordre de 6 à 12%. De plus, certaines conditions applicables aux

(Voir page 10 — De bon secours)

Les consultations AEC-ACDI

Les exportateurs et les gens d'affaires trouveront leur compte lors des 11^{es} Consultations annuelles AEC-ACDI (Association des exportateurs canadiens-Agence canadienne de développement international) qui se tiendront dans la région Ottawa-Hull du 7 au 9 juin 1994.

Lors de cet événement, des organisations internationales, comme le groupe de la Banque mondiale, expliqueront aux exportateurs les mécanismes essentiels à la bonne marche des affaires dans les pays en développement, de la Chine jusqu'aux Caraïbes.

Des cadres supérieurs de l'ACDI tiendront des entrevues individuelles, feront le point sur les programmes et animeront divers ateliers sur

(Voir page 2 — AEC-ACDI)

Pipelines : Appel d'offres en Syrie

The Syrian Company for the Storage and Distribution of Petroleum Products (SADCOP), de Damas en Syrie, a lancé un appel d'offres international, prenant fin le 4 juillet prochain, en vue de la fourniture et de la construction de pipelines pour le transport du pétrole.

Le projet comporte trois volets :

1) Un pipeline de 190 km (diamètre de 20 po, épaisseur de 0,312 po); une station de pompage (2 pompes centrifuges, chacune d'une capacité de 700 m³ l'heure, 18 kg par cm²). Le cautionnement de soumission a été fixé à 450 000 \$ US.

2) Un pipeline de 240 km (diamètre de 16 po, épaisseur de 0,312 po); une station de pompage (3 pompes centrifuges, chacune d'une capacité de 450 m³ l'heure, 25 kg par cm²); un parc de

stockage (neuf réservoirs, chacun d'une capacité de 10 000 m³ et quatre autres, d'une capacité de 5 000 m³ chacun); deux réservoirs (d'une capacité de 500 m³ chacun). Le cautionnement de soumission est de 500 000 \$ US.

3) Deux parcs de stockage (six réservoirs, chacun d'une capacité de 10 000 m³, et quatre autres, d'une capacité de 5 000 m³ chacun). Le cautionnement est de 50 000 \$ US.

Pour se procurer les documents d'appel d'offres, au coût non remboursable de 1 200 \$ US, et pour obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Amman en Jordanie. Tél. : (011-962-6) 666-124. Fax : (011-962-6) 689-227.

DANS CE NUMÉRO

CONSEILS D'AFFAIRES : LE JAPON 2

OCCASIONS D'AFFAIRES 3

COENTREPRISE EN CHINE 5

FOIRES COMMERCIALES 6-7

LE MARCHÉ DE LA SUÈDE 9

PUBLICATIONS/AU CALENDRIER ...10-12

Entretien avec le ministre conseiller en poste à Tokyo

Récemment, le ministre-conseiller (affaires commerciales) en poste à Tokyo, Marc Romoff, était de passage à Ottawa. CanadExport(CdExp) en a profité pour discuter avec lui des perspectives que présente ce marché pour l'exportateur canadien, et auquel nous accordons beaucoup d'attention dans nos pages, ces jours-ci.

CdExp : *Pour le Canada, que représente le marché japonais?*

M. R. : Il s'agit d'un marché extrêmement lucratif, le deuxième en importance après celui des Etats-Unis. Les échanges commerciaux entre nos deux pays ont totalisé 19 milliards en 1993. Nos exportations pour la même période se sont chiffrées à 8,4 milliards, soit une augmentation de 13% par rapport à 1992, et ce, alors que le Japon est en pleine récession.

CdExp : *Nous avons coutume de vendre au Japon des matières premières et des produits de base. Quelles sont les perspectives d'en arriver à une plus grande diversification de nos exportations?*

M.R. : Eh bien, on assiste présentement à un changement d'attitude de la part des industriels japonais: en raison de la rareté et du coût élevé de la main d'oeuvre, ils trouvent de moins en moins profitable de procéder eux-mêmes à la transformation des ressources. Les importations japonaises de produits à valeur ajoutée sont donc en hausse: l'importation de biens manufacturés se situe maintenant aux environs de 53%, alors qu'elle n'était que de 22% au début des années 80.

Cette évolution de la demande nous conduit à adopter une stratégie commerciale à deux volets: d'abord maintenir notre part de marché en ce qui a trait à nos exportations de matières premières et produits de base; en plus, concentrer nos efforts sur l'exportation de produits à valeur ajoutée. À cette fin, et en concertation avec l'industrie, le MAECI a identifié les

sept secteurs prioritaires que présentait CanadExport dans son numéro du 1er avril: **produits de construction, produits de la pêche, produits transformés, pièces d'automobile, aérospatiale, technologie de l'information et tourisme.**

On peut dire, par exemple, que le Canada est en train de faire une percée dans le secteur agro-alimentaire: fruits de mer, volaille, boeuf, bière, vins de glace, framboises, pommes frites, chocolats, etc: nous avons vendu pour plus de 2 milliards de denrées en 1993. Et il nous reste beaucoup de place à prendre, quand on sait que le Japon importe pour plus de 45 milliards dans ce secteur.

CdExp : *Y a-t-il des particularités dont devrait tenir compte le fabricant canadien qui cherche à s'implanter sur ce marché?*

M.R. : Un produit de qualité et une présentation soignée: voilà des conditions essentielles. Mettez sur l'emballage attrayant. Jusqu'à tout récemment, la cherté d'un produit ne constituait pas un obstacle à la vente; mais la récession pousse les consommateurs à réclamer des prix moins élevés, bien qu'ils ne veulent pas sacrifier la qualité. Les Japonais estiment donc de plus en plus que la seule façon de réduire les prix, c'est de traiter directement du producteur à l'acheteur, éliminant ainsi les coûts de transaction avec les intermédiaires. Voilà une tendance d'évolution du marché.

Il est aussi très important de convaincre le fabricant canadien qu'il doit adapter son produit aux exigences du marché japonais, et non l'inverse. Pour peu que l'on fasse preuve de souplesse et d'imagination, les retombées promettent d'être considérables.

AEC-ACDI (Suite de la page 1)

Comment faire affaires avec l'ACDI, L'intégration de la femme dans le développement et l'Environnement-Opportunités d'affaires. De plus, le Très Honorable Jean

Chrétien, premier ministre du Canada, ainsi que les secrétaires d'État Raymond Chan, Asie Pacifique, Christine Stewart, Amériques et Afrique, et Doug Peters, Institutions financières internationales, ont tous été invités à participer à ces importantes consultations entre l'entreprise privée et le secteur public.

Pour information, communiquer avec Larry Duffield, V.-P., Relations avec le gouvernement de l'Association des exportateurs canadiens, tél. : (613) 238-8888, poste 230, fax : (613) 563-9218.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CHINE (République populaire de)

— Une société ayant son siège social à Montréal ainsi que des bureaux à Dalian, offre son expertise aux entreprises désireuses de créer des coentreprises en Chine dans le secteur des pharmaceutiques, de la construction, de la haute technologie et de l'électricité. Organise également des missions commerciales Chine-Canada et Canada-Chine. Communiquer avec Jean-Luc Pulincks ou Philippe Wang, AXIM International, Montréal. Tél. : (514) 522-2946. Fax : (514) 522-8057.

CHINE (République populaire de)

— Un fabricant de biscuits situé dans la province de Henan voudrait former une coentreprise avec une société canadienne en vue de la fabrication de gaufres. Ce projet (n° JV010) comprend une chaîne de production de gaufres (d'une capacité de 3 000 tonnes par année) et un système d'emballage. Prière de contacter Frankie Cheng, Global Reliance Group Inc., 2550 Kingston Road, bureau 1412, Scarborough (Ontario) M1M 1L7. Tél. : (416) 265-2707. Fax : (416) 265-7712.

CHINE (République populaire de)

— Une société chinoise réputée, spécialisée dans la fabrication de câbles, est à la recherche d'un partenaire intéressé à former une coentreprise en vue de la fabrication de gaines en matériaux composites et de câbles téléphoniques à gaine de plastique. La taille des câ-

bles fabriqués varie de 200 à 3 000 paires de fils. Le fabricant chinois possède une capacité de 300 000 km par année. Communiquer avec Frankie Cheng, Global Reliance Group Inc., 2550 Kingston Road, bureau 1412, Scarborough (Ontario) M1M 1L7. Tél. : (416) 265-2707. Fax : (416) 265-7712.

EUROPE DE L'EST —

La North American Association for Exports to Eastern Europe (NAAFETEE) est une association sans but lucratif dont le mandat est de mettre les sociétés canadiennes en rapport avec des entreprises d'Europe de l'Est qui recherchent une grande variété de produits. La cotisation annuelle de 200 \$ est le seul coût à assumer. Communiquer avec Ross Hedvick à Waterloo, en Ontario. Tél. : (519) 888-0403. Fax : (519) 888-0487.

GUAYANA —

Une scierie produisant des bois durs tropicaux cherche à établir des coentreprises avec des sociétés canadiennes pour fabriquer des meubles, des logements préfabriqués bon marché et autres produits en bois connexes. Communiquer avec M. Toni Williams, A. Mazaharally & Sons Limited, P.O. Box 10828, 22, Wight's Lane, Kingston, Georgetown, Guyana. Tél. : 592-2-58836. Fax : 592-2-66046.

MOYEN-ORIENT/ASIE --

Une société qui a des agents de liaison en Arabie saoudite, au Koweït, dans les Émirats arabes unis et au Pakistan est disposée à exécuter des missions et des projets ou à servir de représentant

pour les sociétés canadiennes qui s'intéressent au Moyen-Orient et à l'Asie. Communiquer avec Aamir Rashid, Mark International Enterprises, A10-Norman Arcade, Shah Suleman Road, Gulshan Iqbal, Block 14, Karachi 75300, Pakistan. Tél. : (021) 493-2479.

ASIE DU SUD-EST --

Une société de Singapour disposant de plus de 15 ans d'expérience dans la commercialisation des outils à main et de la quincaillerie générale peut représenter, moyennant une commission, des fabricants ou exportateurs canadiens à Singapour, en Malaisie et dans les pays de l'Asie du Sud-Est. Les intéressés peuvent envoyer catalogues, listes de prix et propositions de mandats à S.H. Lim, directeur général, Multi-Outlet Marketing, Boon Lay, P.O. Box 680, Singapour 9164. Fax : (65) 561-6872.

TAÏWAN --

Un importateur taiwanais cherche des fabricants d'huile de lin, d'huile de foie de morue et de sirop d'érable. Communiquer avec Lu Sheng-Hsiung, président, Emerald Green Trading Lu Co. Ltd, 40, rue des Prés verts, La Prairie (Québec) J5R 4H7. Tél./fax : (514) 444-2518.

TAÏWAN --

Une société taiwanaise cherche des fournisseurs canadiens de congélateurs et de matériel de réfrigération commerciaux; d'équipement de restaurant et de cuisine ainsi que de compresseurs de réfrigérateurs. Communiquer avec Stella Wu, Département des importations, Holen Freezer Co. Ltd, 1F, #401 Da Nan Road, Shi Lien, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-8822951. Fax : 886-2-8822950.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopier votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



Le Japon : marché pour l'industrie agro-alimentaire

Le Japon est l'un des plus gros importateurs de produits alimentaires du monde, ses importations étant aujourd'hui 34 fois plus élevées qu'il y a trente ans. Les produits alimentaires du Canada y trouvent d'ailleurs leur deuxième plus important marché d'exportation.

En 1993, le Japon a importé pour près de 40 milliards \$ en aliments transformés. La part canadienne de ce marché se chiffrait à 2,2 milliards \$. Les changements structurels qui sont à l'oeuvre dans l'économie japonaise laissent prévoir que les importations de produits alimentaires continueront de croître à un rythme considérable. Dans cette optique, le *Plan d'action canadien pour le Japon* favorise le secteur des aliments transformés, où l'exportateur canadien pourra faire des gains.

De plus, le Plan reconnaît que, même si tous les pays frappent à la porte du Japon, seul l'engagement à long terme y garantira la réussite.

Ainsi, les exportateurs, nouveaux ou chevronnés, devront se rappeler que, malgré l'importance grandissante du facteur prix, les consommateurs japonais ne font pas de compromis sur la qualité. On exige plus que jamais un bon service et un approvisionnement fiable.

Profil du marché

La récession a poussé les consommateurs japonais à être plus attentifs au facteur prix et à s'intéresser davantage aux produits importés vendus à prix concurrentiels. L'évolution démographique ouvre de nouveaux créneaux, et la déréglementation qui s'amorce devrait faciliter l'accès au marché japonais.

Les structures de distribution sont en train de se modifier. Les détaillants cherchent des façons d'accroître leur compétitivité et préfèrent offrir des prix concurrentiels plutôt que de miser sur de grandes campagnes publicitaires. De plus, ils apprennent à contourner les réseaux de distribution traditionnels, qui font augmenter de façon sensible le coût des produits alimentaires.

Même les consommateurs changent

leurs habitudes. Les magasins de rabais, encore inconnus il y a une décennie, ont fait leur apparition et ont gagné une part de marché de 5%. Les ventes des magasins à rayons ont chuté de presque 7% (près de 20% de leurs bénéfices proviennent des produits alimentaires). Les ventes des supermarchés ont quant à elles perdu un pour cent. Le secteur de la restauration et de l'hôtellerie, toujours en croissance, demeure le marché le plus intéressant à exploiter.

Le Japon s'est engagé à effectuer des réformes administratives et de réglementation qui permettront de réduire les coûts et d'accélérer les formalités de dédouanement et de quarantaine.

Le ministère japonais de la Santé et de la Sécurité sociale a proposé des modifications à la réglementation qui prévoient l'homologation préalable des produits d'une entreprise, ce qui accélérera leur entrée.

En réponse aux recommandations formulées dans le cadre d'études récentes, on prévoit modifier les exigences en matière d'étiquetage des aliments transformés afin d'inscrire la durée de vie sur le produit plutôt que la date d'emballage. Grâce à cette modification, il ne sera plus nécessaire de réemballer au Japon les produits importés, éliminant ainsi une étape très coûteuse.

Les négociations multilatérales de l'Uruguay Round ouvrent la voie à une réduction des droits de douane imposés sur la plupart des produits. Des concessions tarifaires importantes ont été obtenues pour notamment le sirop d'érable, la pizza congelée et une variété de fruits et légumes en conserve. Malgré la transformation des barrières non tarifaires en droits de douane très élevés, dans le cas des produits laitiers, la réduction graduelle des droits prévue offre des possibilités de gains de parts de marché.

De nombreux producteurs canadiens, intimidés par la taille du marché japonais, trouveront des débouchés sur les marchés régionaux. Les marchés de Kyushu et de Kansai sont aussi vastes

que le marché canadien. Il existe une liaison aérienne directe entre la ville de Nagoya et le Canada, et le Kansai aura bientôt sa liaison avec le Canada, par l'aéroport d'Osaka.

Promotions et réussites

Le Canada continue de présenter aux Japonais une grande variété d'aliments transformés de qualité dans le cadre de Foodex, la plus importante foire asiatique du secteur des aliments et boissons.

Foodex 1994 a remporté un vif succès. Vingt-neuf sociétés canadiennes y ont exposé plus de 70 produits; elles ont réalisé des ventes supérieures à 5 millions \$ et ont enrichi leur liste de contacts. Les préparatifs en vue de Foodex 1995 vont déjà bon train.

Le *Plan d'action canadien pour le Japon* met l'accent sur un plus grand nombre d'initiatives de l'industrie : expositions et promotions d'une entreprise ou de produits particuliers.

Les réussites sont nombreuses :

- Forte de sa stratégie d'exportation, l'industrie canadienne du boeuf a remporté de vifs succès face à la concurrence. Il est possible que les exportations de boeuf dépassent les 200 millions \$. D'après un représentant d'une société japonaise de transformation des aliments, la part du boeuf importé dans le marché intérieur augmenterait à 70%. Elle était de 48% en 1991.
- Les exportations canadiennes de boissons ont doublé depuis 1991, dépassant les 28 millions \$. Le Canada arrive au sixième rang des fournisseurs de bière au Japon; Drummond, Labatt, Moosehead et Pacific Western y sont des marques bien connues. Les eaux et jus de fruits canadiens ont fait sensation.
- Les confiseries et les produits du chocolat canadiens ont fait une percée sur le marché japonais; les exportations de confiseries ont doublé et atteignent maintenant 8 millions \$.
- Les framboises congelées de Colombie-Britannique sont utilisées régulièrement dans la confection de
(Voir page 12 — Agro-alimentaire)

Quelques conseils sur la formation d'une coentreprise en Chine

De par la taille de son marché — 1,3 milliard de consommateurs — et son taux de croissance phénoménal, la Chine suscite un grand intérêt de la part de tous les pays exportateurs.

Pendant plus de quatre décennies, le marché chinois est resté fermé et l'économie, dirigée par l'État. Aujourd'hui la Chine s'ouvre peu à peu sur le monde, mais souvent ses pratiques commerciales ne ressemblent en rien aux habitudes nord-américaines.

En revanche, l'investisseur étranger devra apporter son expertise, fournir la machinerie et souscrire le capital de départ.

Il est généralement nécessaire de former une coentreprise pour pénétrer le marché chinois; les exportateurs doivent savoir qu'il s'agit d'une démarche compliquée demandant patience et planification soignée. Ils doivent poser beaucoup de questions avant de décider d'investir temps et argent.

Malgré tout l'intérêt suscité par la Chine et les capitaux étrangers qui y sont investis, l'entreprise canadienne devrait tout de même observer ses règles habituelles de conduite en affaires.

La meilleure stratégie consiste à rédiger une liste de questions et à obtenir le plus grand nombre possible de réponses, selon différents points de vue.

Tout d'abord, vous pouvez demander à votre associé éventuel ce qu'il entend par «coentreprise». En français, le terme signifie collaboration dans le cadre d'une entreprise, alors que l'expression chinoise équivalente signifie «participation commune au capital».

Si vous envisagez former une coentreprise en Chine, vous devrez fournir une partie de la mise de fonds ou du capital sous une autre forme. En règle générale, l'apport de l'associé chinois comprendra terrains, bâtiments, main-d'oeuvre et contribution au fonds

de roulement. En revanche, l'investisseur étranger devra apporter son expertise, fournir la machinerie et souscrire le capital de départ. L'associé chinois sera responsable des ventes locales et son partenaire, de la commercialisation à l'échelle internationale. La préparation d'un budget détaillé vous permettra de prendre une décision plus facilement.

Il faut ensuite déterminer les avantages qu'offre la formation d'une coentreprise en Chine. Dans le cadre de vos discussions avec un associé éventuel ou un expert-conseil chinois, on vous présentera une proposition globale faisant miroiter certains avantages : incitatifs fiscaux, main-d'oeuvre bon marché et un vaste marché d'un milliard de personnes.

Au premier coup d'oeil, pareille offre peut sembler alléchante, mais ne vous laissez pas séduire trop rapidement.

Pour prendre une décision éclairée, on doit déterminer les coûts de la main-d'oeuvre par rapport à la productivité ainsi que les coûts sociaux, invisibles : par exemple, le logement des travailleurs et les écoles. De plus, on ne peut se contenter de rêver au milliard de consommateurs chinois; il faut analyser froidement la segmentation du marché et les voies de distribution.

En outre, n'hésitez pas à demander à votre associé chinois quels sont les motifs qui le poussent à vouloir établir une coentreprise. Sa réponse pourrait remettre les choses dans une plus juste perspective.

Il est aussi très important de choisir le bon partenaire chinois. Vous devrez compter sur lui, avant et après la formation de la coentreprise.

Puisque les démarches relatives à la demande d'autorisation pour la formation d'une coentreprise, à l'enregistrement de l'entreprise, aux négociations avec les autorités locales et à l'aménagement des installations nécessitent temps et énergie, un bon associé chinois peut, grâce à sa connaissance du système, vous guider à chacune

de ces étapes.

Il est tout particulièrement important de surveiller les coûts de fonctionnement et de vous assurer que votre part des bénéfices existe bel et bien. Même si vous dépêchez un représentant en Chine pour protéger vos intérêts, vous devrez quand même avoir un associé local compétent en qui vous pouvez avoir confiance.

Certaines sociétés canadiennes ont éprouvé des difficultés à obtenir de l'information sur le potentiel d'un marché particulier ou sur les voies de distribution qui conviennent à leurs produits. Votre associé chinois aura besoin de votre aide afin d'élaborer la marche à suivre qui lui permettra de recueillir les renseignements et les données nécessaires à une prise de décision.

Il est aussi très important de choisir le bon partenaire chinois. Vous devrez compter sur lui, avant et après la formation de la coentreprise.

Il y a beaucoup d'autres questions que vous pourriez inclure dans votre liste. Par exemple :

Quel sera le coût de la formation de la coentreprise? Existe-t-il des lois et des règlements qui me protègent? Quels avantages sociaux devrais-je offrir aux employés? Quel sera le bénéfice réel une fois calculé le taux de change?

Il est préférable de poser ces questions à votre associé, même si vous croyez connaître certaines réponses. Non seulement vous aurez une meilleure idée des risques en cause, mais aussi vous pourrez trouver un terrain d'entente avec votre partenaire chinois.

Par Nellie Cheng, gestionnaire à B.C. Trade, Chine/Hong Kong/Taiwan
(Reproduction autorisée,
The B.C. Exporter)

L'environnement retient l'attention à Mexico

Mexico — Le pavillon canadien mis sur pied par le MAECI dans le cadre d'EnviroPro Mexico 1994 pourra accueillir une quinzaine d'exposants canadiens.

EnviroPro, qui aura lieu du 7 au 9 septembre 1994, est la plus importante foire mexicaine sur l'environnement et porte sur tous les aspects de la protection de l'environnement.

De plus, des conférenciers seront invités à participer à la deuxième édition de cette foire et conférence annuelle sur l'environnement.

On s'attend à une croissance spectaculaire du marché mexicain de l'environnement, à la suite des exigences formulées à l'égard de l'adoption et de l'application de normes plus rigoureuses, facteurs qui ont pris plus d'importance depuis la mise en oeuvre de l'ALENA.

Le marché mexicain du matériel et des services de protection de l'environnement est estimé à plus de 3 milliards \$ et devrait afficher un taux de croissance annuel de 15% d'ici l'an 2000.

Pour *exposer*, communiquer avec Suzanne Szukits, MAECI. Fax : (613) 943-8806.

Pour participer à titre de *conférencier*, contacter Paul St-Amour à l'ambassade du Canada à Mexico. Tél. : (011-525) 724-7900. Fax : (011-525) 724-7982.

Au Brésil, des débouchés pour les éleveurs ...

Porto Alegre — L'une des plus importantes foires commerciales sur l'élevage et l'agriculture en Amérique latine, EXPOINTER, se tiendra du 27 août au 4 septembre 1994 à Porto Alegre dans le sud du Brésil.

Le MAECI invite les sociétés canadiennes à exposer au stand du Canada, qui participe à cette foire pour la neuvième année consécutive.

L'économie brésilienne donnant cette année des signes d'un retour à la stabilité, les éleveurs, d'après les organisateurs de la foire, seront encouragés à investir dans leurs exploitations, notamment dans l'amélioration du troupeau.

Le Canada s'est acquis une réputation de fournisseur de matériel génétique de première qualité dans le marché brésilien, dont le cheptel est le deuxième en importance du monde. En effet, nos ventes d'animaux de reproduction, de matériel génétique et de techniques d'insémination artificielle au Brésil ont augmenté sensiblement au cours des dix dernières années.

Les entreprises canadiennes qui ont déjà participé à EXPOINTER sont maintenant bien établies sur le marché brésilien. Leur participation à la foire de cette année ne peut qu'améliorer leur image dans un marché où les perspectives d'accroître les ventes sont excellentes.

On a permis cette année au Canada d'exposer des animaux vivants afin de mieux promouvoir ses capacités dans le domaine de la génétique. Outre les commodités supérieures qu'offre un stand de 200 m², les Canadiens auront l'avantage de présenter leurs produits *in vivo*.

Les sociétés qui désirent participer à EXPOINTER 1994 ou obtenir de plus amples renseignements peuvent communiquer avec Danièle Ayotte, MAECI, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Fax : (613) 943-8806.

... et pour l'industrie de l'informatique

Sao Paulo/Buenos Aires — Le MAECI invite les entreprises canadiennes à participer à COMDEX 1994, foire internationale de l'informatique qui se tiendra du 12 au 16 septembre prochains à Sao Paulo, au Brésil.

Le Canada, qui en est à sa troisième présence à COMDEX, offrira aux entreprises participantes de faire partie de la délégation qui se rendra ensuite à Buenos Aires (les 19 et 20 septembre)

afin d'explorer les marchés potentiels de l'Argentine.

Compte tenu des récentes modifications aux politiques brésiennes quant à l'importation de matériel et de services de technologie de pointe, notamment l'ouverture du marché aux produits des sociétés étrangères, COMDEX 1994 offre aux fabricants canadiens une excellente occasion de prospecter le marché du Brésil.

(Voir page 7 — Comdex)

Voyage d'études et d'affaires au Vietnam

Le Conseil des gens d'affaires Canada-Viet Nam organise un séjour d'étude à Hanoi et à Ho Chi Minh-ville, du 23 au 30 juillet 1994. Durant leur visite à Hanoi, les participants pourront notamment rencontrer des représentants du ministère vietnamien des Affaires étrangères, du ministère du Commerce et de la Banque centrale du Viet Nam. Parmi les

activités prévues à Ho Chi Minh-ville, mentionnons une rencontre avec des responsables de la Vietcom Bank et de l'Institut de recherches économiques. Pour information, contacter T. Tran, directeur général, Conseil des gens d'affaires Canada-Viet Nam, 70, rue Gloucester, bureau 8, Ottawa (Ontario) K2P 0A2. Fax : (613) 235-1515.

Le contrat de GE pourrait énergiser des exportateurs

Les entreprises oeuvrant dans le secteur de l'énergie savent que la Chine deviendra dans un proche avenir l'un des plus vastes marchés de produits et de matériel du domaine énergétique. Si la plupart des sociétés sont au courant du financement offert par les banques commerciales et la SEE relativement aux projets réalisés en Chine, plusieurs d'entre elles hésitent lorsque la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement sont les bailleurs de fonds. Ce n'est pas le cas de la Générale Électrique, dont les efforts viennent de porter fruit. La société vient de signer un contrat d'une valeur de 200 millions en vue de fournir du matériel de transmission dans le cadre de l'aménagement hydroélectrique d'Ertan, vaste projet financé en partie par la Banque mondiale. Échelonné en plusieurs phases, le projet aura coûté à son achèvement deux milliards \$ US. À l'heure actuelle, d'autres sociétés canadiennes se positionnent en vue de profiter des retombées du projet, qui se traduiront en de nombreux contrats.

Le MAECI vous invite à faire de même. Le MAECI peut vous fournir des renseignements sur le projet Ertan et faciliter les contacts avec la Banque mondiale ou la Banque asiatique de développement, par l'entremise de ses bureaux de liaison avec les institutions financières internationales à Washington [tél. : (202) 682-7788, fax : (202) 682-7789] et à Manille [tél. : (011-63-2) 815-9536, fax : (011-63-2) 810-1699 ou 815-9595]. Les missions à l'étranger, quant à elles, peuvent vous prêter assistance en ce qui concerne les activités dans les territoires dont elles ont la responsabilité.

Techniques et services industriels à Mexico

Mexico — Les entreprises canadiennes sont invitées à participer au **Great North American Industrial Show 1994**, qui se tiendra à Mexico les 5 et 6 novembre prochains.

En participant à cette foire où seront exposés une grande variété de produits, de techniques et de services industriels, les exportateurs, nouveaux ou expérimentés, accroîtront leur visibilité dans

le marché mexicain (près de 90 millions de consommateurs).

Pour renseignements ou pour s'inscrire (premier arrivé, premier servi), contacter l'organisateur de la foire : Kane Rouse, président, Alpha Research Incorporated, 2060 Queen Street East, Unit 51514, Toronto M4E 3V7. Tél. : (416) 287-5027. Fax : (416) 282-3399.

Foire de matériel de labour

Grand Island, Nebraska — Les fabricants de matériel de labour et de récolte des céréales sont invités à participer à la foire **Husker Harvest Days**, du 13 au 15 septembre prochains, où le consulat général du Canada à Minneapolis organisera un stand canadien.

Cette foire a lieu avant la récolte du maïs au Nebraska, sur une ferme en exploitation de mille acres qui

comprend une superficie d'exposition de 77 acres. L'événement attire quelque 400 exposants et près de 150 000 visiteurs.

Les personnes intéressées à réserver un emplacement au stand national sont priées de contacter Lisa Swenson, agent commercial, consulat général du Canada à Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641. Fax : (612) 332-4061.

COMDEX (Suite de la page 6)

L'Argentine a elle aussi libéralisé ses politiques commerciales et s'est ouverte à la concurrence internationale. De plus, la privatisation de nombreuses entreprises d'État a créé de nouvelles possibilités commerciales pour les exportateurs canadiens de produits et de services.

Pour obtenir plus de détails sur **COMDEX 1994** et la délégation en Argentine, communiquer avec Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

• NUMÉROS À NOTER •

Johannesbourg - Bureau commercial
- Nouvelle adresse
Ambassade canadienne
(Bureau commercial)
Edifice Place Craddock
5, Avenue Craddock
1^{er} étage
Rosebank, Johannesbourg
Afrique du Sud

Téléphone: (011) 27-11-442-3130
Télécopieur: (011) 27-11-442-3325
Adresse postale
Ambassade Canadienne
(Bureau commercial)
Case postale 1394
Parklands, Johannesbourg 2121
Afrique du Sud

Le commerce canadien

Les fiches de renseignements sur le commerce international, compilées par le Direction des services de communication sur le commerce, seront publiées dans CanadExport. Les faits suivants donnent un aperçu des relations commerciales du Canada. D'autres fiches de renseignements, parmi lesquelles on retrouvera les 20 principaux marchés d'exportation du Canada en 1993, suivront bientôt dans nos pages.

- Les exportations canadiennes comptent pour environ 40% de la production totale du secteur privé, et plus de 2 millions d'emplois dépendent directement ou indirectement des exportations de biens et de services. Chaque milliard \$ de nouvelles exportations génère environ 9 000 emplois.
- Le commerce canadien est mené à 95% avec les États-Unis, l'Europe de l'Ouest et la région Asie-Pacifique.
- Dans les dix dernières années, le commerce canadien s'est accru d'environ 7% par année, ce qui dépasse le taux de croissance du commerce mondial dans les années 1980.
- Les exportations totales ont atteint 186 milliards \$ en 1993, soit 24 milliards \$ ou 16% de plus qu'en 1992. Il s'agissait là du plus fort accroissement sur 12 mois depuis 1984.
- Les exportations aux États-Unis et au Japon se sont accrues de 20 et de 9,8% respectivement alors que les importations depuis les États-Unis et l'Union européenne ont progressé de 18 et de 2% respectivement.
- Les importations totales ont augmenté de 22 milliards \$ ou de 14,7% en 1993 pour atteindre 169 milliards \$.
- L'excédent du commerce des marchandises a totalisé 17 milliards \$ en 1993 comparativement à 15 milliards \$ en 1992. L'excédent de nos échanges commerciaux avec les États-Unis a totalisé près de 37 milliards \$.
- Le Canada se classe au septième rang des 150 nations du monde pour ses échanges commerciaux totaux, même s'il ne se classe qu'au 31^e rang pour sa population.
- Les cinq principales exportations en 1993 étaient les voitures particulières, les camions, les pièces de véhicule à moteur (sauf les moteurs), le bois d'oeuvre, le bois et la pâte de bois.
- Les cinq principales importations en 1993 étaient les pièces de véhicule à moteur (sauf les moteurs), les voitures particulières, les ordinateurs électroniques, le matériel de télécommunication et les pièces connexes, ainsi que les vêtements et accessoires du vêtement.
- Pendant la période 1989-1992, les investissements étrangers directs (IED) cumulatifs nets au Canada ont totalisé plus de 23 milliards \$ (une moyenne de 5,8 milliards \$ par année) comparativement à 7,6 milliards \$ pour la période de quatre ans précédant la mise en oeuvre de l'Accord de libre-échange canado-américain en 1988. Près de 40% des IED au Canada entre 1989 et 1992 provenaient des États-Unis.
- Les investissements étrangers directs totaux au Canada étaient évalués à 138,9 milliards \$ en 1992. Les principales sources d'IED au Canada sont les États-Unis, le Royaume-Uni, le Japon et l'Allemagne.
- En 1993, les exportations canadiennes se sont accrues dans plusieurs catégories de produits dont les animaux vivants, les aliments, les fourrages, les boissons et les tabacs, la viande et le poisson, les céréales, les minéraux bruts, les minerais, concentrés et déchets métalliques, les matières transformées, le bois d'oeuvre et le bois de résineux, les textiles, les produits chimiques et l'acier.
- Les nouveaux secteurs les plus dynamiques pour les exportations canadiennes sont notamment les produits chimiques, le matériel de communication, les logiciels d'ordinateur et les services spécialisés.
- La base de données WIN Export permet d'obtenir gratuitement et rapidement de l'information détaillée sur les exportations canadiennes. Cette banque de données informatisée contient des renseignements sur plus de 23 000 entreprises canadiennes exportant plus de 20 000 produits et services différents. Cette information peut être facilement obtenue en contactant les ambassades du Canada à l'étranger.

La suède, un marché qui a beaucoup à offrir

Présenté par l'ambassade du Canada à Stockholm et la Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, MAECI, Ottawa.

Le marché suédois a beaucoup à offrir aux sociétés canadiennes dans des secteurs allant de l'agro-alimentaire à la technologie de pointe.

Le Canada peut tirer profit de la conjoncture en Suède et augmenter ses exportations et ses investissements, par le biais d'alliances stratégiques et de transferts de technologie. Les sociétés canadiennes prospères sur le marché suédois font appel à un représentant, à un distributeur ou à un grossiste local.

Le pays

Le redressement économique et les récents développements ont suscité des prévisions de croissance économique. La Suède importe chaque année plus de 49 milliards \$ US, offrant ainsi d'excellents débouchés pour les produits et les services de qualité à valeur ajoutée.

Les entreprises suédoises sont présentes depuis longtemps dans le monde entier. La Suède compte plus de multinationales par habitant que n'importe quel autre pays. Dix-huit entreprises installées depuis peu en Suède ont constaté que l'impôt des sociétés y était parmi les plus faibles d'Europe.

Pour maintenir la compétitivité de ses exportations, la Suède importe les matières brutes, les demi-produits et les produits d'assemblage.

Les sociétés suédoises sollicitent les marchés européens dans le cadre de l'EEE; elles seront encore plus dynamiques lorsque la Suède se joindra à l'Union européenne en 1995.

Débouchés

Agro-alimentaire : Aliments en vrac et spécialités. Les bières Moosehead, Labatt et Upper Canada sont bien connues en Suède.

Produits et services de technologie de pointe : Il existe des débouchés dans les secteurs civil et militaire. Bon nombre de nos clients canadiens oeuvrent

dans ces secteurs. Leur réputation auprès des Suédois n'est plus à faire, et leur nom est synonyme d'excellence.

Produits ouvrés et de consommation : On trouve les possibilités les plus intéressantes dans les secteurs des pièces d'automobiles, des articles et des vêtements de sport, des instruments médicaux et des produits de sécurité. Certains produits du vêtement ont remporté un succès étonnant en Suède. L'exportation de produits en Suède se traduit souvent par des ventes en Norvège, au Danemark et en Finlande. Les pièces d'automobiles et les produits ouvrés offrent le meilleur potentiel.

Contacts

Ed Gorn, conseiller
(affaires commerciales)
Claes Bonde, agent de
développement technologique
Ulla Hansson, agent commercial
(forêts, agriculture, pêches)
Maria Spetz, agent commercial
(aérospatiale, informatique)
Maria Billow, agent commercial
(produits de consommation)

Ambassade du Canada
Tegelbacken 4, 7^e étage
C.P. 16124
S-113 23 Stockholm
Tél. : +46-8-613-9900
Fax : +46-8-24 24 91

Ce que l'ambassade peut faire pour vous

En vue de faire connaître votre entreprise sur le marché suédois, l'ambassade du Canada en Suède offre différents services; elle peut :

- mettre un bureau à votre disposition pour que vous puissiez rencontrer vos

clients;

- fixer des rendez-vous avec des acheteurs suédois;
- mettre à votre disposition une salle de réunion avec matériel vidéo pour les exposés techniques;
- organiser une réception à la chancellerie pour vos clients suédois (frais recouvrables).

N'hésitez pas à communiquer avec nous. Avec plaisir, nous établirons un programme avec vous, fixerons vos rendez-vous, trouverons un représentant ou vous ferons parvenir de l'information.

Les personnes intéressées peuvent aussi contacter la Dir. de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, à Ottawa. Tél. : (613) 995-9401. Fax : (613) 995-6319.

Transport express vers le Moyen Orient

Les exportateurs canadiens au Moyen-Orient peuvent compter sur les services de transport offerts par une société de Mississauga. Olympic Forwarders Ltd., choisie récemment comme agent exclusif au Moyen-Orient de la société DHL Worldwide Express, assurera le transport aérien de marchandises vers le Bahreïn, le Koweït, l'Oman, le Qatar, l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis.

Grâce au vaste réseau de DHL au Moyen-Orient, Olympic Forwarders peut offrir un service très rapide; il n'y a aucune restriction relative au poids ou à la taille des marchandises. Toutes les formalités d'entrée sont remplies lors du transit au centre régional de DHL.

Contactez Olympic Forwarders Ltd., 3397 American Drive, Unit 17, Mississauga (Ontario) L4V 1T8. Tél. : (905) 678-6162. Fax : (905) 678-0765.

De bon secours *(Suite de la page 1)*

marchés de construction de la FEMA ne sont pas assujetties à l'ALE ou à l'ALENA.

Les entreprises qui veulent se rendre sur les lieux d'une catastrophe devraient téléphoner au Emergency Support Team de la FEMA, au (202) 646-2474, pour demander le nom de personnes-ressources ou se faire télécopier une liste des volontaires et organismes de secours oeuvrant dans la zone sinistrée.

Il est préférable d'entreprendre cette démarche AVANT d'appeler le consulat du Canada dans la zone sinistrée.

Les entreprises intéressées à s'inscrire comme fournisseur dans l'État de la Californie, dans l'éventualité que leurs produits soient nécessaires, doivent communiquer avec l'Emergency Services Office, 2800 Meadowview Road, Sacramento, CA 95814. Tél. : (916) 262-1816. Fax : (916) 262-2837, c/o Operations Branch.

En raison de l'expansion récente du territoire sous la responsabilité du consulat général du Canada à Los Angeles, il a fallu installer un nouveau standard et ajouter des lignes téléphoniques. Pour contacter la Section commerce et investissement, appeler aux numéros suivants : tél. : (213) 346-2700. Fax : (213) 346-2767.

Nous le répétons, la pré-sélection n'entraîne pas nécessairement une vente; cela signifie qu'on devient un fournisseur potentiel en cas de catastrophe. Ce qui importe alors, ce sont les quantités que l'on peut fournir, et le rythme d'approvisionnement.

Aide-mémoire :

1) C'est beaucoup plus facile pour l'entreprise si elle est représentée dans la zone du sinistre. Une fois que le besoin est bien établi, il est bon de montrer son intérêt pour les victimes en se rendant sur les lieux pour s'assurer que le produit est utilisé correctement et de manière sécuritaire.

2) Il est important d'être autonome lorsqu'on se rend sur les lieux d'un sinistre. Vous pourriez devoir prendre vos propres dispositions en ce qui concerne l'hébergement, les déplacements et la nourriture, pour vous et le personnel qui vous accompagne.

3) Le chômage est actuellement un problème en Californie et dans le reste des États-Unis. Les employés tempo-

raires devraient être embauchés sur place.

4) Prenez garde aux restrictions locales. En Californie, tous les entrepreneurs DOIVENT détenir un permis de l'État. On rappelle régulièrement aux résidents qui veulent engager un constructeur de s'assurer qu'il possède un permis avant de conclure l'affaire.

PUBLICATIONS

Pétrole et gaz aux Philippines

La Section commerciale de Manille, aux Philippines, a préparé récemment un profil du secteur du pétrole et du gaz naturel aux Philippines. Le pays connaît une reprise des activités d'exploration depuis une série de découvertes remarquables réalisées ces cinq dernières années. Plusieurs entreprises prévoient dépenser en 1994 près de 130 millions \$ US pour forer jusqu'à 18 puits de pétrole, et la pétrolière d'État prévoit forer 45 puits géothermiques. Les dépenses annuelles d'exploitation dans le cadre de ces projets devraient à elles seules atteindre 600 millions \$ d'ici 1995.

Le pétrole importé compte pour la plus grande part de la consommation commerciale d'énergie aux Philippines (47 % en 1992), au coût de 2 milliards par année. Le gouvernement philippin s'est engagé à réduire la dépendance du pays envers les importations en exploitant à fond les ressources pétrolières nationales.

Voici les résultats de cette stratégie :

- La production intérieure de pétrole a quintuplé depuis 1991.
- L'exploitation commerciale du champ de pétrole et de gaz de Malampaya-Camagao (Shell et Occidental - réserves estimées, 2 à 4 billions de pi³ de gaz naturel et 300 millions de barils de pétrole) devrait démarrer d'ici 1996. Ce projet nécessitera la construction d'un

pipeline de 400 à 700 km et d'installations de traitement du gaz. Le coût total du projet est estimé à 2 milliards \$ US.

- Les trois raffineries de pétrole des Philippines doivent être modernisées; leur capacité sera accrue d'ici le milieu des années 1990, de manière à satisfaire à de nouvelles exigences de volume et de qualité.
- L'intensification des activités de forage a entraîné une augmentation de la demande en matériel de fond de puits.

Le profil donne un excellent aperçu du secteur pétrolier et gazier des Philippines et fournit les noms et adresses de sociétés d'exploration philippines et étrangères, de représentants locaux éventuels, de fabricants philippins de matériel d'exploitation du pétrole et du gaz, des responsables des achats dans les raffineries de pétrole et des principales personnes-ressources au sein du gouvernement. Les exportateurs canadiens de matériel et de services d'exploitation du pétrole et du gaz naturel intéressés à entrer sur le marché philippin ou à y accroître leurs exportations trouveront dans ce profil des renseignements fort utiles.

Pour s'en procurer un exemplaire, communiquer par télécopieur avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, MAECI, au (613) 996-1248.

PUBLICATIONS

Trousse d'information pour exportateurs de services

La trousse *La route du succès : Exportation de services vers les États-Unis* intéressera sûrement les PME ainsi que les sociétés de services-conseils dont les activités aux États-Unis ne sont pas encore rentables ou qui n'ont pas encore tenté d'entrer dans ce marché.

Cette trousse sur l'exportation de services est le résultat d'une initiative conjointe du MAECI, d'Industrie Canada et de l'Association des exportateurs canadiens (AEC). Elle comprend :

1) trois brochures concises et claires portant sur :

- les points à considérer avant de commercialiser vos services aux États-Unis;
- la façon de se préparer avant d'entrer sur le marché américain; et
- les démarches sur place.

2) un questionnaire offert sur disquette (pour compatibles IBM), qui permettra aux entreprises d'évaluer leur compétitivité et de déterminer si elles sont prêtes à exporter;

3) une vidéocassette VHS de 40 min comprenant des entrevues avec des res-

LA ROUTE DU SUCCÈS : EXPORTATION DE SERVICES VERS LES ÉTATS-UNIS

Faites-moi parvenir, _____ trousse(s) d'information.
(Prix : 29,95 \$ chacune, plus TPS)

Nom : _____

Entreprise : _____

Adresse : _____

Code postal : _____

Tél. : _____ Fax : _____

MASTERCARD VISA AMEX

N° de carte : _____

Date d'expiration : _____

Nom sur la carte : _____

Signature: _____

pensables de l'ambassade des É.-U. et des exportateurs prospères sur le marché américain, portant sur les exigences commerciales et juridiques reliées à l'exportation de services.

On peut se procurer la trousse, offerte au prix de **29,95 \$** (plus TPS), auprès de l'AEC. Il suffit de téléphoner au (613) 238-8888 ou de faire parvenir par télécopieur le bon de commande ci-joint, ainsi que votre numéro de carte de crédit, au (613) 563-9218.

Les groupes, tels les associations et

les Chambres de commerce, qui seraient intéressés à organiser un atelier à l'aide de cette trousse sont priés de communiquer avec Pat Molson du MAECI, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, au (613) 944-9440.

Les entreprises de services prêtes à exporter aux États-Unis et qui seraient intéressées à participer à des ateliers à ce sujet peuvent communiquer avec l'AEC au numéro indiqué plus haut.

Le marché américain des eaux usées industrielles

L'industrie environnementale canadienne intéressée au marché américain des eaux usées trouvera son compte dans l'étude, **Le marché des eaux usées industrielles**.

Présentée par la Direction de la promotion du commerce et du tourisme du MAECI, l'étude renseigne sur la législation et la réglementation environnementales américaines en matière d'eaux usées industrielles; et identifie les principaux secteurs industriels concernés et les tendances technologiques. Le potentiel du marché et les projec-

tions de croissance y sont présentés ainsi que les principaux intervenants privés américains susceptibles d'offrir des possibilités de partenariat. Une liste des principales compagnies américaines oeuvrant dans le domaine de l'eau et des eaux usées est présentée dans le but de repérer d'éventuels partenaires américains.

On estime que la demande en biens et en services dans le marché environnemental nord-américain a atteint 185.1 milliards \$ en 1991. Pour les États-Unis seulement, ce montant s'élève à 130

milliards \$. Si le taux de croissance établi à 3% annuellement dans ce marché se maintient, ces investissements atteindront 4.1 milliards \$ en 1995. Ainsi, les compagnies canadiennes ont à leurs portes des possibilités d'affaires prometteuses.

Cependant, dans un marché fort concurrentiel, l'industrie canadienne devra s'engager résolument dans le partenariat qui demeure l'élément clé de l'avenir.

On peut obtenir une copie de l'étude en mentionnant le numéro de code 136UF auprès d'InfoCentre.

AU CALENDRIER

Toronto — Quatre séminaires d'information sur les activités d'importation et d'exportation seront présentés en juin.

Le 4 juin — Le séminaire renseignera les participants à leurs **débuts dans le commerce international** sur les étapes de l'approvisionnement en produits, le financement, les plans commerciaux internationaux, les contacts.

Le 5 juin — Le deuxième séminaire, sur le **commerce international, l'approvisionnement en produits importés et l'exportation**, s'adresse aux personnes désireuses d'en savoir plus sur la négociation d'ententes de représentation, les particularités du marketing à l'étranger et le droit commercial.

Le 11 juin — Ayant pour thème le **financement international, les sources de fonds et les modalités de paiement et de recouvrement**, ce séminaire fournira de l'information sur les sources de financement, le financement des importations et des exportations, l'aide financière gouvernementale, etc.

Le 12 juin — Au cours de ce séminaire sur les **douanes, le transport, les assurances, les documents et la logistique**, les participants se renseigneront sur les formalités douanières au Canada et à l'étranger, les certificats d'origine, les règles d'origine de l'ALENA.

Contactez Warrington International, Import/Export Trade Consultants Inc., P.O. Box 110, 260 Adelaide St. E., Toronto (Ontario) M5A 1N1. Tél. : (416) 366-8490. Fax : (416) 947-1534.

Toronto - le 7 juin 1994; **Calgary** - le 9 juin. La Chambre de commerce et d'industrie de Chypre organise des séminaires dans ces deux villes sur le

thème **«Faire des affaires avec Chypre»**. La délégation chypriote sera dirigée par le secrétaire général de la Chambre de commerce de Chypre et le président de la banque centrale de ce pays. Communiquer avec le centre commercial chypriote à New York. Tél. : (212) 213-9100. Fax : (212) 213-2918.

Ottawa — 9 juin 1994 — Le commerce de contrepartie avec les pays étrangers, la politique régionale sur les retombées industrielles et la restructuration gouvernementale seront quelques-uns des

sujets abordés au cours de l'assemblée de l'Industrial Benefits Association of Canada. Communiquer avec Bob Brown à Ottawa. Tél. et fax : (613) 733-0704.

Toronto — 23 juin 1994 — **Les fonds d'investissement occidentaux en Russie: un nouveau mécanisme pour un marché difficile** examine les diverses sources de capitaux privés à la disposition des étrangers désireux d'investir dans le marché russe. Contacter le Conseil des gens d'affaires Canada-Russie à Toronto. Tél. : (416) 862-2821. Fax : (416) 862-2820.

Agro-alimentaire (Suite de la page 4)

pâtisseries et de gâteaux au Japon.

Les sociétés intéressées par le marché japonais doivent se renseigner sur les débouchés, apprendre à adapter leurs produits et ne pas hésiter à se lancer dans la promotion.

Pour renseignements, communiquer avec Lorraine Elworthy, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 992-6185. Fax : (613) 943-8286.

PUBLICATIONS

Le MAECI vient de mettre en circulation deux rapports bilingues intitulés **Lignes directrices à l'intention des exportateurs canadiens de poisson 1994**: l'un consacré aux Pays-Bas (code 182TB) et l'autre à la Belgique (code 202TB). Chaque guide vous renseigne sur les divers aspects de l'économie du pays et sur les facteurs qui influent sur l'importation des produits de la pêche vers ce marché. On y trouve aussi:

renseignements généraux, bref exposé sur le marché, habitudes de consommation, secteur intérieur de la pêche, distribution, accès au marché, documentation, contacts commerciaux, importateurs, distributeurs et utilisateurs, transport, statistiques. Disponible auprès d'InfoCentre (voir encadré en page 8 et prière de référer au code lorsque vous commanderez.)

InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **InfoCentre** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par **télécopieur** une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).



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



| | |
|--|-----------------------------|
| POSTE MAIL | |
| <small>Société canadienne des postes / Canada Post Corporation</small> | |
| <small>Port payé</small> | <small>Postage Paid</small> |
| NGRE | BLK |
| 2488574 | |
| OTTAWA | |

DOCS

CA1
EA
C16f
v. 12
Jun 15,
1994
Conv 2

CANAD EXPORT

ol. 12 N° 11

JUN 8 1994 15 juin 1994

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Tendances du marché

L'exportation des services d'ingénierie en Asie

Au printemps dernier, Gail McBride, auteure de cet article, s'est rendue en Asie dans le cadre d'un programme d'échange de cadres avec la société H.A. Simons Ltd. Nous reproduisons des extraits de ses observations parues dans «The B.C. Exporter», avec la permission de cette publication. Elles devraient intéresser les exporta-

teurs de services d'ingénierie. Les objectifs de ce voyage étaient de prendre le pouls du marché asiatique des services d'ingénierie et d'en déterminer les grandes tendances, de se renseigner sur le financement de projets et, en général, d'observer l'évolution de l'environnement concurrentiel et de définir les créneaux prometteurs.

Compétitivité oblige. Voici quelques-unes de nos observations et conclusions. **Le secteur privé est appelé à jouer un plus grand rôle dans le financement des projets d'infrastructure.**

Comme l'État a des ressources financières limitées et que les banques sont submergées de projets, le secteur privé doit donc y mettre du sien. La majorité des prêts accordés par les organismes d'aide internationale servent à financer des travaux dans les secteurs de l'énergie, des transports et de l'aménagement urbain. Les plus

Comment décrocher des contrats de la BAD

LA BANQUE ASIATIQUE DE DÉVELOPPEMENT (BAD), fondée en 1966, a pour mission de favoriser le développement social et économique de la région Asie-Pacifique. La BAD, dont le siège social est situé à Manille, est une importante source de financement commercial dans la région. En 1993, on évaluait à 3 611 millions \$ US les achats de biens et de services connexes, de services-conseils ainsi que les travaux publics effectués dans le cadre de projets financés par la BAD.

Le Bureau de liaison avec la BAD à l'ambassade du Canada à Manille a préparé une brochure intitulée *Comment obtenir un contrat de la Banque asiatique de développement*, qui offre des suggestions pratiques pour répondre aux exigences d'adjudication de la Banque asiatique de développement. Brochure disponible auprès d'InfoCentre, n° de code 182CB.

Les foires commerciales

Voir pages 4 à 6

fortes contributions vont à l'Indonésie, à l'Inde, à la Chine et à la Thaïlande.

La BAD a tendance à incorporer les études d'assistance technique aux projets qu'elle finance, limitant les possibilités pour les entreprises désireuses de ne faire que de l'assistance technique.

(Voir page 2 — Ingénierie)

LA MACHINERIE AGRICOLE EN ALLEMAGNE

Les démarches de deux délégations commerciales canadiennes qui se sont rendues dernièrement dans les nouveaux États de l'Allemagne fédérale commencent à porter fruit.

Elles ont constaté qu'il existe un vaste marché potentiel pour la machinerie agricole de fabrication canadienne dans l'ancienne Allemagne de l'Est, où l'on tente de moderniser l'industrie, l'agriculture et les infrastructures.

Déjà plus de 100 milliards \$ CAN ont

été investis dans l'infrastructure, et on peut voir un peu partout en Allemagne de grands projets de construction réalisés par des conglomérats internationaux. De plus, l'Allemagne est une excellente porte d'entrée vers les vastes marchés d'Europe de l'Est, de la Communauté des États indépendants et de la Communauté européenne.

Pour tirer profit des possibilités commerciales présentes dans ces

(Voir page 2 — Machinerie)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---------------------------------|------|
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 3 |
| DÉCOUVRIR LA TURQUIE..... | 3 |
| ACCÈS AMÉRIQUE DU NORD..... | I-IV |
| SERVICE FAXLINK..... | 7 |
| AU CALENDRIER/PUBLICATIONS..... | 8 |

Les services d'ingénierie en Asie

(Suite de la page 1)

Les projets retenus font de plus en plus de place aux réformes politiques et économiques, au détriment des grands travaux (à moins que ces derniers ne soient cofinancés).

L'ACDI est également en train de modifier ses critères en faveur de projets ayant un impact important sur le plan environnemental et social.

Les sociétés d'ingénierie auront besoin de connaître les «nouveaux investisseurs», pour mieux proposer leurs services à ces clients potentiels, et devront réunir les compétences nécessaires au sein de leur équipe.

En Asie, les entreprises privées qui investissent dans des projets d'infrastructure concluent généralement des contrats de construction-exploitation-transfert. De tels projets ont été mis en oeuvre à titre expérimental dans les secteurs de l'énergie et des transports, mais les résultats ont jusqu'à présent été plus ou moins probants. Toutefois, partout dans le monde, l'État se désengage de plus en plus du financement des infrastructures.

L'expert-conseil étranger joue maintenant un rôle différent. Il doit impérativement se donner une présence dans le marché local et établir d'étroites relations avec les entreprises locales.

En Asie, les entreprises améliorent

leurs compétences dans le domaine de l'ingénierie, tandis que l'État exige une plus forte participation des entreprises locales dans les projets d'infrastructure.

L'expert-conseil étranger devient un fournisseur de services de gestion et de savoir-faire spécialisé, alors que l'ingénierie détaillée est souvent réalisée localement.

Les frais des services d'ingénierie sont un facteur déterminant. Il devient nécessaire de s'assurer les services d'entrepreneurs locaux et de recourir aux entreprises offrant leur savoir-faire au coût le plus bas.

Plutôt que se limiter au conseil, les entreprises canadiennes doivent offrir des «services d'ingénierie» et se montrer prêtes à prendre des risques.

Les clients ont de plus en plus tendance à se procurer des services complets comprenant l'équipement, les procédés technologiques adaptés et la formation.

Les contrats EPC (ingénierie, approvisionnement, construction) sont pratique courante, et le financement doit faire partie de la proposition. Tous les intéressés, des entreprises d'ingénierie aux sociétés d'investissement en passant par les fournisseurs d'équipement, doivent être préparés à prendre des risques ou à investir sur place afin de ne pas être exclus du marché.

Des alliances avec des sociétés aux activités complémentaires (fournisseurs, entrepreneurs, autres entreprises d'ingénierie, conglomerats et sociétés financières, aussi bien à l'échelle locale qu'internationale) s'imposent si les sociétés d'ingénierie désirent améliorer leur positionnement concurrentiel.

Pour renseignements, contacter Gail McBride, directrice des services d'information commerciale, B.C. Trade. Tél. : (604) 844-3118.

Machinerie agricole

(Suite de la page 1)

marchés, les sociétés canadiennes pourraient employer l'importante surcapacité de production de l'ancienne Allemagne de l'Est pour des activités d'assemblage ou de fabrication sous licence.

La plupart des sept entreprises qui ont participé à la délégation ont commencé à négocier des ententes commerciales avec des sociétés allemandes; on a recommandé que d'autres initiatives commerciales de suivi soient mises sur pied.

Tony van Rosmalen (délégué commercial et gestionnaire au Centre du commerce international, Industrie Canada, à Winnipeg) et Ray Hoensen (directeur, Institut du développement technologique, Université du Manitoba) ont préparé un rapport sur la délégation des fabricants de machinerie agricole dans les nouveaux États de l'Allemagne fédérale, organisée dans le cadre du programme Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS).

Pour renseignements ou pour un exemplaire du rapport, téléphoner à Tony au (204) 983-2387 ou à Ray au (204) 474-6200.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — Une société de Kolin désire conclure une entente de coentreprise et de location portant sur l'usage d'installations portuaires et de bâtiments ou d'aires d'entreposage. Communiquer avec Ceskepristavy a.s., Jankovcova 6, 17004 Praha 7, République tchèque. Fax : (011-42-2) 802-498/802-857.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise souhaite contacter des Canadiens exportant une vaste gamme de produits, dont : des tissus, des vêtements, des meubles, des revêtements de plancher (PVC), des ustensiles, des cosmétiques, des chaussures, des pneus d'automobiles, des conserves. Communiquer avec : Nippon South Pacific Ltd., C.P. 15-582, New Lynn, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (09) 627-8882. Fax : (09) 626-2858.

PAKISTAN — Une entreprise désire importer du Canada des produits chimiques, des matières premières servant à la fabrication de produits pharmaceutiques, des insecticides et des engrais. Communiquer avec Activity Corporation, SBI-84, Sumera, (Apartment No. 6), Mansfield Street, Saddar, Karachi. Tél. : (92-21) 7781749/7783432/7783433/7784050. Fax : (92-21) 7782518.

La Turquie : un marché à découvrir

Les exportations canadiennes vers la Turquie ont dépassé en 1993 les 150 millions \$, en hausse de plus de 15% par rapport à 1992.

Les exportations de biens comprennent à la fois des produits tirés des ressources naturelles (minerai de fer, papier journal, aluminium) et des produits ouvrés (matériel de télécommunications, instruments, composants de technologie de pointe).

Les importations turques de produits de consommation ont augmenté rapidement ces dernières années, résultat de la rapide croissance économique et de l'abaissement des barrières à l'importation.

La classe moyenne relativement aisée de la Turquie génère une demande croissante d'aliments préparés (boissons, confiserie, spécialités gastronomiques) et de matériaux de construction finis tels les portes de bois, les accessoires et les produits pour toiture.

Les exportations canadiennes de services ont aussi été stimulées par la mise en chantier du métro d'Ankara, en mars 1993. La réalisation de ce projet nécessitera le recours à des services d'ingénierie d'une valeur de quelque 200 millions \$ d'ici la fin de 1994 et fera appel en 1995 à des biens et services canadiens d'une valeur similaire.

Débouchés

Les fabricants canadiens de matériel et nos fournisseurs de services d'ingénierie profiteront d'autres possibilités commerciales offertes en Turquie dans le cadre de projets d'approvisionnement en eau, de gestion de l'en-

vironnement (déchets solides et eaux usées), de centrales électriques et de réseaux de transport, puisque que le gouvernement turc continue d'accorder la priorité au développement de l'infrastructure du pays.

Les entreprises turques sollicitent activement les marchés des républiques de l'ex-Union soviétique; elles ont décroché un certain nombre d'importants contrats en vue de la construction d'habitations, d'aéroports et d'usines.

Elles s'associent souvent à des sociétés étrangères dans la réalisation de ces projets, surtout si ces dernières peuvent apporter une aide financière. Par conséquent, les fournisseurs canadiens de matériel et de services d'ingénierie auraient avantage à établir des relations avec des associés turcs.

Foires commerciales

La Section commerciale de l'ambassade du Canada à Ankara participera à deux foires commerciales, **Building 1994** (du 28 septembre au 2 octobre prochains) et **Food & Beverage 1995** (du 19 au 22 janvier 1995).

Les entreprises peuvent communiquer avec l'ambassade du Canada (Section commerciale), Nenehatun Cad 75, G.O.P., Ankara, Turquie. Tél. : (011-90-312) 436-12765. Fax : (011-90-312) 446-2811/4437.

Pour renseignements sur les nombreux débouchés offerts par la Turquie, communiquer avec M. Wes Rathwell, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie, MAECI, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5263.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopier votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



Un tour du monde en quelques foires

Voici une liste de foires européennes auxquelles le MAECI participera, en y tenant un stand national ou un kiosque d'information. Les personnes intéressées peuvent communiquer avec les personnes-ressources indiquées, toutes du MAECI à Ottawa.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Foire internationale de la fabrication mécanique de BRNO — Du 14 au 20 septembre — Cette foire donne l'occasion aux exportateurs d'exposer des produits reliés aux secteurs suivants : industrie minière, produits chimiques, énergie nucléaire et conventionnelle, fabrication, textiles et chaussures, matériaux de construction et engins de chantier, pompes, commande de procédés et automatisation, composants électroniques, télécommunications, machinerie agricole, matériel d'exploitation forestière et de protection de l'environnement, conditionnement, transports, génie-conseil et de nombreux services commerciaux et industriels. [Personne-ressource : Lorraine Reardon, tél. : (613) 996-2147]

FRANCE

SIAL (Salon international de l'alimentation) — Du 23 au 27 octobre — Présenté à Paris, ce salon est l'une des plus importantes expositions internationales de produits alimentaires. En 1992, les exposants canadiens y ont réalisé des ventes totalisant 2,9 millions \$; on prévoit atteindre 19 millions \$ cette année. [Personne-ressource : Lorraine Reardon, tél. : (613) 996-2147]

ALLEMAGNE

ISPO Automne — Du 23 au 26 août — Foire internationale des articles et vêtements de sport. [Personne-ressource : Lorraine Reardon, tél. : (613) 996-2147]

Automechanica 1994 — Du 13 au 18 septembre — Présentée à Francfort, cette foire est la plus importante dans le domaine de l'équipement d'ateliers et de stations-service et des pièces et accessoires d'automobiles. [Personne-ressource : G.L. Thompson, tél. : (613) 992-7001]

Electronika — Du 8 au 12 novembre — Le succès de cette foire de l'industrie de l'électronique prouve qu'elle est la plus importante du secteur. Cette année à Munich, elle présentera une vaste gamme de produits et services : composants et sous-systèmes à semi-conducteurs, composants et assemblages électroniques, électromécanique, conception électronique, et aussi instruments de métrologie pour laboratoires d'électronique et services d'assurance de la qualité dans les travaux de mise au point. [Personne-ressource : G.L. Thompson, tél. : (613) 992-7001]

HONGRIE

Foire internationale technique de Plovdiv — Du 26 septembre au 2 octobre — Cette foire, se tenant à Plovdiv, est spécialisée dans ces domaines : télécommunications et

matériel de bureau, ingénierie de la production d'électricité, énergies nouvelles et écologie, projets de construction, matériaux de construction et nouvelles technologies. [Personne-ressource : Gayle McCallum, tél. : (613) 996-1530]

PAYS-BAS

Congrès international de la radiotélévision 1994 — Du 16 au 20 septembre — Ce congrès, présenté à Amsterdam, attire des participants de plus de 70 pays et des entreprises qui exposeront une gamme complète de produits de radiodiffusion. [Personne-ressource : Terry Jack, tél. : (613) 995-6435]

MET'S 1994 — Du 15 au 17 novembre — Cette foire internationale du matériel nautique, qui a lieu à Amsterdam, s'adresse aux représentants, distributeurs et acheteurs internationaux des produits suivants : matériel, accessoires, fournitures, systèmes et composants pour la construction de yachts, la navigation de plaisance et les marinas. [Personne-ressource : G.L. Thompson, tél. : (613) 992-7001]

ROUMANIE

TIB 1994 — Du 10 au 16 octobre — Cette foire tenue à Bucarest est la plus grande exposition nationale de biens d'équipement et de services en Roumanie et attire un grand nombre de participants étrangers. [Personne-ressource : Gayle McCallum, tél. : (613) 996-1530]

La technologie de pointe en vedette

SMAU 1994 — Du 13 au 18 octobre — Le consulat général du Canada à Milan organise un stand national à SMAU 1994, foire internationale sur la technologie de l'information, les télécommunications et les produits de la bureautique.

SMAU est la deuxième plus importante foire de l'informatique en Europe, après CeBIT. L'an dernier, près de 200 000 personnes ont visité les stands des 8 831 exposants.

Le marché italien de la technologie de pointe est relativement peu exploité. La modernisation du réseau de télécommunications et le marché du logiciel en Italie sont deux domaines qui pourraient présenter des possibilités commerciales.

Communiquer avec Terry Jack, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWTF), MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 995-6435. Fax : (613) 995-6319.

PLUSIEURS FOIRES PRÉVUES À SHANGHAI

Le consulat du Canada à Shanghai a fourni une liste des foires internationales à se tenir dans cette ville d'ici la fin de l'année et qui pourraient intéresser nos lecteurs. Les lettres précédant le nom des foires désignent les personnes-ressources dont l'adresse complète figure dans l'encadré.

A) Shanghai - Med '94 — Du 24 au 28 septembre — Exposition internationale sur le matériel médical et les installations hospitalières.

B) ICA '94 — Du 2 au 11 octobre — Troisième exposition internationale

chinoise du matériel informatique et du logiciel.

C) China Aviation '94 — Du 27 au 31 octobre — Foire internationale sur l'aviation civile, le matériel aéroportuaire et les services connexes. Équipement et accessoires de bord, maquettes; communications aéroportuaires, manutention des marchandises, systèmes de sécurité et services de restauration; contrôle du trafic aérien et matériel; services de soutien au sol; services de bord; services voyageurs et manutention des marchandises.

A et D) Chinabex '94 — Du 9 au 12 novembre — Deuxième exposition internationale chinoise du bâtiment et de la construction. Systèmes de gestion et de sécurité des bâtiments, domotique; économie d'énergie, matériel de lutte contre l'incendie et systèmes de protection; machinerie et systèmes d'ingénierie, matériel de construction des infrastructures; engins de chantier; plomberie et appareils sanitaires; machines servant à la fabrication de matériaux de construction.

• *Contacts pour les foires de Shanghai* •

A) SIECO, Shanghai International Exhibition Corporation, 817 Dong Da Ming Lu, Shanghai 200082. Tél. : (011-86-021) 546-3810. Fax : (011-86-021) 545-5124.

C) Adsale Exhibition Services Ltd., 14th Floor, Devon House, Taikoo Place, 979 King's Road, Hong Kong. Tél. : (011-852) 811-8897. Fax : (011-852) 516-5024.

B) Business & Industrial Trade Fairs Ltd., 18th Floor, First Pacific Bank Centre, 51 Gloucester Road, Wanchai, Hong Kong. Tél. : (011-852) 865-2633. Fax : (011-852) 865-5513.

D) Reed Exhibition Companies, No. 1 Maritime Square, #12-01 World Trade Centre, Singapour 0409. Tél. : (011-65) 271-1013. Fax : (011-65) 274-4666.

Kiosques d'information aux trois foires de Bombay

Trois expositions présentées par la CHEMTEK Foundation auront lieu simultanément du 15 au 19 novembre prochains à Bombay, en Inde. Le consulat du Canada à Bombay y tiendra un kiosque d'information.

Directeurs d'usine, responsables des achats, cadres supérieurs et décisionnaires des secteurs public et privé de l'Inde y sont attendus.

ENVIROTECH 1994 — Sixième exposition et conférence sur le contrôle de la pollution, la dépollution et la sécurité au travail. Cette exposition met en vedette le matériel de traitement, les instruments et les services en surveillance de la pollution, en sécurité au travail et en gestion des déchets.

CHEMTECH 1994 — Neuvième conférence et foire commerciale internationales pour les secteurs des produits chimiques, de la pétrochimie et du

génie industriel.

OFFSHORE & ENERGY 1994 — Septième conférence et exposition internationales sur l'exploitation pétrolière en mer, l'exploration du gaz, l'électricité, les aménagements et les

économies énergétiques.

Pour information, contacter Michael Wondergem, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), MAECI, Ottawa. Tél. (613) 996-5903. Fax : (613) 943-1068.

Les technologies de l'information en Suisse

Bâle — Les sociétés canadiennes oeuvrant dans le secteur des technologies de l'information et désireuses d'entrer sur les marchés suisse et européen sont invitées à participer à **Orbit 1994** en y présentant leur documentation au kiosque d'information du Canada.

Organisée à Bâle du 6 au 10 septembre prochains, **Orbit** est une foire internationale sur les communications, la bureautique et les technologies de l'in-

formation. Il s'agit de la plus importante foire des technologies de l'information en Suisse alémanique.

Les sociétés peuvent faire parvenir leur documentation sur leurs produits, en cinq exemplaires, *au plus tard le 20 août 1994*, à la Section commerciale, ambassade du Canada, C.P. CH-3000 Berne 6, Suisse.

Après la foire, les sociétés canadiennes «participantes» seront informées des contacts établis.

À la découverte de l'industrie océanographique

Brest — Le MAECI, en collaboration avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Paris, organise un stand canadien à la foire **OSATES 1994**. Présentée du 13 au 16 septembre prochains, **OSATES** (foire européenne de l'océanographie, de l'aérospatiale et des technologies avancées) attire généralement 3 500 spécialistes. En même temps se tiendront les **Conférences Océans 1994**, le plus important congrès océanographique du monde, présenté en Europe pour la première fois. Près de 1 000 industriels et scientifiques y sont attendus.

Ces événements sont consacrés à divers domaines, notamment au génie maritime, aux communications maritimes, à la construction navale, à l'hydrodynamique navale, à la protection de l'environnement marin, à la mécanique des sols et à l'inspection.

Les agents commerciaux canadiens nous indiquent que l'Europe de l'Ouest représente environ un tiers du marché mondial de l'industrie océanographique;

ils suggèrent aux entreprises canadiennes de participer à ces événements si elles veulent consolider leur présence dans ce marché.

Pour renseignements, communiquer

avec Jean-Pierre Hamel, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie (RWT), MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-2363. Fax : (613) 995-6319.

Chine, on cherche des participants

Les activités suivantes auront lieu cette année en République populaire de Chine. Contacter Pacific Rim Group Inc., 137 Bellwoods Ave., Toronto (Ontario) M6J 2P6. Tél. : (416) 603-2856. Fax : (416) 603-2857.

Exposition internationale 1994 sur le traitement des surfaces et les produits et le matériel de revêtement — Du 8 au 12 octobre — Cette exposition, se tenant à Shanghai, porte sur les matières premières et les adjuvants utilisés dans la fabrication des poudres et des résines, les revêtements en poudre et le matériel servant à leur fabrication, les instruments de mesure, les solvants de prétraitement, le matériel de finition des surfaces et le matériel de laboratoire.

Foire internationale 1994 sur le traitement des déchets et l'épuration des eaux usées — Du 1^{er} au 5 décembre — Présentée à Beijing, l'exposition porte sur l'épuration des eaux usées (stations d'épuration des effluents industriels et des eaux usées municipales); l'élimination des déchets (systèmes de filtration des substances toxiques, balayeuses de chaussée, installations municipales d'évacuation des eaux usées); et les instruments de mesure, d'analyse et d'essai (instruments de contrôle des eaux usées et des gaz résiduels, matériel et instruments de laboratoire).

PLEINS FEUX SUR FIERA MILANO

Les foires commerciales suivantes, organisées par Fiera Milano, auront lieu cet automne à Milan, en Italie:

BIMU — Du 29 septembre au 4 octobre 1994 — Machines-outils.

MIFED — Du 23 au 28 octobre 1994 — Marché du cinéma et de la télévision.

EXPO TRADE — Du 4 au 8 novembre 1994 — Aliments et boissons, équipement pour les hôtels et les restaurants, installations pour les restaurants de luxe.

Pour renseignements, communiquer avec la Chambre de commerce italienne de Montréal, représentant officiel et exclusif de Fiera Milano au Canada. Tél. : (514) 844-4249 ou 1-800-26-FIERA (1-800-263-4372). Fax : (514) 844-4875.

Toronto accueille World Trade 1994

Toronto — La plus importante foire en Amérique du Nord pour ceux qui cherchent un représentant ou un distributeur, **WORLD TRADE 1994**, se tiendra le 20 octobre prochain à Toronto.

Cet événement international à l'intention de l'industrie, visent à rapprocher les importateurs et les exportateurs, et s'adresse aux fabricants et aux entreprises voulant exporter ou exportant déjà.

Au cours de cette foire, plusieurs centaines d'entreprises canadiennes et étrangères exposeront leurs catalogues et leurs échantillons de produits aussi divers que le matériel industriel, l'équipement pour les pâtes et papiers, les

ferrures, le matériel de dépollution, les produits de sécurité, les produits de beauté et les articles cadeaux. De plus, on peut s'y renseigner sur les possibilités de coentreprises, de réexportation et de développement économique.

L'année dernière, la foire a accueilli 168 exposants provenant de 51 pays, États ou provinces et 2 500 visiteurs, surtout des représentants, des distributeurs, des fabricants, des exportateurs, des importateurs et des réexportateurs.

Contactez l'Association canadienne du commerce international, Box 38, World Trade Centre, 60 Harbour Street, Toronto M5J 1B7. Tél. : (416) 351-9728. Fax : (416) 351-9911.

Le service du MAECI**Faxlink en pleine activité, une croissance rapide**

Faxlink, le nouveau service d'information par télécopieur interactif lancé au début de l'année par l'InfoCentre (MAECI) est maintenant en pleine activité et connaît une croissance rapide. La présente note vise à vous rappeler le fonctionnement du système «FaxBack» et à vous informer des renseignements offerts.

ACCÈS AU SYSTÈME

Pour accéder au système, le client doit composer le (613) 944-4500 sur un télécopieur et utiliser le combiné pour suivre les instructions du répondeur vocal automatique afin de commander l'index principal, les rubriques ou les documents proprement dits. Pour commander des documents, il suffit d'entrer le numéro indiqué dans l'index principal ou les rubriques (lorsque le message vocal en donne l'instruction), et le

FaxLink répondra en vous envoyant automatiquement les renseignements désirés. Le système est rapide, facile à utiliser, et accessible dans les deux langues officielles, 7 jours sur 7, 24 h sur 24. Vous n'aurez qu'à participer aux frais d'appel interurbain, le cas échéant.

PROBLÈMES ET SOLUTIONS

Plusieurs clients ont déclaré avoir des difficultés à accéder au *FaxLink*; certains problèmes courants et leurs solutions sont exposés ci-dessous :

1^{er} Problème : vous tentez d'entrer en liaison avec le *FaxLink* à l'aide d'un téléphone ordinaire : cela ne peut fonctionner car vous devez utiliser le combiné du téléphone fourni avec votre télécopieur. Si celui-ci n'est pas muni d'un combiné, vous pouvez acheter un téléphone à prix modique et le relier à votre télécopieur.

2^e Problème : vous utilisez les services FaxCom et vous avez des difficultés avec la connexité de la ligne téléphonique : communiquez avec votre fournisseur et demandez-lui de lever l'obstacle aux communications vocales. Comme il s'agit d'une question de programmation, il accédera sans doute à votre demande pour conserver votre clientèle, étant donné l'existence de services concurrentiels.

3^e Problème : vous tentez d'entrer en liaison avec le *FaxLink* à l'aide d'un télécopieur/modem : veuillez noter que le *FaxLink* est conçu en fonction des télécopieurs autonomes munis d'un combiné, de sorte que si vous utilisez un modem télécopieur ou tout autre système de fac-similé, vous devez vérifier dans votre manuel d'instructions s'il est possible d'accéder à ce type de service. Certains modems télécopieurs dotés de capacités de réception manuelle sont compatibles avec les systèmes FaxBack.

DOCUMENTS OFFERTS

Il existe actuellement plus de 130 documents accessibles par le *FaxLink*, notamment sur les sujets suivants : programmes et services; industries ca-

nadiennes des articles cadeaux et de l'artisanat; produits de la pêche et de la mer; Accord de libre-échange nord-américain (ALENA); Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT); et technologie de l'information. D'autres sujets seront bientôt accessibles : l'agro-alimentaire, le commerce dans l'Asie-Pacifique, le Plan de promotion du commerce international, etc. Parmi les documents offerts, citons les fiches documentaires et les rapports sur les pays, les études relatives aux débouchés, les rapports sectoriels, les bulletins, les résumés de programmes et les publications concernant le savoir-faire. Nous vous invitons à demander la dernière version de l'index et des rubriques de façon à vous informer des nouveaux documents.

Communiquer avec Lewis Coughlin, au 613-944-1490 (fax ordinaire : 996-9709).

Une nomination à l'aide des exportateurs en Suède

Les entreprises canadiennes exportant vers la Suède y bénéficient dorénavant d'un plus grand accès depuis la nomination de M. Ulf Granadar à Göteborg. En tant que directeur général de la société Atlantic Container Lines, M. Granadar a noué des liens étroits avec le Canada et est bien placé pour promouvoir nos entreprises dans l'ouest de la Suède. Selon M. Ed Gorn, conseiller commercial à l'ambassade du Canada à Stockholm, « la région de Göteborg est une plaque tournante de l'industrie suédoise et nous sommes heureux de pouvoir bénéficier du vaste réseau de contacts de M. Granadar ». Vous pouvez le joindre à ACL, Suède, Göteborg 40336. Tél. : 011-46-31-645580. Fax : 011-46-31-645575.

CONFÉRENCE FRANCOPHONE

Yaoundé, Cameroun — 27 juin au 1^{er} juillet 1994 — Une conférence portant sur l'éducation de l'Espace Francophone réunira les ministres de l'Éducation des pays francophones (CONFEMEN).

Le MAECI appuie les sociétés canadiennes actives dans le secteur de l'éducation en Afrique en leur donnant accès à cette Conférence en qualité d'observateur spécial. Il sera possible, avec le concours de l'ambassade du Canada à Yaoundé, de rencontrer les représentants de divers pays et d'organismes internationaux présents.

Pour renseignements, communiquer avec Anne Martel, Direction de l'expansion du Commerce en Afrique (GBTA). Tél. : (613) 944-6579. Fax : (613) 944-7437.

AU CALENDRIER

Des colloques sur les **débouchés pour les entreprises canadiennes dans le secteur des télécommunications** en Inde auront lieu dans cinq villes canadiennes, du 14 juin au 23 juin 1994.

Les colloques devraient intéresser les entreprises cherchant à établir un partenariat dans des domaines comme la fabrication de matériel de télécommunications, l'exploitation de réseaux téléphoniques, la conception de logiciels liés aux télécommunications, les services à valeur ajoutée, l'intégration des systèmes et la télévision par câble.

Les participants recevront une liste de 45 projets et d'études récentes concernant les débouchés en Inde.

Lieu, date et personne-ressource :

Ottawa, le 14 juin — Pan Kanagaretnam. Tél. : (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643

Montréal, le 15 juin — Louise Lauzon. Tél. : (514) 849-1999. Fax : (514) 847-8343.

Toronto, le 16 juin — Margaret Vokes. Tél. : (416) 314-8245. Fax : (416) 314-8222

Vancouver, le 21 juin — Janet M. McCandless. Tél. : (604) 844-1900. Fax : (604) 660-2457.

Calgary, le 23 juin — W.R. (Bob) Hunter. Tél. : (403) 427-4327. Fax : (403) 427-1700.

Plusieurs organismes et ministères fédéraux, provinciaux et municipaux ont collaboré à l'organisation de ces colloques.

Edmonton — 22 juin 1994 — Les aspects juridiques dans le commerce et la culture en Chine comptent parmi les thèmes abordés lors d'une série de

séminaires sur l'Asie du Sud, parrainés par la Asia Pacific Accord of Canada (APAC). Parmi les sujets au programme, mentionnons les formes juridiques d'entreprises en Chine, les problèmes

juridiques, ainsi que les questions d'ordre culturel à considérer lorsqu'on envisage de faire des affaires en Chine. Contacter l'APAC. Tél. : (403) 424-9897. Fax : (403) 474-7891.

PUBLICATIONS

L'électronique aux É.-U.

Une étude récente sur le **marché des composants électroniques dans l'État de New York et l'ouest de la Pennsylvanie** fait part des débouchés et formule des recommandations aux fabricants canadiens.

En outre, l'étude dresse une liste des distributeurs et des fabricants d'équipement d'origine dans le domaine de l'électronique, de la machinerie industrielle, des instruments et du matériel de transport.

Pour un exemplaire, communiquer avec M. Mokka, consulat général du Canada, 3000 Marine Midland Center, Buffalo, New York 14203. Tél. : (716) 858-9556. Fax : (716) 852-4340.

Des études sur Singapour

De nouvelles études de marché paraîtront d'ici la fin du mois qui intéresseront sans doute les exportateurs désireux de vendre leurs produits ou leurs services à Singapour.

Elles porteront sur les débouchés dans différents secteurs, notamment le poisson et les produits de la mer; les produits et services de télécommunications; les technologies de l'information; les techniques de protection de l'environnement; les produits du boeuf et du porc;

l'eau embouteillée; les services de formation; et la câblodistribution. On y trouvera également une étude sur la façon d'établir une entreprise à Singapour.

Pour se procurer des exemplaires, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Fax : (613) 996-1248.

Pour obtenir des renseignements généraux sur Singapour ou d'autres marchés d'exportation, s'adresser à InfoCentre (voir encadré). Le numéro Faxlink d'InfoCentre est le (613) 944-4500.

Pour des renseignements commerciaux détaillés sur Singapour, communiquer avec la Section commerciale du haut-commissariat du Canada, P.O. Box 845, Singapour 9016. Tél. : (011-65) 225-6363. Fax : (011-65) 226-1541.

Des catalogues sur l'OCDE

Une entreprise de Sainte-Foy, Québec, vous fera parvenir, sans frais, les catalogues détaillant les publications de l'OCDE. Communiquer avec **Distribution La Liberté**, tél/fax: (418) 658-3763.

InfoCentre

InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoCentre au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une lettre à la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parens)

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



CANAD EXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

4 juillet 1994

Vol. 12 N° 12

JUN 27 1994

Un marché de 6 milliards \$

En Allemagne, forte demande pour les articles de sports

L'Allemagne est un riche marché de consommation. Voyons par exemple, le secteur des articles de sport :

Non seulement les grandes marques internationales comme Nike, Adidas, Puma, Rossignol, Scott et Head y occupent une place de choix, mais le marché allemand attire de plus en

plus de fournisseurs canadiens, notamment Rocky Mountain, Bauer, Louis Garneau, Chromophobia et York.

En fait, le marché allemand des articles de sport (y compris le vêtement) est évalué à plus de 6 milliards \$, et les importations y prennent une part de 55%.

Un rapport du consulat général du Canada à Munich brosse d'ailleurs un tableau très optimiste :

- environ 65 millions de bicyclettes circulent sur les routes et pistes cyclables allemandes;
- les Allemands dépensent plus d'un milliard \$ en chaussures de sport;
- on compte en Allemagne 2,4 millions de joueurs de tennis;
- les Allemands dépensent plus de 150 millions \$ en matériel de camping importé.

Comment offrir des produits et services au marché public américain

Les entreprises canadiennes de services professionnels intéressées au marché public américain, évalué à 180 milliards \$ US, trouveront une nouvelle trousse d'information fort utile.

Intitulée, *Selling to the U.S. Federal Government: Non-defence Products and Services*, la trousse comprend 23 fiches d'information et se veut une introduction sur la façon de faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain. Préparée par la Direction de

la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis du MAECI, en collaboration avec l'ambassade du Canada à Washington, la trousse décrit les nouveaux débouchés en vertu de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

De plus, elle donne un aperçu du processus d'approvisionnement et des contraintes que l'on peut rencontrer sur ce marché. La plupart des fiches

(Voir page 8 — Trousse)

Les foires commerciales

Voir pages 4 à 7

L'Autriche, carrefour du commerce Est-Ouest

Vous songez à tirer profit des possibilités d'échanges commerciaux Est-Ouest? N'oubliez pas l'Autriche dans votre planification stratégique.

L'ambassade du Canada à Vienne vous transmet des renseignements susceptibles d'accroître vos relations commerciales en Autriche et en Europe de l'Est :

- l'Autriche offre des possibilités en matière d'alliances et de services-conseils;
- Vienne constitue un choix intéressant pour établir un siège social régional, surtout pour les entreprises possédant

des intérêts dans divers pays;

- les responsables de l'ambassade sont disposés à mettre des entreprises canadiennes prospères en contact avec des sociétés équivalentes;
- les banques autrichiennes offrent toute la gamme de services financiers (financement des exportations et importations, services de consultation, spécialistes en commerce de contrepartie);
- Bank Austria, qui s'est très tôt établie en Russie avec un permis d'exploitation restreinte, y entretient depuis longtemps des liens commerciaux et financiers;

(Voir page 2 — Autriche)

Le rapport ajoute qu'un marché de cette taille faisant un bon accueil aux produits étrangers offre d'énormes possibilités commerciales aux sociétés canadiennes.

Nos entreprises se sont taillé une place enviable sur le marché allemand, notamment au chapitre des articles de sport d'hiver, des bicyclettes et accessoires ainsi que du matériel de conditionnement physique.

Le rapport du consulat souligne en outre qu'au fur et à mesure que la

(Voir page 4 — Allemagne)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|-------------------------------|---|
| LES CHAMBRES DE COMMERCE..... | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 3 |
| PUBLICATIONS..... | 8 |
| AU CALENDRIER..... | 8 |

Les Chambres de commerce : pour resserrer les liens d'affaires

Le Canada et ses gens d'affaires entretiennent des relations commerciales avec nombre de pays, par le biais des chambres de commerce, des associations et autres organismes. La liste qui suit pourrait être utile aux personnes qui font des affaires dans les régions suivantes ou qui envisagent de le faire :

ASIE

Conseil des gens d'affaires

Canada-Chine

Citibank Place

P.O. Box 16

123 Front Street West

Suite 702

Toronto (Ontario)

M5J 2M2

Tél. : (416) 954-3800

Fax : (416) 954-3806

Chambre du commerce du Canada

55, rue Metcalfe, bureau 1160

Ottawa (Ontario)

K1P 6N4

Tél. : (613) 238-4000

Fax : (613) 238-7634

(Le Conseil des gens d'affaires Canada-Corée et l'Association des gens d'affaires Canada-Taiwan sont tous deux placés sous l'égide de la Chambre de commerce du Canada.)

ASIE - PACIFIQUE SUD

Conseil des gens d'affaires Canada-

ANASE

55, rue Metcalfe, bureau 1160

Ottawa (Ontario)

K1P 6N4

Tél. : (613) 238-4000

Fax : (613) 238-7643

Conseil des gens d'affaires

Canada-Indonésie

c/o Peter Dawes

Box 110, 260 Adelaide Street East

Toronto (Ontario)

M5A 1N1

Tél. : (416) 366-8490

Fax : (416) 947-1534

Conseil des gens d'affaires

Canada-Inde

55, rue Metcalfe, bureau 1160

Ottawa (Ontario)

K1P 6N4

Tél. : (613) 238-4000

Fax : (613) 238-7643

Conseil du commerce Canada-Pakistan

1425, boul. René-Lévesque ouest,
bureau 502

Montréal (Québec)

H3G 1T7

Tél. : (514) 398-9633

Fax : (514) 398-9694

Conseil des gens d'affaires

Canada-Sri Lanka

30A Hazelton Avenue

Toronto (Ontario)

M5R 2E2

Tél. : (416) 846-1214

Fax : (416) 849-4823

MEXIQUE

Conseil canadien pour les Amériques

Mme Halina Ostrovski, présidente

145 Richmond St. West, 3rd Floor

Toronto (Ontario)

M5H 2L2

Tél. : (416) 367-4313

Fax : (416) 367-5460

MAROC

Chambre de commerce Maroc-Canada

Mme Fikrai Berrada Mandri, présidente

Hôtel Holiday Inn, suite 203

Rond Point Hassan II

Casablanca

Royaume du Maroc

Tél. : 011-212-2-29-50-31

Fax : 011-212-2-29-50-28

Autriche (Suite de la page 1)

- les analyses de marché produites en Autriche par les banques, les centres d'études économiques, les experts-conseils et la Chambre économique fédérale n'ont rien à envier à ce qui se fait ailleurs dans le monde;
- chaque année, 70 000 voyageurs s'envolent de l'aéroport international de Vienne en direction de Moscou;
- les Autrichiens détiennent 24% de l'ensemble des coentreprises exploitées actuellement en République tchèque, en Slovaquie, en Hongrie et en Slovaquie;
- près de 13% des exportations autrichiennes sont destinées aux anciens pays communistes d'Europe centrale et de l'Est ainsi qu'à l'ex-Union soviétique.

Le personnel de l'ambassade se fera un plaisir de venir en aide aux entreprises canadiennes. Il s'agit de communiquer avec l'ambassade du Canada, Schubering 10-12, A-1010, Vienne, Autriche. Tél. : (011-43-1) 533-3691. Fax : (011-43-1) 535-4473.

Pour se familiariser avec la filière autrichienne, on suggère aux gens d'affaires de se procurer un exemplaire de la publication *Austria, Gateway to Eastern Europe* auprès des bureaux commerciaux autrichiens à Vancouver, Montréal ou Toronto.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

BELGIQUE — Une société spécialisée dans la commercialisation de produits en Europe est à la recherche de fabricants de **produits biologiques**, notamment des **graines de citrouille, du riz sauvage, des céréales et des aliments transformés**. L'entreprise peut agir à titre de courtier ou de distributeur, ou encore fournir un soutien à la commercialisation. Communiquer avec J.C. Lindsay, Sirius Marketing, bureau 18, Ige. Beeldensstrasse 161-163, 2060 Belgique. Tél. et fax : 011-32-3-235-9056.

CHINE (République populaire de) — Une société internationale qui a des contacts avec des importateurs, des distributeurs et des clients en Chine recherche des fournisseurs pour toute une gamme de produits comme du **matériel d'usine de pâtes et papiers, du matériel d'aciérie d'occasion, des machines de coulée continue, des laminoirs continus pour barres et fils ainsi que du matériel d'occasion de fabrication automobile**. La même société est intéressée à former des **coentreprises** ou à **conclure des accords de licence**. Communiquer avec son représentant canadien, L. O'Neill, Lucky Enterprises, 95, rue Eddy, bureau 9, Hull (Québec), J8X 2W3. Fax : (819) 595-2041.

HONGRIE — Une entreprise de recherche-développement et de fabrication aimerait conclure des **ententes de coopération** avec des sociétés cana-

diennes oeuvrant dans les domaines des **réseaux de transport en commun, des communications, des dispositifs de commande énergétique et de l'opto-électronique**. Communiquer avec M. Akos, Miki Engineering Inc., H-1125 Budapest, Fogaskerek u. 4-6, Budapest, C.P. 843, Hongrie.

INDE — Une filiale de la firme canadienne Bolar, Bolar & Associates Inc., située à Bangalore en Inde, recherche des entreprises canadiennes intéressées à former des **coentreprises** ou à **collaborer** avec des sociétés indiennes, en particulier dans le domaine de la **création de logiciels**. Contacter M. Bolar, Bolar, Bolar & Associates Inc., 706 Clearcrest Crescent, Orleans (Ontario) K4A 3E6. Tél. : (613) 834-2956. Fax : (613) 834-3642.

PHILIPPINES — Une société de Manille désire trouver à l'étranger un approvisionnement régulier en **papier journal, contreplaqué et engrais**, pour distribution aux Philippines. Communiquer avec M. N.E., Avcar International, Calgary (Alberta). Tél. : (403) 285-3791. Fax : (403) 280-8424.

SCANDINAVIE — Les entreprises désirant **prendre pied sur les marchés scandinaves** ou qui sont **intéressées par les transferts de technologie** peuvent entrer en contact avec une société-conseil de Copenhague, fondée par un ancien agent de développement technologique de l'ambassade du Canada. Communiquer avec Mogens Dahm, Northern Technology Associates. Tél. : +45-4164-1612. Fax : +45-3164-1875.

SLOVAQUIE — Une entreprise spécialisée dans la biotechnologie et fabricant des **produits biologiques, des vaccins contre les maladies contagieuses des animaux et des préparations diététiques comme additifs pour l'alimentation animale**, désire entrer en relation ou former une coentreprise avec une société canadienne oeuvrant dans le même domaine. Communiquer avec M. Ivan A. Veliky, président, Tivelco International Inc., 613, promenade Fielding, Ottawa K1V 7G7. Tél. : (613) 733-9688. Fax : (613) 731-2189.

TAÏWAN — Une entreprise qui a décroché des contrats en vue de la construction de routes, de décharges publiques et de terrains de golf est à la recherche de fournisseurs canadiens de différents **tissus géotechniques et de matériaux de rétention d'eau**, notamment des géomembranes, des filets géotextiles et des produits de drainage. Communiquer avec Alice Chou, Service des achats, BAFEA Enterprise Co. Ltd., 6F-4, #561 Min Sheng Road, Taichung, Taïwan. Tél. : 886-4-3716630. Fax : 886-4-3716860.

TAÏWAN — Une entreprise taïwanaise recherche des fabricants canadiens de **couverts et de plats de service haut de gamme** ainsi que de **produits de toilette de première qualité pour les hôtels** (savons miniatures, produits de soins pour les cheveux et la peau). Communiquer avec Jeff Chan, président, Universal Tableware Supplies Co. Ltd., 9F, #3 Section 1, Dun Hwa S. Road, Taipei, Taïwan. Tél. : 886-2-5775911. Fax : 886-2-5775877.



WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopier votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

L'Allemagne : le marché des articles de sport (Suite de la page 1)

situation économique s'améliorera dans les pays d'Europe de l'Est, ceux-ci deviendront aussi des consommateurs d'articles de sport et de loisir.

Les exportateurs canadiens en Alle-

magne bénéficieront d'un avantage, puisque les distributeurs et représentants allemands sont bien placés pour les aider à exploiter les nouveaux marchés de l'Est. On peut entrer en contact avec les acheteurs d'Europe de l'Est dans le cadre des différentes foires commerciales qui se tiennent en Allemagne.

Les foires commerciales occupent une place importante dans la stratégie de commercialisation d'une entreprise qui tente de s'établir en Allemagne, et il en existe plusieurs :

• **ISPO** — Présentée deux fois l'an (du 2 au 5 août prochains et du 7 au 10 février 1995), ISPO attire des exposants et des acheteurs du monde entier. Les deux éditions de 1992 ont accueilli 2 800 exposants (63% d'entre eux de l'étranger) et 76 000 visiteurs (dont 44% de l'extérieur). Selon le rapport, ces foires constituent une vitrine internationale où sont exposés les articles de

sport du monde entier.

• **IFMA** — Consacrée aux bicyclettes et aux motocyclettes, IFMA est une foire spécialisée qui se tient à Cologne.

• **Interboot** — Ce salon des sports nautiques a lieu à Friedrichshafen.

• **SPOGA** — Également présentée à Cologne, cette foire se spécialise dans le matériel de camping.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec la Section commerciale du Consulat général du Canada, Tal 29, 80331 Munich, Allemagne. Tél. : (011-49-89) 29065-0. Fax : (011-49-89) 228-5987.

Pour information au sujet du stand canadien à ISPO (2-5 août 1994), communiquer avec Yves Paquette, directeur général, Association canadienne d'articles de sport, 455, rue St-Antoine, bureau 510, Montréal (Québec) H2Z 1J1. Tél. : (514) 393-1132. Fax : (514) 393-9513.

Diverses foires commerciales à Hanovre ...

Les foires commerciales suivantes, ayant lieu à Hanovre (Allemagne) cet automne, pourront être intéressantes aux entreprises canadiennes désirant explorer ou pénétrer ce marché.

IAA - 3-11 septembre 1994 - Véhicules, matériel et systèmes pour le transport de marchandises et de voyageurs.

Qualifikation Hannover - 27-30 septembre 1994 - Foire internationale de la formation professionnelle : produits et services de formation en entreprise ou dans les établissements d'enseignement; recyclage et formation permanente destinés aussi bien aux recrues qu'aux cadres supérieurs.

Construtec Hannover - 2-5 novembre 1994 - Foire internationale du bâtiment et des services de construction et d'architecture.

Les entreprises canadiennes intéressées peuvent communiquer avec le représentant canadien des foires commerciales de Hanovre : Co-Mar Management Services Inc., 8 King Street East, Suite 110, Toronto, Ontario M5C 1B5. Tél. : (416) 364-5352. Fax : (416) 364-6557.

... comme à Munich

Les sociétés à la recherche de nouveaux marchés pourraient trouver utile de se renseigner sur certaines des manifestations commerciales qui auront lieu cet automne à Munich en Allemagne.

Pour plus de détails, s'adresser au représentant canadien de la Société : UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Inhorgenta - Autumn München - Du 10 au 12 septembre 1994 - Foire commerciale internationale sur les montres, les pendules, les bijoux, les pierres précieuses, les perles et l'argenterie.

Imega - Du 18 au 22 septembre 1994 - Foire commerciale pour l'industrie de la restauration et de l'alimentation.

Golf 94 München - Du 2 au 4 octobre 1994 - Foire commerciale sur le golf.

Systemec 94 - Solutions pour l'industrie de la fabrication - Du 25 au 28 octobre 1994 - Foire commerciale et colloque sur l'intégration des systèmes, la technologie de l'automatisation et l'assurance de la qualité.

Une foire sur l'électricité dans la Ville lumière

Paris — Le MAECI, en collaboration avec la Direction Commerciale de l'Ambassade du Canada à Paris, participera à ELEC '94, du 5 au 9 décembre. Se tenant cette année à Paris, cette exposition mettra en lumière les récents développements et les tendances dans le domaine des matériels et des services électriques et de l'automatisation.

En vedette à cette foire, notons la production, le transport et la distribution de l'électricité, l'électricité et les automatismes dans les usines et dans les bâtiments, les fournisseurs et les services. De plus, l'ensemble du secteur de l'électricité-automatisme y sera mis en évidence : production de l'électricité, méthodes industrielles de traitement de

l'eau, matières polluantes, procédés de traitement des déchets, etc.

Les sociétés désireuses d'exposer ou de se faire connaître au stand d'information du gouvernement canadien par le biais de leurs brochures peuvent s'informer auprès de Jean-Pierre Hamel, MAECI. Tél. : (613) 996-2363. Fax : (613) 995-6319.

Medica, la foire à retenir dans le domaine médical

Düsseldorf — Le MAECI organise un kiosque d'information dans le cadre de la plus grande foire mondiale dans le domaine médical, **Medica Fair 1994**, qui aura lieu du 16 au 19 novembre prochains. En 1993, la foire a attiré 1 716 exposants (y compris 17 entreprises canadiennes) et plus de 100 000 visiteurs.

On avait l'habitude d'y retrouver des produits tels que du matériel électromédical et du matériel de laboratoire ainsi que des technologies relatives au traitement médical, aux diagnostics, aux produits pharmaceutiques, à l'orthopédie et aux communications.

Cette année, on a ajouté au nombre des produits exposés tous les produits reliés au soin des malades en milieu hospitalier : linge d'hôpital, uniformes, lits, systèmes d'information, cuisines, systèmes de distribution de repas et articles de nettoyage, de mise au rebut, de désinfection et de médecine d'urgence.

Pour renseignements, communiquer avec le coordonnateur, Fergus Brown, Industrial Trade and Consumer Shows Inc. Tél. : (416) 252-7791. Fax : (416) 252-9848.

Ou avec Catherine Nagy, vice-consul et déléguée commerciale, consulat général du Canada à Munich. Tél. : (011-49-89) 290-651-20.

À Damas : construction, tourisme ...

Damas — 28 août au 10 septembre — La Foire internationale de Damas (DIF), l'une des plus importantes de la région, célèbre cette année son 41^e anniversaire. Le gouvernement du Canada y participe depuis 1984.

Cette foire constitue une excellente occasion de faire connaître les produits et services canadiens au Proche-Orient, surtout au Liban, qui présente un potentiel notable dans les secteurs de la construction, des transports et du tourisme ainsi que dans les domaines médical et industriel.

La Syrie montre des signes évi-

dents de croissance économique, surtout dans le secteur privé. Une nouvelle loi syrienne sur l'investissement a fait bénéficier les secteurs touristique, agricole et industriel de retombées de 2 milliards \$.

Des débouchés intéressants existent aussi dans les domaines suivants : engins de chantier lourds et légers, voirie, équipement industriel, agricole et médical et matériel de télécommunications et d'informatique.

Pour renseignements, communiquer avec M. Mahir Abou-Guendia, Section commerciale, Ambassade du Canada à Amman (Jordanie). Fax : (011-962-6) 689-227.

Foires d'intérêt en Arabie saoudite

Le MAECI, par l'entremise de l'ambassade du Canada en Arabie saoudite, organisera un kiosque d'information dans le cadre des trois foires commerciales suivantes qui se tiendront à Riyad.

Saudi Agriculture 1994 — Du 2 au 6 octobre — Treizième édition de cette foire de l'agriculture, de l'irrigation et de l'agro-alimentaire.

ASTEX 1994 — Du 23 au 27 octobre — Troisième exposition arabe sur le matériel et les techniques de sécurité destinés aux forces policières et de sécurité ainsi qu'à la protection-incendie et à la sécurité au travail.

Saudi Medicare 1994 — Du 6 au 10 novembre — Septième foire des soins

de santé, des fournitures d'hôpital et du matériel médical.

Trois autres foires à Djeddah pourraient aussi susciter de l'intérêt.

INDEX 1994 — Du 18 au 22 octobre — Foire internationale saoudienne.

Lifestyle 1994 — Du 29 octobre au 4 novembre — Industrie légère, artisanat, mode, produits pour les enfants, habitation et décoration.

Saudi Building Industries Exhibition — Du 13 au 17 novembre — Bâtiment, entretien et décoration.

Pour renseignements, communiquer avec Rick Clynik, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 944-5984. Fax : (613) 944-7431.

Diverses foires dans le golfe Persique

Le représentant du Canada à diverses foires commerciales internationales axées sur le marché du golfe Persique et tenues au Bahreïn nous a fait parvenir la liste des manifestations suivantes.

Gulf International Trade Fair 94 - Du 3 au 6 novembre 1994 - L'exposition présentera les produits, le matériel et les services des secteurs touchant l'infrastructure, la base industrielle et les services sociaux de la région. Les principaux domaines offrant de vastes débouchés aux exportateurs de technologies à l'échelle mondiale sont la sécurité, la protection de l'environnement, le traitement des eaux potables et usées, l'éducation, l'énergie, les télécommunications, le bâtiment et la construction, le génie civil, les transports, la production.

ArabBuild 94 - Du 3 au 6 novembre 1994 - Cette Neuvième foire internationale du Moyen-Orient sur le bâtiment, la construction, la maintenance et les intérieurs comprend les stands suivants : systèmes de construction; machines et outillages de construction; épuration des eaux potables et usées; produits, matériaux et services de construction; produits et services d'exploitation de maintenance.

Jewellery Arabia 94 - Du 17 au 20 novembre 1994 - Le Troisième salon international du commerce de l'or, des bijoux et de l'horlogerie présentera toute une gamme de produits : bijoux en or, bijoux sertis de pierres précieuses, horloges, montres, pierres précieuses, perles, pièces et composants. Il y aura également des stands de courtiers en lingots d'or, de fournisseurs de services spécialisés, de fabricants d'emballages, et de distributeurs de machines et d'équipements de fabrication.

Pour plus de détails, s'adresser à UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

• ASIE ET PACIFIQUE SUD •

Information, mines, construction, etc.

Le MAECI prévoit participer cet automne aux activités suivantes de promotion du commerce dans la région Asie et Pacifique Sud. Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser à la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), MAECI, Ottawa. Fax : (613) 996-1248.

SINGAPOUR :

Semaine du Canada dans le cadre du Mois des sciences et de la technologie à Singapour — Septembre 1994 — Technologie de l'information, technologies avancées et communications.

Séminaires et exposition de catalogues et de produits.

INDONÉSIE :

Asia Pacific Mining 1994 — Du 26 au 29 octobre — Machinerie et technologie d'exploitation minière. Kiosque d'information canadien.

Foire des matériaux et des produits de construction — Du 20 au 24 septembre — Produits de construction. Kiosque d'information canadien.

Foire de la transformation des aliments et du conditionnement — Décembre 1994 — Transformation des aliments et conditionnement. Kiosque d'information du gouvernement.

L'aérospatiale canadienne à Farnborough

Farnborough — Le MAECI participera à la **Farnborough International Aerospace Exhibition** (du 5 au 11 septembre prochains) et occupera un kiosque d'information au stand de l'industrie canadienne. La participation de l'industrie canadienne est assurée par les entreprises du secteur privé, en collaboration avec l'Association des industries aérospatiales du Canada.

Il est recommandé de faire parvenir la documentation qui sera présentée au kiosque d'information (à l'adresse ci-dessous) avant le 29 juillet prochain.

Organisée depuis plus de quarante

ans, l'exposition de Farnborough a lieu tous les deux ans en alternance avec le Salon de l'aéronautique de Paris. C'est l'une des plus importantes foires commerciales du monde dans le domaine de l'aéronautique et de la défense.

Les entreprises auront l'occasion de faire connaître leurs produits à quelque 350 000 visiteurs.

Pour renseignements ou pour faire parvenir la documentation, contacter Louise Cameron, Direction du commerce, Europe de l'Ouest, Foires et missions commerciales (RWTF), MAECI. Tél. : (613) 996-3607. Fax : (613) 944-1008.

L'Inde invite les entreprises de biotechnologie

New Delhi — L'exposition **BIOTEK SOUTH ASIA 1994**, du 14 au 16 septembre prochains, portera sur des aspects de la biotechnologie comme l'agriculture, les produits chimiques, l'environnement, la technologie alimentaire et agricole, les combustibles, les soins de santé, la technologie d'exploitation des ressources naturelles et le matériel

de laboratoire.

Simultanément aura lieu le **XVI^e Congrès international de la biochimie et de la biologie moléculaire**.

Communiquer avec Ingrid Boyd ou John Wakely, Glahe International Inc., 1700 K Street N.W., Washington D.C. 2006-3824. Tél. : (202) 659-4557. Fax : (202) 457-0776.

Cap sur le Mexique

Voici une liste de foires commerciales au Mexique auxquelles le MAECI compte participer, en y organisant un stand national ou un kiosque d'information. Pour information, communiquer avec la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, MAECI, à Ottawa. Fax : (613) 942-8806.

Expo Alimentos (Monterrey) — Septembre 1994 — Transformation des aliments, conditionnement, étiquetage et embouteillage.

Enviro Pro-Mexico (Mexico) — Septembre 1994 — Foire des nouvelles industries environnementales.

Conférence nationale sur l'élevage du porc (Estado de Leon) — Octobre 1994.

Salon canadien des produits médicaux (Mexico) — Octobre 1994 — On attend jusqu'à 20 entreprises au Centre canadien des affaires.

Mois des produits alimentaires canadiens (Monterrey) — Octobre 1994 — Mois de la promotion des produits alimentaires canadiens.

Constructo 1994 (Monterrey) — Octobre 1994 — Foire importante dans le secteur de la construction; on y attend jusqu'à 20 entreprises participantes.

SPE (Veracruz) — Novembre 1994 — Foire de l'équipement pour l'industrie du pétrole et du gaz.

MEXIPLAST — Novembre 1994.

Une foire appétissante à Caracas

Caracas — Le MAECI parraine pour la deuxième fois une exposition de produits de grande envergure dans le cadre de la **Troisième Foire internationale du secteur alimentaire**, se tenant à Caracas du 23 au 27 septembre prochains.

Cette foire internationale, qui s'adresse aux fournisseurs et aux fabricants de produits alimentaires et de matériel pour l'industrie de la restauration, est une excellente occasion pour les entreprises canadiennes. De fait, le gouvernement vénézuélien vient de réduire les droits de douane, et les produits étrangers y deviennent plus proéminents.

Selon la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Caracas, les produits les plus prometteurs seraient les aliments transformés frais, congelés ou en conserve, les légumes, les

fruits, la viande, le poisson, les fruits de mer, les produits laitiers et la confiserie. La plupart des équipements pour l'industrie de la restauration présentent aussi des perspectives intéressantes. Il convient de noter que tous les produits exposés doivent avoir un contenu canadien de 66 2/3%.

Pour renseignements, communiquer avec Stéphane Charbonneau, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5548. Fax : (613) 943-8806.

Les entreprises intéressées peuvent aussi contacter David Ramirez, agent commercial, ambassade du Canada, Apartado Postal 62-302, Caracas, Venezuela. Tél. : (011-58-2) 951-6166. Fax : (011-58-2) 951-4950.

Canadiens de nature!

Foire de produits biologiques à Baltimore

Baltimore — Les fabricants canadiens de produits naturels exportant déjà ou prêts à le faire sont invités à exposer leurs produits au stand canadien dans le cadre de la foire **Natural Products Expo (East)**, qui se tiendra à Baltimore du 9 au 11 septembre prochains.

C'est la deuxième année que le MAECI organise un stand national dans le cadre de cette foire qui attire 10 000

détaillants, distributeurs, courtiers et autres acheteurs de boissons et d'aliments naturels et biologiques, de vitamines, de produits de soins personnels et de produits d'appoint.

On souligne que les ventes de produits naturels et biologiques aux États-Unis dépassent chaque année les 10 milliards \$, une part importante de la demande provenant des États du Nord-Est et du Centre-Atlantique.

Pour renseignements communiquer avec David Shaw, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 944-9474. Fax : (613) 944-9119. Pour un exemplaire de l'édition 1993 du *Natural Products Market Overview* ou pour des conseils sur l'exportation dans les États américains du Centre-Atlantique, contacter Cynthia Stevenson, agent commercial, Washington, D.C. Tél. : (202) 682-1755, poste 7591.

Foire de l'alimentation à Rio

Rio de Janeiro — Une foire internationale de l'alimentation (**ABRAS 1994**) se tiendra du 18 au 21 septembre prochains à Rio de Janeiro.

Les personnes intéressées à participer à cette foire sont priées de communiquer avec Sonia Silva, agent commercial, consulat général du Canada, Sao Paulo, Brésil. Tél. : (011-55-11) 287-2122. Fax : (011-55-11) 251-5057.

PUBLICATIONS

Les relations d'affaires en Chine

Les personnes qui prévoient faire des affaires en République populaire de Chine ou qui y sont déjà présentes trouveront des renseignements très utiles dans le *China's Foreign Economic Relations and Trade 1993/94 Almanac*. Cet annuaire de 1 200 pages décrit les politiques et les restrictions commerciales de la Chine et fournit de l'information au sujet de la réglementation portant sur les importations de technologies, les transferts de capitaux, les brevets, les

douanes et les droits d'importation, la main-d'œuvre, l'inspection de marchandises et les zones économiques spéciales; il contient aussi une liste d'entreprises intéressées à former des coentreprises. Le prix de l'annuaire, qui comprend les frais d'expédition et de manutention, est de 260 \$, plus TPS. Distributeur canadien autorisé : Cadorel International, Ottawa. Fax : (613) 745-0110.

Trinité-et-Tobago

On peut maintenant se procurer deux courts rapports, l'un sur les possibilités d'investissement dans les secteurs de l'agriculture et de l'alimentation et le second sur l'industrie pétrolière à Trinité-et-Tobago, auprès d'Info-Centre (voir encadré au bas de la page 8).

Ils s'agit de *Mise à jour des possibilités dans les secteurs agricole et agro-industriel de la Trinité-et-Tobago* (code 39LF) et de *Report on Local*

Petroleum Industry for Canadian High Commission (code 323LA).

Veillez indiquer le code de publication au moment de commander.

L'exportation de produits médicaux aux États-Unis

Un *Guide de ressources et de marketing à l'exportation* a été préparé à l'intention des fabricants canadiens de produits médicaux qui veulent en savoir plus sur l'exportation aux États-Unis, du Midwest jusqu'aux Rocheuses. Il met l'accent sur les débouchés commerciaux dans les États du Colorado, de l'Iowa, du Minnesota, du Montana, du Nebraska, du Dakota du Nord, du Dakota du Sud et du Wyoming. Pour obtenir un exemplaire, communiquer avec Lisa Swenson, consulat général du Canada, 701 Fourth Avenue South, Suite 900, Minneapolis, Minnesota 55415. Tél. : (612) 333-4641. Fax : (612) 332-4061.

Trousse (Suite de la page 1)

décrivent les règles générales de ce commerce et portent notamment sur le libre-échange et ses règles; les marchés; comprendre une invitation à soumissionner; connaître les hauts fonctionnaires et évaluer les concurrents; comment faire équipe avec les petites entreprises, les grandes sociétés ou les entrepreneurs appartenant à certains groupes minoritaires; les marchés à prix unitaire; comment trouver de nouveaux clients; l'administration des contrats; etc.

D'autres fiches traitent des marchés spécialisés, dont ceux des services d'enseignement et de formation, des services de gestion-conseil, d'architecture et génie, des produits et services en technologie de pointe ainsi que des fournitures et services médicaux et dentaires.

On peut se procurer cette trousse auprès d'InfoCentre, au MAECI, Ottawa. Fax : (613) 996-9709. Veillez indiquer le numéro de code 159UA.

AU CALENDRIER

Toronto — 3 au 5 octobre 1994 —
Vers une stratégie concertée d'exportation sera le thème du 51^e congrès annuel des exportateurs canadiens. Le MAECI profitera de cette occasion pour tenir une conférence (le 3 octobre) marquant le centenaire du Service des délégués commerciaux. Communiquer avec Micheline Bélanger, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888, poste 225.

Canada — 14 au 23 octobre 1994 —
Semaine nationale de la science et de la technologie au Canada, organisée par le groupe de Coopération nord-américaine en matière d'enseignement supérieur, de recherche et de formation. Les Mexicains et les Américains intéressés sont invités à participer aux différentes manifestations qui se tiendront partout au Canada. Communiquer avec Mary Marshall, Industrie et Sciences Canada. Tél. : (613) 993-4713. Fax : (613) 998-0943.

InfoCentre

InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoCentre au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur ou la société, au (613) 996-9709; ou utiliser le service faxlink (613) 944-4500.

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



DUCS
CA1
EA
16f
0. 12
Jul 18,
1994
Copy 2

Min. des Affaires extérieures

JUL 13 1994

CANAD EXPORT

Vol. 12 N°13

18 juillet 1994

Tourisme : un consulat fort en thème!

Des milliers d'agents de voyage ne cessaient de défiler au stand canadien, soulevant l'envie des 308 autres exposants.

Que s'était-il donc passé pour que le Canada devienne la destination la plus intéressante et remporte le prix tant convoité du plus beau stand remis par American Airlines?

L'année précédente, lors du salon grand public de Dallas, les participants canadiens avaient déploré le fait qu'on ne pouvait distinguer les kiosques canadiens des quelque 300 autres stands, chacun décoré avec soin.

En outre, la décision d'American Airlines de présenter en 1994 une foire réservée aux agents de voyage plutôt qu'un salon grand public rendait encore plus attrayante l'idée de créer une image typiquement canadienne.

C'est ainsi que la Section du tourisme du consulat général du Canada à Dallas, en collaboration avec les participants canadiens, a aménagé un emplacement où 48 exposants pouvaient faire valoir leurs produits tout en faisant ensemble la promotion d'une seule destination

sous un même thème, le Canada.

Le stand du Canada soulignait la beauté naturelle de notre pays, avec ses montagnes, ses lacs, ses îles et ses rivières, tout en recréant l'ambiance de nos villes et attractions touristiques.

Poteaux de bois, mâts totémiques et réverbères ont servi à accrocher des enseignes identifiant chaque participant canadien. Cette présentation inhabituelle a connu un vif succès auprès des agents de voyage, à tel point que l'achalandage au stand canadien a de loin dépassé celui des autres exposants.

Autre élément important de ce salon de trois jours d'American Airlines, chaque participant canadien pouvait réserver

à ses frais des périodes de temps en vue d'offrir des séminaires visant à mieux informer les agents de voyage des produits touristiques canadiens. L'objectif du consulat était de faire en sorte que le Canada se démarque des 50 ou 60 autres séminaires présentés dans le cadre de la foire.

On a créé en collaboration avec une société de Toronto, Accucom, un jeu interactif sur le Canada, du genre «Quelques arpents de pièges». Les agents de voyage ont bien accueilli les trois séminaires interactifs et ont reçu une attestation de réussite après avoir assisté à un «cours» de 45 minutes.

Loin de se reposer sur ses lauriers, la Section du tourisme du consulat général s'est remise au travail en vue de la foire 1995 de l'industrie touristique de Dallas, qui promet d'être encore plus imposante. American Airlines prévoit organiser une promotion préalable afin d'accroître de 5 000 à 8 000 le nombre d'agents de voyage provenant des quatre coins des États-Unis.

Le consulat général du Canada à Dallas convie les intervenants de l'industrie touristique canadienne à participer au stand canadien dans le cadre de la foire d'American Airlines en 1995. Communiquer avec Beth Cox, CTC, agent de tourisme, consulat général du Canada à Dallas. Tél. : (214) 922-9806. Fax : (214) 922-9815.

Ah, l'été ...

CanadExport interrompt ses activités pour la période estivale.

Le prochain numéro de **CanadExport** sera publié le 1^{er} septembre 1994.

Nouvelles exigences en matière d'étiquetage

Le Mexique élabore de nouvelles exigences en matière d'étiquetage des produits de consommation vendus au détail.

Les nouveaux règlements ont été publiés à la mi-juin dans le *Diario Oficial* (équivalent mexicain de la *Gazette du Canada*) afin que le public puisse exprimer ses observations et réactions.

Selon les règles mexicaines, le public a 90 jours pour communiquer ses observations. Par la suite, le gouvernement mexicain examinera et réagira dans les 45 jours suivants, avant la publication finale des règlements. Ceux-ci seront

appliqués progressivement pendant une période de six mois.

Voici un résumé des règlements proposés :

1. Les étiquettes devront être en espagnol avant l'entrée du produit au Mexique. (D'autres langues sont permises sur l'étiquette.) Ce nouveau règlement diffère des anciennes règles qui permettaient que les étiquettes en espagnol soient apposées à l'arrivée du produit au Mexique.

2. Les étiquettes fixées sur la plupart des produits génériques de consommation

(Voir page 2 — Mexique)

DANS CE NUMÉRO

LES SERVICES DE SANTÉ2

OCCASIONS D'AFFAIRES3

SUPPLÉMENT : AGEXPORTI-IV

L'AÉRONAUTIQUE JAPONAISE5

FOIRES COMMERCIALES7

Base de données sur les services de santé **Mexique** (Suite de la page 1)

Industrie Canada, de concert avec Santé Canada, a mis au point la base de données, **Les fournisseurs canadiens de services de santé (FCSS)**.

Le Ministère a mis au point cette base de données pour connaître la capacité d'approvisionnement du secteur privé canadien et aider les fournisseurs canadiens à tirer avantage des occasions d'affaires dans le marché international. Les renseignements serviront à promouvoir la formation d'alliances.

L'inscription à la base de données est relativement simple. Les intéressés n'ont qu'à remplir un questionnaire et un profil de projet et à les retourner à Industrie Canada. Aucun renseignement confidentiel ne devra être fourni.

Industrie Canada distribuera une copie sur disque de la base de données à divers ministères fédéraux et provin-

ciaux, aux ambassades et aux missions commerciales du Canada à l'étranger, ainsi qu'à ses bureaux régionaux. Ce Ministère en fournira également une copie sur disque aux représentants des gouvernements étrangers et il envisage de faire de même dans le cas des associations industrielles.

Les utilisateurs de la base de données pourront effectuer des recherches en fonction de tous les champs contenus dans le questionnaire. Industrie Canada tiendra à jour et maintiendra le programme.

Pour renseignements communiquer avec Luc C. Pamerleau, Direction des industries de services d'experts-conseils et d'ingénierie, Industrie Canada, 235, rue Queen, bureau 708-E, Ottawa (Ontario) K1A 0H5. Tél. : (613) 954-2951. Fax : (613) 941-8464.

vendus au détail doivent contenir les éléments suivants : nom du produit ou des marchandises, nom et adresse du fabricant, pays d'origine, contenu net (le cas échéant) en conformité avec la norme mexicaine NOM-030-SCFI-1993, avertissements et précautions dans le cas des produits dangereux, instructions concernant l'utilisation, la manutention et la conservation du produit (le cas échéant) ainsi que nom et adresse de l'importateur. (Ces renseignements peuvent figurer sur une étiquette distincte.)

3. Il faut coudre ou fixer de manière permanente les étiquettes sur les textiles, les vêtements et les accessoires et préciser la marque de commerce, les matières brutes (pourcentages par ordre descendant), la taille, les instructions relatives à l'entretien (les symboles sont acceptés) et le pays d'origine.

4. On doit fixer de façon permanente les étiquettes sur le cuir, les tissus naturels et synthétiques, les chaussures et les produits faits de ces matières et y indiquer le nom de l'exportateur, le pays d'origine, la description des matières brutes, le nom et l'adresse de l'importateur ainsi que le numéro de l'importateur aux fins de l'impôt fédéral mexicain.

5. Les exigences en matière d'étiquetage pour tous les autres produits sont décrites pour tous les autres produits sont décrites dans les normes NOM (Normes Officielles Mexicaines) particulières à chacun des produits. S'il n'existe aucune exigence pour un produit particulier, celui-ci doit répondre aux exigences relatives aux produits génériques.

6. Certains produits ne sont pas assujettis aux exigences d'étiquetage, notamment les échantillons, les produits destinés aux laboratoires ou vendus en vrac, et les matières brutes.

NOTA : On s'attend également à ce que le gouvernement mexicain publie un règlement sur les exigences en matière de contenu autre que nutritionnel des aliments et des boissons.

Contacteur InfoCentre, MAECI, Ottawa. Infofax : (613) 944-4500.

Chers lecteurs,

C'est le temps de lever les voiles: en septembre, mon collègue Amir Guindi, délégué commercial lui aussi, me remplace comme rédacteur en chef. Ce que je lui ai dit, c'est que le job est super : **CanadExport** vous procure le contact direct avec l'industrie : on entend parler des lecteurs, on apprend d'eux, et de temps à autre on a parfois le sentiment d'avoir été utile, ce qui fait chaud au cœur!

Merci à vous tous, merci aux camarades et collègues qui nous acheminent plein d'informations commerciales. Mais surtout, merci à Don Wight, rédacteur, à Yen Le, assistante à la production, à Mark Leahy, publication : c'était excitant, et amusant. (Pour moi, à tout le moins, et pour vous aussi, je l'espère). A toi, Amir, bonne chance, et longue vie à **CanadExport!**

Sylvie Bédard, Rédacteur en chef

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : **CANADEXPORT** (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CHINE (République populaire de)

— Une entreprise offre des **salles d'exposition pour présenter automobiles, pièces, fournitures et accessoires** dans des locaux situés dans un parc industriel. Contacter James Ling, président, Powerman Enterprises Inc., 2638 E. 56th Ave., Vancouver V5S 1Z7. Tél. : (604) 325-9559. Fax : (604) 325-9562.

GUYANE — Une société guyanaise associée à une entreprise d'Ottawa recherche d'éventuels **partenaires canadiens intéressés à former une coentreprise en vue de l'agrandissement d'une ferme et d'une provenderie**. Oeuvrant actuellement dans le mélange et l'ensachage des aliments pour animaux, l'entreprise aimerait se lancer dans la culture et la production de provendes destinées au marché local et cherche des **sociétés canadiennes spécialisées dans la production et la transformation des cultures en aliments de base pour animaux**.

Elle dispose de vastes terres pouvant servir à la culture, au mélange et à la production de provendes. Communiquer avec Stephen Akehurst, directeur, ou avec David Kalimootoo, vice-président, LooksSouth International Inc., 75, avenue Spadina, Ottawa K1Y 2B9. Tél. : (613) 747-8927 ou 728-9941. Fax : (613) 748-7312 ou 728-7147.

PORTUGAL — Société avec quartiers généraux au Cap Vert et bureaux à

Lisbonne recherche exportateurs de farine, haricots, maïs, graines pour les oiseaux, aliments en conserve. Prière de soumettre liste de prix (FOB) à Carlos Benoiel de Carvalho, Joao Benoiel de Carvalho Lda., R. Dr. Alfredo da Costa, 5-3-D, 1495 Lisboa. Fax: 351-1-410-1159.

ARABIE SAOUDITE — Les entreprises et les fabricants désireux d'**accroître leurs activités dans la région du golfe Persique et au Moyen-Orient** peuvent entrer en contact avec une société de Scarborough qui a établi des bureaux de liaison en Arabie saoudite. Cette société met à la disposition des entreprises son **savoir-faire dans le domaine des services de marketing, de consultation sur les franchises, de mise en marché des produits et des arrangements en vue de la création de coentreprises et de la signature d'accords de licence**. Communiquer avec Z. Bedrossian, directeur, Trading Image International Inc., 122 Earlton Road, Scarborough (Ontario) M1T 2R6. Tél. : (416) 321-5022. Fax : (416) 321-6572.

ARABIE SAOUDITE — Une entreprise située à Riyad voudrait s'associer à des **sociétés spécialisées dans la conception et la construction** en vue de réaliser un projet d'aménagement d'une salle blanche pour l'assemblage et l'emballage de fournitures médicales jetables et d'une installation de stérilisation à l'oxyde d'éthylène ou aux rayons gamma. Les fournitures jetables qui seront importées, puis assemblées, emballées et stérilisées en Arabie saoudite, comprennent notam-

ment les **sondes nasogastriques, les appareils d'hémodialyse, les trousse de transfusion, les dialyseurs, les cathéters souples, les sondes endotrachéales et les masques à oxygène**. Contacter Abdul Mohsen Al Mousa, Abdul Rahman S. Al-Rashid Establishment, P.O. Box 9102, Riyad 11413, Arabie saoudite. Tél. : (966-1) 462-3510/462-1733. Fax : (966-1) 462-1826.

VENEZUELA — Un importateur-distributeur est à la recherche d'exportateurs canadiens de **disques compacts, de disques laser et d'accessoires**. Communiquer avec Alejandro Melian, Melnova Import-Export, Caracas. Tél. : (582) 762-5401/985-1554. Fax : (582) 762-7327.

OUPS!

Loin de nous l'idée de refaire la carte de l'Europe, mais nous devons signaler que dans le dernier numéro nous avons situé en Hongrie la ville bulgare de Plovdiv. Voici donc le rectificatif qui s'impose.

La foire internationale technique de Plovdiv se tiendra du 26 septembre au 2 octobre prochains. La participation du Canada consistera en un stand national ou en un kiosque d'information.

Cette exposition se spécialise dans les domaines suivants : télécommunications et matériel de bureau, ingénierie de la production d'électricité et secteur de la construction.

Communiquer avec Gayle McCallum, MAECI. Tél. : (613) 996-1530.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopier votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



FICHE DE RENSEIGNEMENTS :

Le Canada et les États-Unis

- Le commerce bilatéral entre le Canada et les États-Unis, qui représentait 264,2 milliards \$ en 1993, est le plus important au monde. Le Canada achète plus de produits américains que l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et l'Italie réunis. La province de l'Ontario achète à elle seule plus de produits américains que le Japon.
- En 1993, le commerce bilatéral entre les deux pays a connu une hausse de 42 milliards \$ par rapport à l'année précédente, passant de 222 milliards à 264 milliards \$. Pendant cette même année, l'excédent commercial du Canada, dans le commerce des marchandises avec les États-Unis, s'est établi à près de 37 milliards \$, soit 8 milliards de plus qu'en 1992.
- En 1993, les exportations canadiennes aux États-Unis ont connu une augmentation record de 20% par rapport à l'année précédente. D'une valeur de 125,6 milliards \$ en 1992, ces exportations ont atteint les 150,6 milliards \$ en 1993, ce qui correspond à 80% de l'ensemble des exportations du Canada à l'étranger.
- Les exportations vers les États-Unis représentent 80,7% de l'ensemble des exportations canadiennes et contribuent au maintien d'environ un million d'emplois au Canada.
- En 1993, le Canada a importé des États-Unis des produits dont la valeur se chiffrait à 113,6 milliards \$, comparativement à 96,5 milliards en 1992, soit une hausse de 18%.
- Le commerce avec les États-Unis est important pour l'économie canadienne et la prospérité de notre pays. Plus de 15% du produit national brut (PNB) du Canada est issu directement de nos exportations vers les États-Unis.
- Le Canada est le plus important client étranger des États-Unis, car il absorbe 19% de toutes les exportations américaines. Les produits d'origine américaine représentent quelque 67% de l'ensemble des importations canadiennes de marchandises.
- Entre 1989 et 1992, les investissements étrangers directs nets au Canada se sont élevés à plus de 23 milliards \$ (une moyenne de 5,8 milliards \$ par année) par comparaison avec 7,6 milliards \$ pour la période de quatre ans ayant précédé la ratification, en 1988, de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis (ALE). Pendant cette même période de trois ans, près de 40% des investissements étrangers directs au Canada provenaient des États-Unis.
- À la fin de l'année 1992, les investissements directs des États-Unis au Canada atteignaient 87,3 milliards \$, soit près de 64% du total des investissements étrangers directs dans notre pays.
- Les secteurs de l'automobile, des forêts et de l'énergie ont dominé les exportations canadiennes vers les États-Unis en 1993. Collectivement, ces secteurs représentent environ la moitié de toutes les exportations canadiennes vers ce pays.
- Parmi les entreprises canadiennes ayant particulièrement bien réussi récemment sur le marché américain, mentionnons : *Alcatel Canada Wire Inc.*, *Protec Microsystems*, *Riese-Vertmont Canadian Lake Wild Rice*, *Ice King™*, *George Hancock Textiles Limited*, *Clearly Canadian Beverage Corporation*, *Delrina Technologies*, *Data Accessories Corporation*, *Matek Consultants* et *Du Pont Canada Inc.*



Succès COMMERCIAUX

Great Western, bière de «Choix»

Quatre ans après son achat par 16 anciens employés, la Great Western Brewing exporte environ 45 % de sa production à l'extérieur de la Saskatchewan. La société, qui a son siège social dans la province ayant la plus faible consommation de bière par habitant au Canada, a lancé récemment la GW Ice Draft dans quatre provinces et a été l'une des premières sociétés à utiliser les bouteilles de plastique afin de réduire les prix. La société produit également une bière de faible teneur en alcool pour la gamme de produits Le Choix du président de Loblaw's. La Great Western Brewing exporte par ailleurs de la bière vers la Californie. Pour de plus amples renseignements : **Jack Whyte, Great Western Brewing Company**, Téléphone : (306) 653-4653, Télécopieur : (306) 653-2166.

Corey Feed Mills aux É.-U.

Corey Feed Mills Ltd., du Nouveau-Brunswick, fait sensation actuellement sur les marchés des aliments aquacoles des provinces de l'Atlantique et du nord-est des États-Unis. L'entreprise de Fredericton approvisionne l'industrie piscicole de la côte Est et a vu ses ventes passer de 100 000 \$ à plus de 3 millions \$ par an. L'entreprise a également percé le marché des aliments pour animaux familiers des provinces de l'Atlantique et, en 1995, prévoit lancer ses produits sous l'étiquette Companion's Choice. Depuis qu'elle vend des produits pour animaux familiers de marque privée, Corey Feed Mills Ltd. a accru sa production à quatre tonnes/l'heure. L'entreprise vend aussi en Arizona et en Colombie-Britannique. Pour plus de renseignements : **Lee Corey, Corey Feed Mills Ltd.**, Téléphone : (506) 459-5588, Télécopieur : (506) 450-4817.

Petits réseaux, bonnes affaires

Les petits réseaux d'affaires, également connus sous le nom de réseaux de fabrication souples, retiennent de plus en plus l'attention au Canada à cause de leur succès dans d'autres pays, où ils ont permis des gains de compétitivité considérables. On trouve en Italie et au Danemark deux exemples classiques du succès de tels réseaux.

Le concept est né il y a 20 ans dans le district d'Emilia-Romagna, dans le nord de l'Italie, région qui jouit aujourd'hui d'une croissance vigoureuse attribuée par les experts à sa structure industrielle unique et au soutien des gouvernements régionaux.

Le succès de ces réseaux dans la région d'Emilia-Romagna a permis la création de 20 000 nouveaux emplois manufacturiers de 1972 à 1987. Les salaires sont maintenant les plus élevés au pays. La région a devancé le Nord-Ouest industrialisé, et l'Italie dans son ensemble, sous l'angle de la production industrielle, en plus de porter de 7,9 à 18,6 p. 100 sa part des exportations italiennes.

Les réseaux italiens se sont constitués naturellement à la faveur de conditions économiques, culturelles et historiques

uniques. La présence d'associations professionnelles actives, de fortes concentrations de mini-entreprises artisanales de secteurs connexes, et les liens familiaux et communautaires créaient un milieu très particulier.

Les réseaux danois, par contre, sont issus du maillage délibéré de petites et moyennes entreprises. L'économie manufacturière danoise a longtemps été constituée presque exclusivement de petites entreprises tournées vers l'exportation et reliées entre elles par des groupements professionnels et sectoriels.

En 1989, après une étude du système italien, le Danemark a choisi de favoriser la complémentarité entre les petites entreprises.

Le gouvernement a mis en place un système national qui permet de former des courtiers en réseaux et d'offrir des subventions encourageant la coopération. 25 millions de dollars ont été investis de la sorte dans les PME du pays.

Pour plus de renseignements :

Pam Forward

Agriculture et Agro-alimentaire Canada

Téléphone : (613) 954-2934

Télécopieur : (613) 941-3776

L'Asie à l'heure du libre-échange

Les pays de l'ANASE travaillent à faciliter le commerce entre eux au moyen de l'Asean Free Trade Agreement (AFTA) qui est entré en vigueur au début de 1993.

L'accord vise à créer un marché intégré de 340 millions de personnes avec un PIB de 293 milliards \$ US croissant au taux de 7 % par an. Les droits frappant toutes les marchandises ayant un contenu ANASE de 40 % ou plus doivent baisser à 0,5 % d'ici l'an 2008. Les

marchandises appartenant à 15 catégories spéciales sont censées atteindre cette date cible plus tôt, soit en 2003, en vertu du régime du Common Effective Preferential Tariff. En vertu de ce régime, la Malaisie et Singapour ont apporté des réductions immédiates à certains droits, mais les autres nations attendront pour réduire les leurs. Par exemple, la Thaïlande et l'Indonésie

(Voir page IV — ANASE)

Canamino veut sortir l'avoine de la cuisine

Une société de Saskatoon a mis à profit des recherches fédérales visant à produire un son de meilleure qualité pour lancer une entreprise de cosmétiques et de produits pour le soin de la peau dont le chiffre d'affaires pourrait atteindre 100 millions de dollars sur le marché international des cosmétiques.

Canamino Inc. a suscité tant d'intérêt avec son substitut de talc, son émulsifiant et sa base d'avoine pour shampoing protéique qu'un groupe d'investisseurs a décidé de construire une usine de

7,3 millions de dollars qui approvisionnera le marché mondial. La société prévoit de commencer la production l'été prochain à sa nouvelle usine de Saskatoon, mais elle réalise déjà des ventes grâce à une production de fin de semaine à l'usine-pilote POS de la même ville. Les chercheurs de POS ont d'ailleurs contribué à mettre au point le projet-pilote de transformation et le procédé de mouture qui sont à l'origine des nouveaux produits de Canamino. La société détient maintenant la licence exclusive pour l'utilisation de ce procédé.

Pas moins de 63 sociétés à l'échelle mondiale analysent en ce moment les échantillons de Canamino. L'industrie des cosmétiques ne ménage aucun effort pour remplacer les produits d'origine animale par d'autres à base de végétaux. De grandes sociétés comme Estée Lauder et Cheeseborough-Ponds prévoient lancer en 1994 plusieurs produits à base d'avoine, confirmant la percée de Canamino dans ce domaine.

Les nouveaux produits ont pu voir le jour grâce à un projet de recherches concertées d'Agriculture Canada et de l'usine-pilote POS. Le travail effectué

par le Dr David Paton, chercheur à Agriculture Canada, a débouché sur un procédé de mouture breveté qui donne un son et une farine d'avoine extrêmement purs.

Plusieurs éléments sont ensuite produits à partir du son et de la farine, et notamment l'amidon, que Canamino soumet à un traitement de surface pour obtenir un produit de remplacement du talc. De même, les protéines d'avoine hydrolysées remplacent les protéines d'origine animale dans les shampoings et les lotions. Le bêta-glycane a une action émolliente et adoucissante sur la peau, et il ressemble étroitement à l'acide d'origine animale qu'il remplace. La farine d'avoine raffinée se révèle un émulsifiant naturel, et le son d'avoine sert d'épaississant dans les crèmes.

Pour plus de renseignements :

John Schaw

Canamino Inc.

Téléphone : (306) 975-2030

Télécopieur : (306) 975-2049

ou

Marilyn Huber

Usine-pilote POS

Téléphone : (306) 975-2030

Télécopieur : (306) 975-2049



Woodstone Foods : de bonnes ventes à l'étranger pour le pois jaune canadien

Depuis 1977, Woodstone Foods Corporation a effectué plusieurs percées importantes dans ses travaux de recherche et de développement sur le pois jaune de grande culture et créé une forte demande à l'exportation pour ses produits.

Des fabricants d'aliments aux États-Unis, en Europe, en Asie du Pacifique et en Amérique du Sud utilisent son amidon, ses protéines, ses produits à base de fibre de parois cellulaires et de téguments, ainsi que son tout nouveau produit de remplacement de la matière grasse.

L'engouement pour la fibre de pois vient de ce qu'elle est beaucoup plus soluble que les fibres de toute autre source et qu'elle se prête bien à la préparation de produits élaborés tels que les pains, les produits de boulangerie et les boissons. Woodstone offre aux fabricants d'aliments, aux restaurants et aux services d'alimentation des recettes utilisant de la fibre non blanchie, des protéines et des ingrédients d'amidon tirés du pois jaune.

Pour en savoir plus : **Sharon Inglis**, *Woodstone Foods*, Téléphone : (204) 831-8702, Télécopieur : (204) 831-8755.

Ault Foods et ACIC : Une alliance stratégique

Ault Foods Ltée et le fabricant de produits chimiques et pharmaceutiques ACIC ont lancé une coentreprise, Canlac, en vue de produire des laxatifs, ce qui pourraient donner lieu à des exportations de 75 à 100 millions de dollars d'ici à 1995.

Laxatif populaire en Europe, le lactulose est fabriqué à partir de perméat de lactosérum à l'usine de Canlac à Victoriaville (Québec). Le perméat est un sous-produit de la fabrication du fromage, et il est expédié par lactoduc aux installations d'ACIC, à partir de l'usine Lactantia d'Ault située tout près.

ACIC, de Brantford (Ontario), a découvert que l'un des principaux

fournisseurs mondiaux de lactulose importait du perméat de lactosérum du Canada pour fabriquer le laxatif au Japon. Ault et ACIC veulent réduire les prix du produit sur le marché nord-américain afin de stimuler la demande.

ACIC apporte à la coentreprise ses connaissances des marchés internationaux et un vaste réseau de commercialisation. Ault, principale société laitière au Canada, y contribue son savoir faire en technologie laitière.

Pour plus de renseignements :

Christopher Calenti

ACIC Inc.

Téléphone : (519) 756-8942

Télécopieur : (519) 753-3051

Le porc danois : un compétiteur sérieux

Le Danemark est actuellement l'un des plus redoutables concurrents du Canada sur le marché mondial du porc, affichant la même production que le Canada avec une population cinq fois moins importante.

Le Danemark a tiré parti de la demande internationale de porc avec un enthousiasme que personne ne lui dispute. Son industrie porcine s'est adaptée aux exigences du marché international ce qui en fait un modèle pour les pays qui exportent cette denrée.

L'industrie du porc danoise se distingue par une intégration très élevée de ses différentes composantes. La quasi-totalité des producteurs sont membres de coopératives d'abattage et

SIAL, un "must" pour l'exportateur

Le Salon international de l'alimentation (SIAL) de Paris, qui aura lieu du 23 au 27 octobre (6 au 10 juin pour les boissons), sera la plus importante foire du commerce agro-alimentaire en Europe cette année. Quelque 4 700 exposants de 73 pays et 100 000 visiteurs et acheteurs de 140 pays y sont attendus. Occupant plus de 100 000 mètres carrés d'espace au Centre d'exposition de Paris-Nord, le Salon représente une tribune de choix pour le secteur agro-alimentaire européen et ses produits de tous genres. Il constitue l'endroit idéal pour établir des contacts et s'informer des tendances associées aux produits et à l'emballage.

Le SIAL comporte deux volets, dont le tout nouveau SIAL BOISSONS où tous les types de boissons sont à l'honneur, qu'il s'agisse de vins, de spiritueux, de liqueurs, de bières ou d'eaux minérales. Les fabricants de produits alimentaires et les spécialistes de la transformation des aliments auront également la chance d'assister à l'exposition de l'IPA (Semaine Internationale des Procédés et Équipements pour l'industrie alimentaire), qui se déroule en même temps que le SIAL. L'IPA met en vedette le matériel et la technologie destinés au secteur de la transformation alimentaire.

En 1992, 35 compagnies canadiennes ont participé au SIAL, dont 27 au Pavillon national du Canada. Nos entreprises ont fait très belle figure aux deux derniers Salons, soit ceux de 1990 et 1992, où elles ont remporté le très convoité SIAL d'or pour le meilleur produit nouveau. Le groupe Nostrano de Montréal a décroché la palme en 1992 avec son jambon «Nou-velle France» aromatisé au sirop d'érable et la firme Linsey Foods, de Scarborough (Ontario), a fait de même en 1990 avec sa sauce à salade «Et Tu Caesar».

Pour de plus amples renseignements :

Lorraine Reardon

Affaires étrangères et

Commerce international Canada

Téléphone : (613) 996-2147

Télécopieur : (613) 944-1008

de transformation. Cette intégration est d'une grande efficacité pour identifier les ressources nationales de l'industrie et pour les mobiliser en vue de répondre à la demande du marché international.

Comme c'est le cas au Canada, cette capacité à exporter repose sur des producteurs capables d'alimenter les abattoirs avec du porc sain et de qualité élevée. De plus, l'industrie a également démontré sa volonté d'adapter son produit aux méthodes de découpe et de transformation des marchés convoités.

Contrairement aux États-Unis où les augmentations de la production résultent d'un accroissement du rythme d'abattage, le Danemark opte plutôt pour l'établissement de chaînes supplémentaires de découpe. Notons par ailleurs que l'intégration de cette industrie permet de mieux planifier l'arrivée des porcs aux abattoirs.

L'Union européenne, qui a absorbé 66 % de la production de porc du Danemark en 1991, applique une politique commerciale favorable en la matière qui profite largement à ce pays. Cette politique comprend des garanties pour le prix du porc, les taxes à l'importation, les prix planchers à l'importation et les remboursements à l'exportation.

Pour de plus amples renseignements :

John Ross / Cathy Istead

Agriculture et Agro-alimentaire Canada

Téléphone : (819) 994-0246

Télécopieur : (819) 953-0969

Le sirop d'érable et les Britanniques

Le sirop d'érable pur du Canada fait les délices d'un nombre croissant de Britanniques grâce aux efforts concertés des producteurs de sirop d'érable du Québec, du Haut-commissariat canadien à Londres, de l'agent général de la Maison du Québec à Londres, du Fonds de commercialisation des produits de l'érable d'Agriculture et Agro-alimentaire Canada et de deux distributeurs britanniques.

Une campagne de promotion a ciblé les principales revues féminines, les grands médias et les principaux éditeurs d'ouvrages culinaires pendant qu'on s'adressait au consommateur avec la création d'un recueil de recettes et que les distributeurs britanniques amélioraient la distribution et la commercialisation en magasin.

On envisage également d'organiser dans les magasins des promotions sur le thème du Canada qui marieront le sirop d'érable à d'autres produits canadiens.

Pour de plus amples renseignements :

Claude Tardif

Producteurs de sucre d'érable du Québec

Téléphone : (514) 842-9471

Télécopieur : (514) 842-3541

Exporter du fromage aux É.-U.

Bien que les États-Unis imposent des limites quantitatives à l'importation de la plupart des sortes de fromage, des débouchés lucratifs s'ouvrent quand même aux exportateurs canadiens sur les marchés des fromages de lait de vache, affinés, à pâte molle.

La production américaine de ces types de fromage est faible contre une forte demande. La Trade Agreements Act, de 1979, dresse des barrières à l'importation du fromage aux États-Unis, protégeant ainsi les producteurs nationaux. Cependant, les fromages affinés, à pâte molle, comme le brie et le camembert, sont exonérés.

Pour la réglementation américaine, ces fromages sont ceux dont la surface externe est constituée d'une croûte dure résultant de la maturation, ou affinage, par des agents biologiques comme les

moisissures, les levures ou d'autres micro-organismes. Le fromage de ce type préparé avec du lait de vache doit aussi être visiblement affiné dans la masse, avoir une teneur de matière grasse, en poids (extrait sec), d'au moins 50 p. 100 et une humidité (en pourcentage d'extrait dégraissé) d'au moins 65 p. 100. La définition américaine n'inclut pas le fromage dont la masse est parsemée de moisissures.

Tout fromage fin, pré-emballé, qui possède ces caractéristiques et qui est affiné en surface serait admissible à l'exportation sans restriction quantitative vers le marché américain.

Pour plus de précisions, s'adresser à : **Dominique Benoit**
Agriculture et Agro-alimentaire Canada
Téléphone : (819) 994-0246
Télécopieur : (819) 953-0969

Semex et le Royaume-Uni

Fondée il y a 21 ans par l'éco-sais Drew Sloan, Semex UK possède un chiffre d'affaires de 9 millions de dollars, soit 25 p. 100 des ventes totales de Semex Canada. Et Semex UK, qui est une filiale d'une société britannique appelée Greyleg Holdings, s'est emparée du quart du marché britannique pour la technologie canadienne d'insémination artificielle des bovins de boucherie et des bovins laitiers.

Elle détient le droit exclusif de vendre

ANASE (Suite de la page 1.)

commenceront à le faire en 1998. L'objectif est de réduire les droits de douane qui peuvent atteindre les 50 % dans plusieurs pays de l'ANASE.

Pour de plus amples renseignements : **May Chow**

Agriculture et Agro-alimentaire Canada
Téléphone : (613) 993-6671
Télécopieur : (613) 995-0949

les produits de Semex Canada au Royaume-Uni et son effectif de 200 employés consacre tous ses efforts à la commercialisation, comptant sur la qualité des produits de Semex Canada pour soutenir la concurrence de plusieurs pays européens.

Des représentants de Semex UK visitent les éleveurs de toutes les régions du Royaume-Uni. Ils conseillent les éleveurs, appuyés par vétérinaires, généticiens, experts en vidéo et en formation interne, et services d'édition.

Greyleg Holdings vient de créer un entreprise semblable en Irlande. Semex Canada tente aujourd'hui de reproduire le modèle de Semex Ireland et Semex UK sur d'autres marchés.

Pour en savoir plus : **Barry Weaver**
Semex Canada
Téléphone : (519) 821-5060
Télécopieur : (519) 821-7225

SUCCÈS COMMERCIAUX

Les Algues Acadiennes

Les Algues Acadiennes Ltée., aujourd'hui la plus importante société indépendante de transformation des algues en Amérique du Nord, a réussi à accroître ses ventes annuelles de 25 p. 100 au cours des derniers quatre ans. La recherche et le développement ont transformé la société de simple fournisseur d'algues brutes en fabricant diversifié : suppléments d'aliments pour animaux à base de mousse d'Irlande et de goémon (varch), additifs d'engrais, et ingrédients alimentaires. Les exportations représentent 98 p. 100 des ventes, et ses clients sont maintenant répartis dans 28 pays. La société est aussi un leader mondial de la culture de plantes marines adaptées aux besoins de marchés de spécialité. Pour en savoir plus : **J.P. Deveau**, *Les Algues Acadiennes Ltée.*, Téléphone : (902) 468-2840, Télécopieur : (902) 468-3474.

Nature's Path Foods

Nature's Path Foods Inc. a triplé ses exportations de céréales de petit déjeuner certifiées biologiques au cours des trois dernières années. La société prévoit faire passer son chiffre d'affaires de 11,6 à 17 millions de dollars en 1994, exportant vers les États-Unis, l'Europe et l'Asie du Pacifique. Ses ingrédients biologiques certifiés sont produits sur des sols qui n'ont pas été exposés aux pesticides chimiques, ni aux engrais depuis trois ans. En 1992, la société a lancé « Heritage », une céréale de grains anciens. En 1990, Nature's Path a mérité le 2e rang dans la catégorie du meilleur produit d'épicerie à l'exposition alimentaire de Paris. La société produit également des céréales sous l'étiquette « Le choix du Président ». Pour en savoir plus : **Arran Stephens**, *Nature's Path Foods Inc.*, Téléphone : (604) 940-0505, Télécopieur : (604) 940-0522.

L'industrie aéronautique japonaise prend son envol dans le domaine de l'aviation civile

Le Japon est grand consommateur de biens et services dans le domaine de l'aviation civile; ses transporteurs aériens, dotés d'une flotte moderne, sont parmi les plus gros du monde. Les vastes travaux de construction et d'agrandissement aéroportuaires qui doivent être réalisés au Japon au cours des prochaines années, notamment l'aménagement de l'aéroport international de Chubu près de Nagoya et la réalisation du grand projet de Kitakyushu dans la région de Fukuoka, créeront de nombreux débouchés sur le marché japonais. Tout laisse prévoir que l'ambitieux programme d'expansion du réseau japonais d'aéroports régionaux suscitera le développement des liaisons aériennes locales et inter-régionales et stimulera la demande en systèmes de contrôle aérien et en aéronefs adaptés au transport voyageurs sur courtes distances.

Les caractéristiques distinctives du Japon déterminent la nature des possibilités commerciales qui s'y offrent. Ainsi, la haute densité de population sur un territoire de peu d'étendue explique qu'il existe au Japon un marché intéressant pour les hélicoptères - le pays vient d'ailleurs au troisième rang mondial, après les États-Unis et le Canada, pour ce qui est de la taille de la flotte nationale d'hélicoptères. Les contraintes inhérentes à la rareté des terres et à leur coût élevé sont également responsables de la pénurie chronique de pilotes; il y a donc demande constante en simulateurs de vol et en services de formation à l'étranger.

Les mêmes facteurs - étroitesse du territoire et coûts élevés - ont poussé les lignes aériennes japonaises à implanter hors de l'archipel nippon une part importante de leurs installations de maintenance. Par exemple, la plupart des réactés d'affaires des sociétés ja-

ponaises sont stationnés et entretenus à l'étranger, encore une fois à cause des coûts prohibitifs du stationnement en sol nippon.

Dans ce contexte, des possibilités commerciales intéressantes s'offrent à l'industrie canadienne de l'aéronautique. Si déjà un nombre considérable de fournisseurs canadiens sont présents dans le marché japonais et y connaissent le succès, beaucoup de nos entreprises n'ont pas su profiter au maxi-

Le Canada doit développer des produits adaptés aux besoins du marché japonais.

mum des nouveaux débouchés.

Le Plan d'action canadien pour le Japon souligne que, pour optimiser sa participation à un marché de l'aéronautique en croissance, le Canada doit développer des produits adaptés aux besoins du marché japonais. Pour ce faire, nos exportateurs doivent s'informer des changements dynamiques qui se produisent sur le marché japonais, en consultant des études, sondages ou profils et en participant à des ateliers. Ils doivent aussi adapter leurs produits pour répondre aux besoins des Japonais, notamment par le biais d'initiatives favorisant les partenariats avec des entreprises nippones.

Enfin, ils doivent promouvoir les capacités de leurs entreprises auprès des intervenants japonais, par exemple en participant à des manifestations d'envergure dans la région Asie-Pacifique. À ces fins, divers organismes fédéraux et provinciaux chargés du commerce et de la technologie aideront le secteur

privé à mettre en oeuvre un plan d'ensemble intégré pour améliorer ses capacités au Canada et ses résultats commerciaux au Japon. L'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC) joue le rôle de chef de file dans le secteur privé.

Tous connaissent l'histoire du miracle japonais qui a vu l'industrie nipponne conquérir les marchés mondiaux depuis la fin de la Seconde Guerre, en moins de cinquante ans. L'expansion industrielle du Japon ne laisse aucun Canadien indifférent; tous, nous consommons des produits japonais, nos travailleurs et nos entrepreneurs doivent affronter la concurrence de leurs homologues nippons. Si peu de secteurs industriels mondiaux échappent aujourd'hui à la prédominance ou à l'influence du Japon, l'aéronautique fait

pourtant exception, ne s'y étant développée que lentement.

Les débuts de l'industrie aérospatiale du Japon remontent aux années 50, période où l'on a relancé ce qui restait de l'industrie d'avant-guerre afin de doter l'État des capacités intérieures nécessaires pour répondre à ses besoins militaires. En dépit d'incursions occasionnelles dans l'aviation civile, l'aérospatiale japonaise demeure axée sur le secteur militaire dans la mesure où celui-ci constitue de 70 à 80% de la production. Par conséquent, la capacité du Japon d'approvisionner le marché de l'aviation civile est faible comparativement à sa force dans d'autres domaines de la technologie de pointe. En outre, comme le Japon mise sur le marché militaire et qu'il ne peut pas, pour des raisons politiques et constitutionnelles, amortir par des exportations le coût de ses produits, il fabrique à frais élevés une gamme limitée de produits aérospatiaux.

(Voir page 6 — Japon)

Le marché japonais de l'aéronautique *(Suite de la page 5)*

Il en a résulté des liens étroits avec l'industrie aérospatiale des États-Unis, qui est une source importante de la technologie de base utilisée au Japon. Il y a toutefois de bonnes raisons de croire que la spécialisation militaire de l'aérospatiale japonaise et sa dépendance envers la technologie étrangère ne durera pas encore longtemps.

En dépit de la petite taille de l'aérospatiale japonaise, ses capacités supérieures en matière de fabrication ainsi que l'excellente réputation des sous-traitants et des fournisseurs nippons font que la production dans ce secteur a enregistré récemment une croissance exceptionnelle, passant de moins de 1 milliard \$ en 1979 à près de 8 milliards en 1992 - soit la taille actuelle du secteur canadien des transports aériens.

Des points de vue technique et économique, le Japon peut-il - et veut-il - développer un secteur aérospatial d'envergure mondiale? Malgré des lacunes certaines, l'industrie japonaise a acquis nombre de technologies; elle se situe à l'avant-garde du développement de matériaux composites à base de fibre de carbone et progresse rapidement dans des domaines comme l'avionique et les systèmes de visualisation d'habitacle.

Par ailleurs, les principaux fabricants japonais du secteur sont des conglomérats pouvant faire appel aux énormes ressources que possèdent les entreprises constituantes en matière de technologies et d'installations de production.

L'aérospatiale attire les grandes sociétés japonaises grâce à l'importance économique du secteur de l'aviation civile. Ajoutons que le Japon tiendra à devenir autosuffisant.

Les fabricants japonais se préparent à investir le secteur de l'aviation civile; ils ont conclu nombre d'alliances avec leurs homologues européens et américains pour la mise au point de nouveaux produits. Par ce moyen, les fabricants

Foire de l'aérospatiale au Japon

Le MAECI organise un stand canadien pour JA '95, qui aura lieu à Tokyo du 15 au 19 février 1995. Présentée tous les quatre ans, cette foire portera sur les occasions d'affaires dans la région Asie-Pacifique.

L'exposition est une vitrine d'envergure qui témoigne de l'importance grandissante de la région dans un marché mondial de l'aérospatiale de plus en plus intégré.

Pour obtenir plus de renseignements, s'adresser à la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, au MAECI; tél. : (613) 995-8596.

japonais espèrent acquérir rapidement des technologies étrangères. Les sociétés européennes et américaines obtiennent par ces alliances un accès aux techniques et aux capitaux du Japon. Résultat de ce partenariat particulier, le Japon accroît ses capacités de mise au point et de fabrication de produits aéronautiques. Jusqu'où cette tendance mènera n'est pas chose évidente; on peut aussi se demander si le Japon voudra rester un producteur aéronautique de second ordre - l'expérience récente dans d'autres secteurs permet d'affirmer que cela ne saurait être le cas.

Dans ce contexte, qu'en est-il maintenant de l'industrie aéronautique canadienne? Si l'industrie japonaise continue de progresser sur la voie qui la transformera d'un secteur de petite taille en une industrie d'envergure mondiale, nos industriels devront relever le défi et se demander comment tirer avantage des possibilités offertes.

Le plan d'action n'est pas tout tracé d'avance, mais nos entreprises peuvent étudier divers choix : la recherche d'alliances stratégiques; les initiatives conjointes en recherche et en fabrication ainsi que les échanges de technologie;

l'établissement de liens de sous-traitance, stables et à long terme, avec les grands fabricants japonais; la recherche auprès d'investisseurs ou d'associés japonais des moyens technologiques ou financiers voulus. L'industrie canadienne peut conclure que l'aérospatiale japonaise ne constitue pas une menace véritable ou ne présente pas de possibilités espérées, il faudra alors concentrer ailleurs attention et énergies.

Chose certaine, jusqu'à présent l'aérospatiale canadienne s'est beaucoup plus intéressée à ses homologues américains ou européens qu'à d'éventuels partenaires japonais. Il faut examiner de plus près l'évolution de l'industrie japonaise si l'on veut évaluer en toute connaissance de cause les orientations que se donne le Japon et, surtout, en tirer des conclusions quant à leur signification pour nos entreprises.

En dernière analyse, la possibilité est imminente qu'un nouveau géant industriel japonais prenne son envol. Avant qu'il ne soit trop tard, l'industrie canadienne doit réfléchir à la question de savoir si elle s'y associera de quelque manière.

Exposition de catalogues en Inde

Bangalore/Mysore — Les entreprises intéressées à présenter leur documentation dans le cadre d'une **exposition de catalogues** à Bangalore et à Mysore, en Inde, doivent en faire parvenir trois exemplaires à Bombay avant le 15 août prochain.

Cette exposition multisectorielle est consacrée aux télécommunications, aux technologies de pointe, à la transformation des aliments, à la biotechnologie et aux pièces d'automobiles.

Les catalogues seront numérotés et exposés uniquement à des fins de consultation. Des photocopies seront par la suite envoyées par la poste aux entreprises indiennes intéressées, les invitant à contacter directement les sociétés canadiennes. Ces dernières seront informées du nom des entreprises indiennes qui ont demandé des renseignements supplémentaires.

Faites parvenir les catalogues à M. David C. Dix, consul et délégué commercial, Consulat du Canada, 41/42 Maker Chambers VI, Nariman Point, Bombay 400 021. Tél. : 91-22-2876027/28/29. Fax : 91-22-2875514.

Protection de l'environnement

Santiago de Chile — Du 28 octobre au 6 novembre prochains les sociétés canadiennes auront l'occasion de prospecter le marché naissant de la protection de l'environnement en Amérique latine, et même d'y prendre pied.

À cette occasion aura lieu **FISA Environnement 1994**, la plus importante foire industrielle en Amérique latine et l'une des plus grandes expositions internationales des nouvelles technologies.

L'an dernier, la foire a accueilli 2 400 exposants venus de 38 pays présenter leurs produits et services à plus de 500 000 visiteurs.

Les organisateurs affirment que le

secteur de la protection de l'environnement connaît une poussée de croissance en Amérique latine. On estime qu'au Chili le taux de croissance annuel du secteur s'élèvera à 50% au cours des trois prochaines années. D'ici dix ans, le marché pourrait atteindre 4 milliards \$.

Pour se procurer des troussees d'information et d'inscription, s'adresser au responsable canadien du marketing de la foire : Antonio Lara, Caesa International, 3245, rue de Tripoli, Sainte-Foy (Québec) G1X 1X2. Tél. : (418) 658-9096. Fax : (418) 658-3572.

Foire sino-américaine de la construction

Tianjin et Fujian — Les sociétés canadiennes ont la possibilité d'explorer ou de pénétrer le plus grand et le plus dynamique chantier de construction du monde.

Il est recommandé de visiter d'abord la troisième **foire sino-américaine de la construction (China ConEx 1994)**, qui se tiendra cette année à deux endroits, soit à Tianjin (du 8 au 11 novembre) et dans la province de Fujian (du 14 au 16 novembre).

Ces expositions porteront sur deux domaines particuliers :

- les engins de construction routière et le matériel utilisé en aménagement urbain, pour la construction d'immeubles de grande hauteur, les travaux en zones industrielles, l'exploitation minière, etc.; et

- les matériaux de construction employés dans l'aménagement intérieur et extérieur, le contreplaqué, les armoires et accessoires de cuisine, les portes et fenêtres, les accessoires de salle de bain, les matériaux pour cloisons sèches et plafonds, les adhésifs, les revêtements et les peintures, etc.

Il existe de nombreux débouchés commerciaux encore inexploités en Chine. La Chine possède un immense pouvoir d'achat que le Fonds monétaire international évalue à plus de 1,7 billion de \$ US.

La demande en Chine pour les engins et les matériaux de construction, les services d'ingénierie et la technologie connexe fait de ce pays l'un des marchés de construction les plus vastes et les plus dynamiques du monde. Le gouvernement chinois a inscrit le développement des infrastructures en tête de ses priorités.

Pour plus de détails, communiquer avec l'organisateur nord-américain : Hua Executrade Communications, 323-810 West Broadway, Vancouver V5Z 4C9. Tél. : (604) 325-8366. Fax : (604) 325-4729.

Foire en Afrique du Sud

Foire internationale de l'Afrique du Sud — 1-5 novembre — Se tenant à Johannesburg, cet événement multisectoriel mettra en vedette le génie électrique et industriel, la manutention, etc.

Communiquer avec la direction l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, fax : (613) 944-7437.

AFROSAT EXPO'94

Yaoundé — La capitale camerounaise, Yaoundé, accueillera du 1^{er} au 4 décembre prochains la première **foire internationale africaine de la radio-diffusion et de la télédiffusion par satellite (AFROSAT EXPO 1994)**.

Deux autres expositions se tiendront en même temps, soit la deuxième **foire destélécommunications (TELECOM EXPO 1994)** et la quatrième **exposition d'informatique et de bureautique (INFOEXPO 1994)**.

Les organisateurs de ces foires commerciales, ONAFEX et URTNA (Union des radiodiffusions et télévisions nationales d'Afrique) déclarent que l'Afrique (850 millions d'habitants) constituera en l'an 2000 un énorme auditoire potentiel.

Pour renseignements, contacter ONAFEX, C.P. 1439, Douala, Cameroun. Tél. : (237) 42-43-20. Fax : 42-77-03. Télex : 1135KN DLA/Cameroun.

Nouvel accord Canada-Israël

Pour promouvoir la recherche et développement

Les gouvernements du Canada et d'Israël ont signé en mars dernier un accord en vue de la mise sur pied d'une fondation conjointe de R-D, la Fondation Canada-Israël de recherche-développement industrielle (FCIRDI). Cet accord est le résultat de négociations conduites par le scientifique en chef d'Industrie Canada avec son homologue israélien.

Si Israël a déjà conclu avec d'autres pays plus d'une trentaine d'accords bilatéraux, il s'agit pour le Canada d'une

première. Alexander Petrov, d'Industrie Canada, nous dit que la nouvelle Fondation constitue un projet pilote. «Nous espérons rééquilibrer les relations Canada-Israël, qui privilégient les aspects politiques et culturels au détriment de la dimension économique.» (Le commerce bilatéral entre les deux pays est actuellement de l'ordre de 250 millions \$ CAN par année.) M. Petrov ajoute que, si le projet était couronné de succès, le Canada pourrait utiliser la même démarche dans ses relations avec

d'autres pays. Selon lui, Israël développe un nombre surprenant d'innovations techniques. La R-D en Israël est très avancée dans nombre de domaines scientifiques et industriels; le pays vient au septième rang des 24 nations industrialisées de l'OCDE pour ce qui est de l'investissement national en R-D.

Les deux gouvernements se sont engagés à investir chacun un million \$ par année dans la nouvelle fondation. Une société canadienne ou israélienne voulant recevoir une subvention de la FCIRDI devra se trouver un partenaire dans l'autre pays. Les deux partenaires devront posséder des compétences reconnues en R-D et s'entendre sur les conditions présidant à leur initiative. Non seulement la FCIRDI favorisera la mise au point de nouvelles technologies, mais elle s'efforcera aussi de **commercialiser** ces innovations.

Industrie Canada constituera un fichier de quelque 200 entreprises canadiennes de technologie de pointe intéressées à des ententes en R-D, fichier que le Ministère mettra à la disposition de l'ambassade du Canada à Tel Aviv. À l'ambassade, la section commerciale a déjà amassé des dossiers recensant nombre d'organisations israéliennes à la recherche de partenaires canadiens.

Les deux gouvernements s'adressent à ce que la Fondation reçoive de nombreuses demandes de financement. Les travaux de R-D menés dans ce cadre devraient déboucher sur d'heureuses applications commerciales.

Pour renseignements, s'adresser à la section commerciale de l'ambassade du Canada à Tel Aviv. Fax : 011-972-3-527-2333.

AU CALENDRIER

Toronto — 18 et 25 juillet 1994 — **L'importation, l'exportation et la vente par correspondance** seront les thèmes abordés dans le cadre d'ateliers, ouverts au public et parrainés par l'Institut canadien de la petite entreprise. Les ateliers des 20 et 27 juillet auront comme sujet **Comment lancer sa propre entreprise**. Pour renseignements, téléphoner au (416) 512-2009, ou télécopier au (416) 512-6376.

Montréal — 12-16 septembre 1994 — **La deuxième conférence mondiale intitulée «Vers un développement durable par le tourisme»** devrait attirer 1 500 personnes en provenance de 80 pays et mettra l'accent sur 200 réussites dépeignant l'état actuel du développement durable par le tourisme. Parmi les 15 conférenciers invités de renommée internationale figurent Maurice Strong, secrétaire général de la Conférence des Nations Unies sur l'en-

vironnement et le développement, et Robert Burns, président du World Travel and Tourism Council. La conférence, organisée par l'Institut international pour la paix par le tourisme, servira à promouvoir le tourisme comme industrie de la paix mondiale. Communiquer avec l'Institut, 3680, rue de la Montagne, Montréal H3G 2A8. Tél. : (514) 281-1822. Fax : (514) 848-1099.

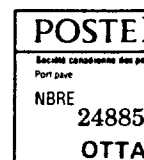
Ottawa-Hull - le 20 septembre 1994. La Banque fédérale de développement (BFD) offre un **Programme de planification stratégique** de deux mois (45 heures), expressément destiné aux sociétés de la région d'Ottawa-Hull qui désirent pénétrer des marchés d'exportation ou élargir leurs marchés existants. Pour renseignements, communiquer avec Douglas L. Marshall, directeur, Services conseils en affaires, Ottawa. Tél. : (613) 995-5068. Fax : (613) 995-9045.

InfoCentre

InfoCentre (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoCentre au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier à la société, au (613) 996-9709; ou utiliser le service faxlink (613) 944-4500 à partir de votre

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



DOCS

CA1
EA
C16f
v. 12
Sep 6,
1994
Copy 2



CANADA EXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires étrangères

Vol. 12 N°14

6 septembre 1994

Un guide et une cassette vidéo

Pour réussir vos alliances stratégiques

Au cours de la dernière décennie, les sociétés de technologie ont montré un vif intérêt pour les alliances stratégiques en raison des transformations rapides de l'environnement concurrentiel. Bien que les alliances suscitent de plus en plus d'attention, bon nombre de sociétés se rendent compte de la difficulté de leur formation ou de leur gestion. En effet, ces alliances peuvent constituer un réel défi pour les gestionnaires de sociétés expérimentés.

Pour aider les entreprises canadiennes à mener à bien leurs activités, la Direction générale de l'investissement et de la technologie du MAECI a produit un document vidéo et un guide instructifs. La production vidéo

est basée sur des entrevues avec des cadres supérieurs des principales entreprises canadiennes de technologie. Le guide fournit des conseils pratiques concernant la formation et la gestion des alliances. Même s'ils portent sur les sociétés de technologie, le document vidéo et le guide s'appliquent aussi aux entreprises de tous les secteurs.

Les 12 recommandations suivantes sont tirées de ces documents et visent à assurer le succès d'une alliance.

1. Agissez en fonction d'objectifs clairement définis.
2. Évaluez soigneusement chacun des partenaires éventuels en fonction de sa

complémentarité technique et organisationnelle, de vos affinités personnelles et de ses autres alliances.

3. Prenez le temps d'étudier le milieu commercial dans lequel évolue un éventuel partenaire.

4. Assurez-vous de l'engagement des cadres supérieurs et du personnel d'exploitation.

5. Servez-vous du processus de négociation pour encourager la compréhension, l'engagement et une attitude favorable à la résolution des problèmes, comme fondement de la coentreprise.

6. Assurez-vous de la mise en place de mesures pour protéger les secrets de votre société, tant pendant les négociations qu'au cours de la mise en oeuvre de l'alliance.

7. Demeurez souple. N'oubliez pas que les circonstances et les marchés évoluent et que votre entente est elle aussi susceptible de subir des modifications.

8. Assurez-vous d'inscrire dans
(Voir page 2 — Guide)

Un nouveau conseil à l'aide des exportateurs

Les exportations de matériaux de construction canadiens devraient s'accroître dans la foulée de la création récente du Conseil canadien des exportateurs de matériaux de construction (CCEMC).

Regroupant les fabricants canadiens de matériaux de construction, le CCEMC est un organisme sectoriel voué à l'exportation et créé conjointement par Industrie Canada et l'Association des exportateurs canadiens (AEC).

En plus des nombreux débouchés sur les marchés étrangers, les membres du CCEMC pourront profiter des avantages suivants :

- liste de leurs produits dans un répertoire des exportateurs distribué partout dans le monde;
- participation aux délégations et aux

foires commerciales internationales des matériaux de construction;

- information sur les sources de financement des exportations, les normes applicables aux produits à l'étranger, les exigences relatives aux documents d'importation, ainsi que des renseignements sur les marchés et les possibilités commerciales;
- diffusion des renseignements sur les produits aux délégués commerciaux canadiens en poste à l'étranger; et
- information sur l'évolution des négociations internationales (GATT et ALENA) pour ce qui concerne la compétitivité des matériaux de construction canadiens et l'incidence de leurs résultats sur les débouchés commerciaux.

(Voir page 2 — Nouveau)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---|----------|
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| SUPPLÉMENT : CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE | I-IV |
| FOIRES COMMERCIALES | 5, 6, 11 |
| PUBLICATIONS | 7-10 |
| INVITATION CALIFORNIENNE | 12 |

Guide et cassette vidéo

(Suite de la page 1)

l'entente des points de repère et de contrôle clairement définis et prévoyez des examens réguliers et une procédure de résiliation.

9. Accordez la priorité voulue aux communications et mettez en place les mécanismes nécessaires pour la favoriser.

10. Chargez un cadre expérimenté de la gestion de l'alliance.

11. Prévoyez des résultats à court terme afin de renforcer la confiance et de maintenir l'enthousiasme et l'engagement.

12. Créez dans votre entreprise un milieu permettant de favoriser le développement des compétences internes dont vous avez besoin dans le cadre du partenariat. Évitez de dépendre de l'alliance.

Pour se procurer la vidéocassette (en format 3/4" et 1/2", pour respectivement 70 \$ et 14,95 \$, plus les frais de manutention, de livraison et de taxes) et le guide, communiquer avec CHROMAVISION International Inc., 1172, rue Rainbow, Gloucester (Ontario) K1J 6X7. Téléphone : (613) 748-5335 ou 1-800-461-7116 (à l'intérieur du Canada seulement). Fax : (613) 748-1073.

Nouveau conseil (Suite de la page 1)

En outre, le CCEMC publiera et distribuera chaque année, dans le cadre d'une initiative de collaboration, un *répertoire des exportateurs canadiens de matériaux de construction*. Environ 10 000 exemplaires seront diffusés par les ambassades et les missions commerciales du Canada, ainsi que dans les grandes foires internationales du bâtiment.

Le ministre de l'Industrie, M. John Manley, a déclaré lors de l'annonce de la création du Conseil que «le CCEMC serait le principal centre d'information des entreprises de toutes tailles qui veulent obtenir des renseignements sur l'exportation et les services connexes, auparavant difficiles d'accès ou impossibles à obtenir. Le gouvernement

fédéral croit fermement que la collaboration avec le secteur privé est un facteur essentiel si l'on veut relever les défis des marchés mondiaux.»

Le président du Conseil de l'AEC, Gerald Regan, ajoute que la création du CCEMC rehaussera l'efficacité sectorielle de la commercialisation des matériaux de construction résidentielle, industrielle et commerciale. La collaboration avec le CCEMC sur le plan de l'exportation constitue une initiative intéressante qui permettra d'accroître la compétitivité des fabricants canadiens sur les marchés étrangers.

Pour renseignements, communiquer avec Terrance McGrath, directeur général du CCEMC, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Fax : (613) 563-9218.

Débouchés dans les secteurs du pétrole et du gaz naturel

La privatisation et la déréglementation récente du secteur argentin du pétrole et du gaz naturel ont eu pour effet de stimuler la production de pétrole brut, qui est passée de 20 millions m³ en 1991 à 34,5 millions m³ en 1993 et devrait atteindre 38 millions m³ cette année.

Les pétrolières argentines prévoient dépenser au moins 2 milliards \$ US annuellement au cours des prochaines années au titre des programmes de production et d'exploration.

Bien que les fournisseurs argentins

puissent satisfaire à la plupart des besoins de l'industrie, le marché présente des débouchés intéressants pour les sociétés canadiennes offrant des services, du matériel et des produits de technologie de pointe.

Parmi ces produits et services, mentionnons les systèmes vibrographiques d'acquisition, les relevés sismiques tridimensionnels, le forage, les techniques de récupération, l'assainissement et la protection de l'environnement, les méthodes de pompage pneumatique, les essais de carottage, la détection et la réduction de la corrosion, les instruments et l'automatisation sur le terrain, les usines de traitement, ainsi que les services, l'équipement et les matériaux nécessaires à la construction de pipelines.

Pour renseignements, communiquer avec Bill Perkins, agent commercial principal, ambassade du Canada, Tagle 2828, 1425 Buenos Aires, Argentine.

Tél. : (541) 805-3032.
Fax : (541) 806-1209.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle en 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 commerce international (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

ARABIE SAOUDITE — Une société établie à Riyad aimerait former une **coentreprise** avec une société canadienne spécialisée dans la **tannerie**. Cette dernière devrait pouvoir offrir son **savoir-faire, du matériel ainsi que ses compétences en matière de fabrication et de marketing**. Communiquer avec M.M. Tabb, Saudi Rehab, P.O. Box 52878, Riyad 11573, Arabie saoudite. Tél. : (966-1) 465-7207. Fax : (966-1) 465-0136.

CHINE (République populaire de) — Une entreprise de conception et de construction établie au Canada et possédant des bureaux de liaison à Hong Kong, Quangzhou, Shanghai et Beijing offre aux promoteurs la possibilité de **former des coentreprises dans le cadre de grands projets de construction et de travaux d'infrastructure avec l'un des trois plus importants établissements financiers internationaux de Chine**. Cet établissement assurera un **apport en capital**. Il est possible de former un **consortium financier et de construction** avec d'autres partenaires financiers de Hong Kong. Communiquer avec R. Fung, chef de la direction, Pacific Asia Canada Trade and Development Group Ltd. (PAC), 2/F, 11514 Jasper Ave., Edmonton, tél. : (403) 488-3888, fax : (403) 488-0573, ou avec S.K. Lam, directeur, PAC, 1503 Westlands Centre, 20 Westlands Road, Quarry Bay, Hong Kong. Tél. : (852) 880-5226. Fax : (852) 880-5062.

CHINE (République populaire de) — Une entreprise chinoise aimerait former une **coentreprise** dans le but de **fabriquer des vêtements en soie**, destinés aux marchés des pays signataires de l'ALENA. Cette entreprise, qui participe à des coentreprises en Argentine et en Allemagne, fabrique chaque année plus de deux millions d'articles en soie, exploitant sous les auspices du ministère chinois du Commerce extérieur et de la Coopération économique. Communiquer avec Cadorel International, 16, avenue Beechwood, bureau 200, Ottawa K1L 8L9. Tél. : (613) 745-9908. Fax : (613) 745-0110.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un important fabricant, importateur et exportateur de **matériel de télécommunications, de produits de défense et de systèmes de technologie avancée** désire entrer en contact avec des entreprises canadiennes similaires en vue d'**importer** de tels produits ou de conclure des **ententes de coentreprise**. Communiquer avec David Clist, directeur, groupe des télécommunications, Marine-Air Systems Ltd., P.O. Box 30-248, 24 Bridge Street, Lower Hutt, Wellington, Nouvelle-Zélande. Tél. : +64-4-569-2170. Fax : +64-4-566-1247.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise du secteur des télécommunications désire conclure des contrats d'**importation** ou des **ententes de coentreprise** avec des sociétés canadiennes fabriquant des **produits de consommation, du matériel pour la défense et l'aérospatiale, des automates industriels** ainsi que des **produits et logiciels de télécommunica-**

tions. Contacter Peter Crow, directeur des ventes et du marketing, Radiola Corporation, Wineera Drive, Porirua, Wellington, Nouvelle-Zélande. Tél. : 64-4-2370159. Fax : 64-4-2371267.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Établi en Australasie depuis longtemps, un fabricant de **systèmes de circulation routière** se spécialisant notamment dans la **signalisation aux carrefours, les installations de stationnement et les systèmes de télémétrie destinés aux secteurs de la production d'électricité et des télécommunications internationales** désire entrer en contact avec des sociétés canadiennes semblables en vue de conclure des contrats d'**importation** ou des **ententes de coentreprise**. Communiquer avec John Elston, directeur commercial, Harding Electronic Systems Ltd., 44 Wainui Road, P.O. Box 36-007, Lower Hutt, Nouvelle-Zélande. Tél. : 64-4-569-6089. Fax : 64-4-569-7119.

PARAGUAY — Une société paraguayenne voudrait représenter dans le marché local des fabricants ou exportateurs canadiens de divers **biens de consommation**. Ses clients paraguayens s'intéressent à l'importation de produits tels **sucrieries** (bonbons, gomme à mâcher), **bière, fruits et légumes et jus de fruits en conserve, poisson en conserve** (thon, sardines), **pneus et chambres à air, pièces d'automobiles** ainsi que **batteries pour voitures et camions**. Contacter Victor L. Gehrts, directeur, Belmar S.R.L., L.A. de Herrera 185, 1^{er} Piso B, A.P. 1595, Asuncion, Paraguay. Tél. : (595) 21-445177. Fax : (595) 21-442514.



WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopier votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

La Belgique, un marché-témoin au cœur de l'Union européenne

La Belgique est l'un des marchés de l'Union européenne présentant le plus d'intérêt pour les sociétés canadiennes désirant mieux se positionner sur le vaste marché de l'Europe continentale.

Avec ses 10 millions d'habitants, la Belgique est un pays relativement petit, mais qui se classe au sixième rang des importateurs de l'Union européenne et représente 3,2% de l'ensemble du commerce international.

Située dans l'une des régions les plus industrialisées et les plus concurrentielles du monde (où se concentre 75% du pouvoir d'achat de l'UE), la Belgique se spécialise dans la transformation des produits, les importations et les exportations y représentant respectivement quelque 60 et 70% du produit intérieur brut.

On retrouve en Belgique un grand nombre de PME exportatrices, principalement actives dans des marchés spécialisés. Les associés potentiels en vue d'alliances stratégiques y sont donc nombreux et bien placés pour collaborer avec les sociétés canadiennes dans

les marchés tant de l'UE que de l'ALENA.

La Belgique démontre un savoir-faire dans les domaines de la métallurgie, des produits chimiques, des produits pharmaceutiques, de la biotechnologie, des nouveaux matériaux industriels, du textile, du verre, de l'aérospatiale et de la transformation des aliments.

Les Belges excellent aussi dans le secteur des services, notamment dans les transports, l'expédition de marchandises, la distribution et les services bancaires.

Parmi les pays européens, la Belgique profite sans doute le plus de l'intégration européenne. Bruxelles a été désignée capitale de la nouvelle Europe, et le Marché unique donne la possibilité à la Belgique de profiter au maximum des avantages comparatifs que lui procurent notamment sa situation géographique. Le pays est situé entre la France, l'Allemagne et les Pays-Bas, sa population cosmopolite et polyglotte. La Belgique accueille, en plus de la Commission européenne, le siège social de bon nombre de multinationales.

Dans l'élaboration de leurs stratégies commerciales en Europe, les sociétés canadiennes doivent être conscientes que, comme le pensent la plupart des spécialistes en marketing, la Belgique est l'un des meilleurs marchés en Eu-

rope, sinon le meilleur, pour mettre à l'essai de nouveaux produits. Si le lancement d'un produit est un succès en Belgique, le produit a de bonnes chances d'avoir autant de succès dans les autres pays de l'Union européenne.

Le marché belge est l'un des plus stimulants, en partie à cause de sa dualité culturelle; l'exportateur pourra mettre le constater dans la façon dont les Belges d'origine latine ou germanique font des affaires. L'expérience de la vente et du marketing en Belgique pourrait donc se révéler précieuse si l'on prévoit exporter vers d'autres pays européens.

La Belgique est un pays à considérer quand vient le temps d'établir un bureau de vente à l'étranger, en raison non seulement de sa situation stratégique, mais également de coûts relativement peu élevés, de la disponibilité d'un personnel multilingue et d'excellents services financiers, de communications et de soutien. Le pays compte l'un des meilleurs réseaux de transport en Europe et est facilement accessible par voie aérienne, maritime, routière, ferroviaire et fluviale. Il n'est donc pas surprenant que 88 entreprises canadiennes soient présentes en Belgique.

Pour en savoir plus sur les possibilités que présente le marché belge, consulter les monographies sectorielles à la page 7.

CONTRATS

Un consortium de six sociétés du secteur maritime de la Colombie-Britannique, le Western Canada Marine Group (WCMG), a décroché un contrat de 18 millions \$ en vue de la conception et de l'équipement d'un patrouilleur de 76 m pour la Garde côtière mauricienne. Le Groupe, qui a aussi soumissionné pour d'autres projets, évalués à 200 millions \$, a été préféré à neuf autres soumissionnaires. Il a fallu 15 mois, sept séjours à Maurice et plus de 100 000 \$ pour obtenir le contrat.

Ligne de crédit SEE-banque tchèque

Les entreprises canadiennes désireuses de vendre des produits et services en République tchèque bénéficieront d'une ligne de crédit de 10 millions \$ US établie entre la SEE et la Komerchi Banka A.S. (KB).

Il s'agit du premier mécanisme de financement que la SEE établit avec la KB. Avec le plus important réseau de succursales, la KB est l'une des grandes banques de la République tchèque. La ligne de crédit sera particulièrement utile aux petites et moyennes entreprises (PME) dans des transactions en République tchèque.

Les PME exportatrices peuvent vérifier si leurs transactions sont admissibles au financement de la ligne de crédit en s'adressant à l'un des huit bureaux régionaux de la SEE à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Woodtech 1994

Vancouver — 21-23 septembre 1994 — D'une durée de trois jours, l'exposition et conférence **Woodtech 1994** est un événement d'envergure internationale. Cette foire a attiré l'an dernier plus de 9 000 visiteurs venus de 27 pays. Cette année, on attend 280 exposants du monde entier, notamment de Nouvelle-Zélande, d'Australie et de Chine. Woodtech 1994 présentera les technologies de pointe dans l'industrie des sciages. Les produits du bois à valeur ajoutée, l'un des domaines les plus dynamiques de l'industrie, seront également à l'honneur.

23 septembre 1994 — L'**atelier ExportVision**, présenté dans le cadre de **Woodtech Canada 1994**, est la plus importante activité du genre dans le secteur canadien du bois. Au cours d'une seule journée, ExportVision réunira une équipe de spécialistes du commerce international provenant de 15 ambassades et consulats du Canada, notamment du Mexique, de Singapour, de Milan, de Corée, de Düsseldorf, de Taïwan et du Japon. Il sera possible d'avoir des entretiens individuels avec des agents commerciaux.

Pour renseignements, communiquer avec Jacalin Crosfield, agent commercial, Centre de commerce international, C.P. 11610, 900-650, rue Georgia Ouest, Vancouver (C.-B.) V6B 5H8. Tél. : (604) 666-1440. Fax : (604) 666-8330.

Santé et environnement à Life 2000

Bombay — Le consulat du Canada à Bombay organise un kiosque d'information où seront exposées des brochures commerciales sur les produits technologiques canadiens à l'occasion de la foire internationale et symposium **Life 2000**, du 22 au 24 novembre prochains.

Cet événement portera sur deux secteurs, la santé et l'environnement, et

leurs divers domaines : matériel médical, systèmes de diagnostic, appareils électroniques, biotechnologie, génie génétique et biochimie, prévention des maladies, progrès dans la lutte contre le sida, hygiène publique, matériel hospitalier ainsi que systèmes de surveillance environnementale et de lutte contre la pollution.

Les brochures et catalogues fournis par les entreprises canadiennes seront numérotés et exposés au kiosque d'information pour consultation sur place seulement. Le consulat de Bombay informera les sociétés participantes des demandes d'information suscitées par leur documentation.

Les entreprises intéressées doivent faire parvenir à l'adresse qui suit trois jeux de leurs catalogues de produits, *qui devront être reçus au plus tard le 9 novembre prochain* : David C. Dix, consul et délégué commercial, consulat du Canada, Maker Chambers VI, 4th Floor, Nariman Point, Bombay 400 021, Inde. Tél. : 22-2876027. Fax : 22-2875514.

Pétrole et gaz naturel

Rio — 16-20 octobre 1994 — Le MAECI organisera un stand canadien à l'**Exposition 1994 de Rio de Janeiro sur le pétrole et le gaz naturel**, la plus grande foire commerciale d'Amérique latine dans les secteurs du pétrole, du gaz naturel ainsi que de la distribution et de la vente au détail des produits pétroliers.

Simultanément un congrès réunira des hauts dirigeants de l'industrie pétrolière et des spécialistes venant d'Amérique latine et d'ailleurs.

Communiquer avec Bill Heslop au (613) 996-2268 ou Kirk LeMessurier au (613) 944-1143, fax : (613) 944-0479, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Symposium sur l'or au Venezuela

Caracas — L'industrie aurifère vénézuélienne est en plein essor : un taux de croissance annuel de 18%, entre 10 et 20 mille nouveaux emplois, ainsi que des gains en devises étrangères de 1,8 milliards \$US durant les trois prochaines années. En outre, les compagnies canadiennes sont particulièrement bien perçues au Venezuela où elles ont vendu du matériel de forage, des services d'ingénierie, et ont conclu des ententes de coentreprises avec des compagnies locales pour des opérations minières et de forage.

Du 2 au 4 octobre prochains, le MAECI commanditera un pavillon national au Symposium, pour permettre aux sociétés canadiennes d'établir des liens directs avec les dirigeants de l'industrie aurifère vénézuélienne.

Si vous désirez y participer, votre quote-part sera de 2950\$ (pour les compagnies dont le Venezuela est un nouveau marché) ou de 4700\$ (pour les compagnies ayant déjà une opération ou un bureau établi là-bas). Cette somme aidera à défrayer le billet d'avion aller-retour, la location de votre kiosque, la conception graphique, ainsi que les services d'accueil et d'entretien. Les autres dépenses (hôtel, repas, expédition de marchandises, etc.) incombent aux participants.

Veuillez noter que tous les produits doivent avoir un contenu canadien d'au moins 66 2/3 pour cent.

Pour renseignements, communiquer avec M. Paul Schutte, au (613) 996-5358. Ou par fax au (613) 944-0479.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Foires commerciales à Leipzig

Leipzig — Les foires suivantes, ayant toutes lieu à Leipzig, pourraient intéresser les compagnies canadiennes songeant à y faire affaires.

Comfortex — 1-3 octobre — Foire commerciale du mobilier d'intérieur et de la décoration.

Schuh Modern — 11-15 octobre — Foire internationale de la chaussure.

MEBA — 11-15 octobre — Foire commerciale de la ferronnerie.

Denkmal '94 — 26-29 octobre — Foire de la rénovation et de la restauration d'immeubles anciens.

Foire du tourisme et de la caravane de Leipzig — 1-6 décembre.

Pour information, communiquer avec Leipzig Fair, Canada Office, 11231 Jasper Avenue, Edmonton (Alberta) T5K 0L5. Tél. : (403) 482-3427. Fax : (403) 488-0350.

Aviation civile à Genève

Genève — Les sociétés canadiennes intéressées à participer à la foire **AIR FORUM 1994**, qui se tiendra à Genève du 18 au 21 octobre prochains, doivent faire parvenir *dans les plus brefs délais* la documentation sur leurs produits, en 10 exemplaires, à l'adresse ci-dessous.

La documentation expédiée sera exposée au kiosque d'information tenu par l'ambassade du Canada à Berne et le MAECI. Les sociétés participantes seront informées des contacts établis.

Conférence et exposition internationale de l'aviation civile, **AIR FORUM 1994** portera sur le matériel de pointe et les services dans les domaines suivants : aéroports, ressources humaines,

contrôle du trafic aérien, approvisionnements destinés à l'industrie aéronautique, tourisme et protection de l'environnement.

Prière de faire parvenir la documentation commerciale à l'adresse suivante : Graziella Piffaretti, agent commercial, Section commerciale, ambassade du Canada, C.P. 234, CH-3000, Berne 6, Suisse.

Gestion des déchets

Seattle — On invite les entreprises canadiennes à participer, à titre d'exposant ou de visiteur, à la sixième édition annuelle de la **Northwest Waste Information Expo**, qui aura lieu les 25 et 26 octobre prochains.

Cette foire est la plus importante conférence-exposition des industries de l'environnement du Nord-Ouest américain; on y attend plus de 2 600 visiteurs. Le consulat général du Canada à Seattle se charge de coordonner la délégation canadienne.

L'exposition comptera 162 stands et la conférence offrira 50 séminaires, portant sur tous les aspects de la gestion des déchets solides et des déchets dangereux. Le visiteur y trouvera réunis sous un même toit les organismes de réglementation et les promoteurs de solutions environnementales.

Pour information, téléphoner au (206) 728-2223 ou communiquer avec Jane Hardessen, aussi Fred Babis, au consulat général du Canada à Seattle. Tél. : (206) 443-1777.

Foire internationale à Cuba

La Havane — Maintenant à sa troisième année, la **Foire internationale de La Havane 1994 (FIHAV)** se déroulera du 30 octobre au 6 novembre prochains. Cette année encore, le gouvernement canadien y occupera un kiosque.

L'an dernier, cet événement a rassemblé 1 239 entreprises de 42 pays diffé-

rents. À la suite de cette foire, les participants canadiens ont bénéficié de la signature de 17 contrats d'une valeur totale de 3,7 millions \$.

Les entreprises désirant de plus amples renseignements sont priées d'envoyer une description de leur entreprise, de même que de leurs produits, à Joseph Cogné, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, 125, promenade Sussex, Ottawa. Fax : (613) 944-0479.

Divers événements au Moyen-Orient

Les événements suivants sont présentés par une firme d'experts-conseils en foires commerciales. Ces foires auront toutes lieu au Moyen-Orient.

Le Caire — 22-25 septembre 1994 — **Printpack** (imprimerie et emballage).

Le Caire — 22-25 1994 — **Processfood** (produits agro-alimentaires transformés).

Abu-Dhabi — 16-19 octobre 1994 — **ADIPEC** (Conférence et foire internationales concernant l'industrie pétrolière).

Abu-Dhabi — 7-11 novembre 1994 — **GTF** (Foire du tourisme) et **ISLE** (sports et loisirs).

Dubai — 27 novembre-1^{er} décembre 1994 — **ArabPlast** (industrie des plastiques) et **Arab Machinery Show** (machinerie).

Le Caire — 9-12 décembre 1994 — **ITCEP** (textile, vêtements, cuir).

Communiquer avec les consultants **SABA** et associés, C.P. 1341, Succ. St-Laurent, St-Laurent (Québec) H4L 4X1. Tél. : (514) 953-2945. Fax : (514) 335-5639.

Qu'est-ce que la Corporation commerciale canadienne?

Depuis 1946, la Corporation commerciale canadienne (CCC), société d'État fédérale, a aidé des milliers de fournisseurs canadiens à exporter. Elle a joué ce rôle à titre d'entrepreneur principal et de garant des ventes effectuées par des exportateurs canadiens à

des gouvernements et des organismes étrangers.

L'année dernière, la CCC a aidé 282 entreprises canadiennes à conclure des marchés d'exportation d'une valeur de 884 millions de dollars avec 33 pays et 16 organismes internationaux. En

hausse de 13 % par rapport à l'année précédente, ce volume a aidé à maintenir plus de 8 500 emplois au Canada.

Ces activités ont aussi grossi le carnet de clients de la CCC : en 1993-1994, 32 % des fournisseurs et 41 % des clients de la Corporation étaient nouveaux.

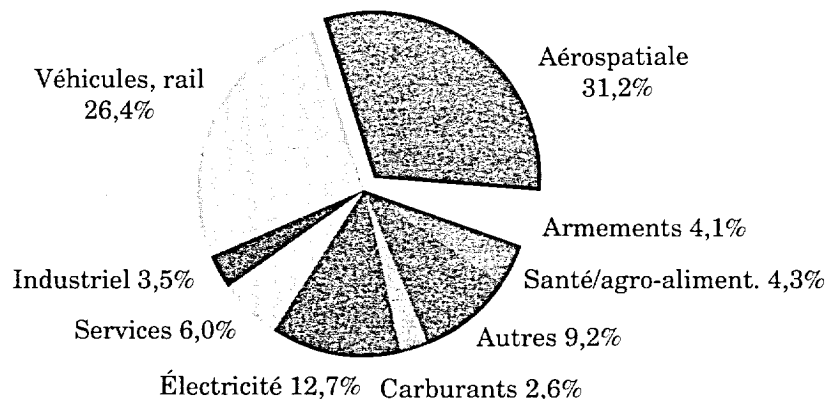
Comment fonctionne l'appui de la CCC?

Partout dans le monde, de nombreux acheteurs du secteur public préfèrent une intervention de l'État lorsqu'ils achètent à l'étranger. Par ailleurs, de nombreuses entreprises canadiennes offrent des produits qui peuvent intéresser un client, mais comme elles sont moins bien connues sur la scène internationale, cela peut gêner leurs chances de conclure le marché. La CCC établit un jumelage entre les fournisseurs et les acheteurs étrangers et facilite les opérations entre les deux.

La CCC agit comme entrepreneur principal, garantit l'exécution du contrat à l'acheteur étranger et conclut un contrat intérieur de contrepartie avec le fournisseur canadien. Ce mécanisme reconnaît que lorsque les fournisseurs canadiens sont moins bien connus, un acheteur d'un gouvernement étranger peut avoir besoin de l'assurance ou de l'aval du gouvernement du Canada.

Les services de la CCC visent à réduire les formalités administratives et à rehausser la crédibilité du fournisseur canadien auprès des acheteurs étrangers. Ces avantages aident les entreprises canadiennes à offrir des prix plus concurrentiels, rehaussent leur réputation sur les marchés publics étrangers et leur donnent confiance dans leur capacité d'y vendre.

Exportations de la CCC par secteur, 1989-1994*



* De 1989 à 1994 : le chiffre d'affaires total était de 3,7 milliards de dollars.

«... Mais pourquoi recourir à la CCC?»

Le secteur public étranger - ministères fédéraux, provinces, municipalités, entreprises de service public, sociétés d'État étrangères, organisations internationales - représente un vaste marché potentiel pour les exportateurs canadiens. Beaucoup de ces clients sont de gros acheteurs de biens et de services, souvent dans des secteurs où l'industrie canadienne est à son mieux sur le plan de l'innovation et concurrentielle sur la scène internationale.

Or, on considère trop souvent que vendre à des gouvernements étrangers, c'est un exercice mystérieux qui prend du temps. Les difficultés qu'ils y voient ou les coûts en cause dissuadent souvent les gens d'affaires du Canada de chercher à faire affaire avec ces clients éventuels. Les services offerts par la CCC font beaucoup pour démystifier ces marchés et aider à en saisir les possibilités.

Dans toute opération, la CCC assure aux fournisseurs canadiens l'appui tangible de leur propre gouvernement. Cet appui rehausse la crédibilité du fournisseur et sa compétitivité sur le marché, et assure aux clients que lorsqu'ils achètent au Canada

(Voir page II— CCC)

CCC (Suite de la page 1)

par l'entremise de la CCC, ils recevront à temps des biens et des services de qualité.

La CCC offre un éventail de services à tous les stades d'une vente à l'exportation. Ces services couvrent tout, de l'accès à des marchés limités jusqu'à l'administration et à la vérification des contrats, en passant par l'appui aux soumissions et aux négociations contractuelles. La CCC assure aussi la perception des sommes dues et le paiement des fournisseurs.

Comment fonctionne la CCC avec les clients?

Dans certains cas, la CCC se conforme à des règles et à des structures établies à la suite d'accords signés avec un client étranger. C'est ce qui se passe dans le cas du Département de la Défense des États-Unis et d'autres organismes des secteurs de la défense et de l'aérospatiale où l'on a conclu, dès 1956, des accords prévoyant que la CCC faciliterait aux fournisseurs canadiens l'accès à ces marchés.

Des ententes semblables ont été conclues avec les Nations Unies et ses organismes : on estime que la CCC facilite plus de 70 % des achats effectués par les Nations Unies auprès de fournisseurs canadiens.

Dans d'autres cas, la CCC intervient

à la suite d'une demande directe de l'acheteur ou du vendeur. Dans la plupart de ces cas, le fournisseur canadien se présente à la CCC sur la recommandation d'un tiers : délégués commerciaux, autres organismes commerciaux fédéraux et provinciaux, associations industrielles ou institutions financières.

Qu'ils soient obligés ou non d'utiliser les services de la CCC conformément à un accord international, les exportateurs canadiens et les clients étrangers bénéficient des années d'expérience que la Corporation et son personnel ont acquises en aidant à conclure et à administrer des marchés d'exportation.

Que peut faire la CCC pour m'aider à exporter?

La CCC facilite le commerce. Elle peut appuyer à peu près n'importe quelle étape d'une vente à l'exportation, c.-à-d. :

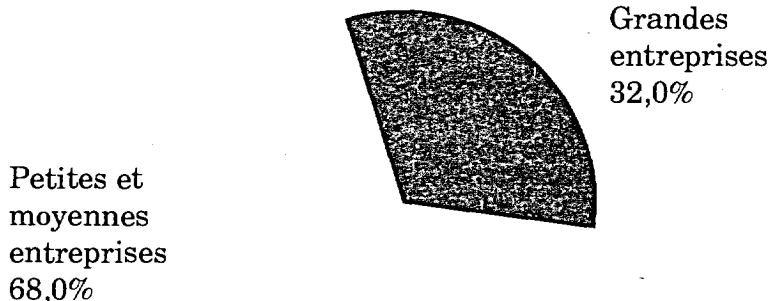
- repérer des débouchés, surtout ceux du Département de la Défense des É.-U. et des Nations Unies;
- aider des entreprises canadiennes à s'inscrire aux volets appropriés de la liste postale des soumissionnaires des É.-U.;
- établir un cadre qui simplifie et allège la paperasse que les fournisseurs canadiens auraient autrement à remplir pour vendre à des organismes du secteur de la défense des É.-U.;
- obtenir des documents d'offre et aider à les interpréter;
- interpréter des lois étrangères;
- analyser le risque que représentent l'acheteur, l'exportateur et le projet;
- aider à préparer des offres;
- aider à négocier des contrats;
- offrir de participer à un marché pour réduire ou éliminer les cautions requises;
- offrir aux PME des modalités de paiement avantageuses;

- percevoir les comptes débiteurs à l'étranger et payer les fournisseurs;
- aider à régler les problèmes et les conflits qui surgissent au cours de l'exécution d'un contrat.

Nulle part ailleurs dans le secteur privé retrouve-t-on ces services au

même guichet. Les petites et moyennes entreprises n'auraient pas les moyens d'en faire l'acquisition séparément. Sans la CCC et son mécanisme de passation de marchés, elles perdraient par conséquent un grand nombre de leurs possibilités d'exportations.

Les fournisseurs de la CCC : 1993-1994



Réussites à l'étranger : la persévérance paie

Hard Suits Incorporated, de Vancouver-Nord, a réussi à vendre son «Newsuit» à la marine des États-Unis après cinq ans d'efforts constants. *Hard Suits* met au point et fabrique des systèmes de plongée atmosphérique autonomes de pointe pour plongée profonde. Ces systèmes permettent à des plongeurs de travailler à des profondeurs de 360 mètres sans avoir besoin de décompression lorsqu'ils refont surface.

Hard Suits a déjà réussi à vendre son matériel au Canada, en Europe et au Japon, mais elle visait aussi le marché lucratif des États-Unis. Après avoir entendu parler de la CCC, *Hard Suits* s'est dit qu'elle pourrait recourir aux services de la Corporation pour vendre à la marine des États-Unis. Conformément aux accords signés avec le Département de la Défense, les États-Unis exigent normalement que le fournisseur canadien passe par la CCC dans le cas des contrats de plus de 25 000 \$. L'entreprise s'est rendu compte qu'elle aurait plus de chances de décrocher des contrats aux États-Unis si l'on en garantissait l'exécution à l'acheteur. Des démonstrations couronnées de succès aux États-Unis et dans les installations de *Hard Suits* ont suscité beaucoup d'intérêt chez des clients éventuels.

Sur la recommandation de la CCC, *Hard Suits* a présenté une offre spontanée à la marine des États-Unis. Même après avoir présenté sa proposition, c'est grâce à sa persévérance, aux démarches de la CCC et à la connaissance du marché que *Hard Suits* a fini par signer un contrat d'un million de dollars avec la marine des États-Unis. Le contrat pourrait entraîner d'importantes ventes futures.

Renforcement de l'activité d'exportation d'un fournisseur

Au nombre des entreprises canadiennes qui connaissent du succès dans les marchés d'exportation étrangers, on peut

certainement mentionner *Tri-Star Industries Ltd.*, une société de Yarmouth, en Nouvelle-Écosse, qui exporte depuis seize ans ses ambulances fabriquées sur mesure et d'autres véhicules spécialisés dans le monde entier.

Avant même que *Tri-Star* apprenne l'existence de la CCC en 1990, ses exportations, vers une vingtaine de pays, représentaient 80 % de ses ventes annuelles de plus de 12 millions de dollars. Lors de ses négociations avec le gouvernement de la Turquie concernant une importante commande d'ambulances entièrement équipées, *Tri-Star* s'est mise à regarder de plus près les services offerts par la CCC. C'est toutefois en vue de soumissionner la fourniture d'ambulances pour les deux divisions du National Health Service de la Grande-Bretagne que *Tri-Star* et la CCC ont entrepris leur collaboration.

Tri-Star avait besoin d'aide pour fixer des modalités et des calendriers de paiement qui convenaient aux deux parties. **De par son expérience et son souci du détail, la CCC a contribué à établir une structure de contrat que *Tri-Star* pouvait utiliser dans le cadre de ses transactions futures avec toute autre**

division du NHS au Royaume-Uni. Jusqu'à maintenant, *Tri-Star* a décroché des contrats de fourniture d'ambulances d'une valeur de plus de 3 millions de dollars, et d'autres commandes s'annoncent déjà.

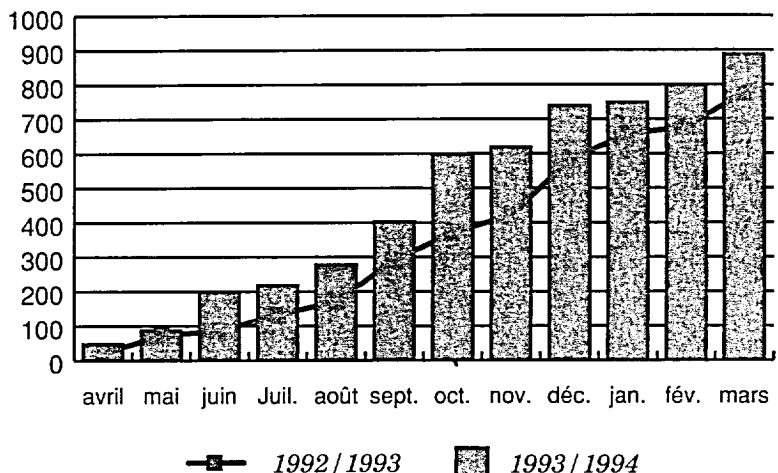
Le nouvel exportateur

Les exportations ne sont plus un marché étranger pour *Excalibur Systems Limited* de Kanata (Ontario). Ce qui rend cette entreprise particulièrement intéressante, c'est qu'elle exporte depuis ses débuts en 1988. Or, comme l'a admis son vice-président à l'Exploitation, Gordon Frosst, les complexités des exportations étaient relativement nouvelles pour l'entreprise qui avait besoin de crédibilité.

L'entreprise a repéré, en 1992, une possibilité de vente à la Norvège, mais il lui fallait plus de crédibilité, car elle était une petite entreprise encore inconnue. Lorsqu'il a été question de la CCC pour la première fois, l'entreprise a hésité un peu à transiger avec un organisme d'État. Les dirigeants d'*Excalibur* avaient créé l'entreprise

(Voir page IV— Export)

Vente cumulative de la CCC (000 000 \$)



Réussites à l'étranger (Suite de la page III)

sans financement direct ou appui autre que les crédits d'impôt à la R-D et une contribution limitée du PDME pour le marketing.

Les dirigeants ont néanmoins décidé de passer par la CCC et ont été agréablement surpris par l'expérience.

Deux ans et demi plus tard, l'entreprise a obtenu un autre contrat avec l'aide de la CCC - en Hollande, cette fois-là. La réputation solide de la Corporation auprès du ministère de la Défense de Hollande a eu une incidence favorable sur *Excalibur* et l'arrangement a bien servi les deux parties.

Excalibur est heureuse des résultats : elle obtient deux contrats, tous deux avec la CCC. L'entreprise exporte actuellement 90 % de sa production, et la CCC fait désormais partie de sa stratégie de marketing.

Une entreprise de technologie de pointe se fait connaître

L'industrie de la technologie de pointe du Canada est reconnue sur la scène internationale pour ses produits novateurs. Reconnue comme telle, *UltraOptec* de Boucherville (PQ) est une entreprise spécialisée dans les systèmes d'inspection laser aux ultrasons. L'entreprise a vendu un système à *Dassault Aviation* et un autre à la géante *Aérospatiale* de France. Or, l'entreprise la plus novatrice peut manquer de visibilité auprès de clients éventuels. D'où son manque de crédibilité. C'est là qu'intervient la CCC.

Créée en 1989 par une poignée de techniciens, *UltraOptec* a mis au point et fait breveter une technologie qui permet d'effectuer l'inspection physique complète d'un aéronef sans aucun contact physique qui pourrait endommager

des composantes sensibles. Le système livré récemment à l'*Aérospatiale/Dassault* représente la première exportation de l'entreprise; la CCC y a joué un rôle en assurant la crédibilité d'*UltraOptec* auprès de l'acheteur.

L'expérience d'*UltraOptec* démontre que même si une entreprise est à l'avant-garde de l'innovation technique, si elle n'est pas connue, il peut lui falloir beaucoup plus de temps pour pénétrer un marché. L'aval de la CCC donne aux exportateurs la crédibilité supplémentaire dont ils ont besoin pour s'établir sur des marchés internationaux.

Et les autres programmes d'exportations?

La CCC est membre à part entière de l'équipe canadienne d'exportation et cherche à mieux coordonner ses efforts avec ceux d'organismes semblables du secteur du commerce pour appuyer les exportateurs canadiens.

Le service des délégués commerciaux du MAECI est une plaque tournante pour la CCC : les fournisseurs qui frappent un mur lorsqu'il s'agit de conclure un marché à l'étranger sont envoyés à la CCC qui détermine si ses services peuvent rapprocher le fournisseur et son client. Dans certains cas, le mariage des services de financement et d'assurance offerts par la Société pour l'expansion des exportations et l'appui contractuel et la garantie d'exécution de la CCC offre aux exportateurs canadiens un ensemble de mesures améliorées.

La CCC collabore aussi de près, pour le compte de certaines entreprises, avec des organismes comme Industrie Canada, l'APECA, DEO et le BFDRQ qui fournissent des programmes d'appui industriel aux exportateurs canadiens, ainsi qu'avec les ministères et organismes provinciaux du secteur du commerce.

Quel type d'entreprise utilise la CCC?

Toute entreprise canadienne qui a des chances de vendre des biens ou des services à un gouvernement étranger peut utiliser les services de la CCC.

Vendre à des gouvernements étrangers ne veut pas nécessairement dire passer de gros contrats avec de grandes entreprises. Parmi les presque 1 500 nouveaux marchés et modificatifs favorables signés par la CCC en 1993-1994, 71 % étaient d'une valeur de moins de 100 000 \$. Au cours de la même année, 68 % de nos fournisseurs étaient des petites et moyennes entreprises (PME) - c'est-à-dire des entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 millions de dollars par an-

née ou qui comptent moins de 200 employés. Comme on l'a dit plutôt, 37 % de nos PME clientes étaient nouvelles.

La CCC est dans une position sans pareille pour contribuer à l'augmentation du nombre de PME exportatrices. La Corporation agit en entité commerciale sur la scène internationale et offre la garantie d'exécution de l'État. Elle offre aux PME des modalités de paiement accéléré (15 jours) et peut aussi leur éviter d'avoir à déposer des cautions d'exécution ou d'offre, ou d'autres garanties financières. Ces avantages ont permis à de nombreuses PME qui avaient des problèmes de financement et d'encaisse de profiter de débouchés à l'étranger.



CANADIAN
COMMERCIAL
CORPORATION
CORPORATION
COMMERCIALE
CANADIENNE

Comment obtenir l'aide de la CCC?

Que vous ayez repéré un débouché éventuel ou que vous soyez au courant d'une possibilité offerte par un client du secteur public et que vous envisagiez de recourir à la CCC, nous serons heureux d'entendre parler de vous.

Téléphonez à Glen Nichols ou Vivian Asfar au (613) 996-0034, ou télécopiez au (613) 995-2121. Notre adresse postale est : 50, rue O'Connor, 11^e étage, Ottawa (Ontario) K1A 0S6.

PUBLICATIONS

Le monde au bout des doigts

Le MAECI a préparé des guides d'information sur divers pays à l'intention des exportateurs canadiens. Chaque guide donne un aperçu général du pays, conseille sur la manière d'y faire des affaires et renseigne sur l'aide fédérale, les douanes, etc. Ces guides sont disponibles auprès d'InfoCentre, Ottawa. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

| | | |
|---|-------------------------------|---|
| Code Titre | Code Titre | Code Titre |
| Afrique Moyen-Orient | Asie et Pacifique Nord | Amérique centrale, |
| 6AA Les états du golfe Persique - Anglais | 1CA Hong Kong - Anglais | Amérique latine et les Antilles |
| 10AF Guide sur six pays d'Afrique - Français | Asie et Pacifique Sud | 164LF Bolivie - Français |
| 8AA Israël - Anglais | 6CA ANASE - Anglais | 2LF Brésil - Français |
| 3AA Maroc - Anglais | 4CA Australie - Anglais | 3LA Chili - Anglais |
| | 90CA Bangladesh - Anglais | 38LF République Dominicaine - Français |
| Asie | 15CA Singapour - Anglais | 5LA Équateur - Anglais |
| 111CF Chine - Français | 17CA Sri Lanka - Anglais | 47LF Puerto-Rico - Français |
| 57CA Japon - Anglais | 18CA Thaïlande - Français | 46LA Uruguay - Anglais |
| | | 8LF Vénézuéla - Français |

Pour guider les exportateurs en Europe

La Direction de la Communauté européenne du MAECI vient de lancer une nouvelle série de publications visant à aider les exportateurs canadiens. Ces monographies contiennent des renseignements utiles sur des secteurs particuliers dans un certain nombre de pays européens.

Études conjointes MAECI-industries culturelles canadiennes

- Marché européen du film et de la télévision (137EF)
- Marché européen de l'enregistrement sonore (155EF)

Rapports du Fonds d'initiative européenne Horizon le monde

- The Finnish Software Market (106EA)
- Marché français du petit matériel médical et bio-médical (138EF)
- L'industrie française de l'aérospatiale (140EF)
- Geo Information Systems in Germany (156EA)
- Belgian Specialty Market Profiles:
 - . Seafood (141EA)
 - . Specialty Foods (142EF)
 - . Medical Equipment (143EA)
 - . Clothing and Textiles (144EF)
 - . Security Equipment and Services (148EA)

- . Auto Parts Aftermarket (149EA)
- . Construction Materials (146EA)
- . Toys, Games and Handicrafts (145EA)
- . Sporting Goods (147EA)
- . The Belgian Market for Environmental Products (152EA)
- . The Belgian Market for Value-Added Wood Products (160EA)
- Danish Food Packaging (151EA)
- Information Technology in the Madrid Region (150EA)
- Italian Hazardous Waste Industry (112EA)
- Infographics in Italy (139EA)
- Market Survey on Shipping Gear - Norway (157EA)

On peut se procurer ces publications auprès d'InfoCentre au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000), ou en faisant la demande par télécopieur au (613) 996-9709. Veuillez indiquer le code de publication apparaissant entre parenthèses.

PUBLICATIONS ...

Étude sur la Mongolie

Vient de paraître un nouveau document d'information commerciale, *Study on Mongolia* (code 258CA), qui fait le point sur la situation actuelle de l'économie et du commerce en Mongolie et les débouchés commerciaux. Comportant les renseignements généraux d'usage (système politique du pays et programme de réformes), l'étude montre de quelle façon la Mongolie a pu survivre à l'effondrement de l'Union soviétique, avant 1991 virtuellement son seul client. On y trouvera entre autres une liste des débouchés commerciaux, des analyses sectorielles, un aperçu des sources de financement ainsi que la liste des services gouvernementaux offerts aux exportateurs canadiens. L'étude a été préparée par le Conseil commercial Canada-Chine pour le compte du MAECI. On peut s'en procurer un exemplaire en s'adressant à InfoCentre, MAECI, à Ottawa (voir l'encadré au bas de la page 12).

Faire des affaires au Japon

Préparé en collaboration avec la Chambre de commerce du Canada au Japon, *Doing Business in Japan* a été rédigé par des gens d'affaires occidentaux possédant une vaste expérience du Japon. L'ouvrage porte sur divers sujets, notamment les tendances du marché, les coutumes sociales et les pratiques commerciales, la création de coentreprises, la commercialisation et la distribution, les alliances stratégiques, etc. Offert en format de poche au prix de 21,95 \$. On peut commander son exemplaire en téléphonant au 1-800-668-5525. Demander la téléphoniste n° 6.

Étude de marché sur les oléagineux

Une étude sur le marché des oléagineux de certains pays, intitulée *Examen des perspectives du marché mondial des oléagineux* (237TA), est maintenant disponible, seulement en anglais.

Préparée dans le cadre d'un programme qui a pour but d'aider les exportateurs canadiens, nouveaux ou expérimentés, à se lancer sur de nouveaux marchés, cette étude fait partie d'une série de publications portant sur une variété de produits et de secteurs.

L'étude sur les oléagineux donne un aperçu des marchés dans diffé-

rents pays, de l'Argentine à la Turquie.

On y trouvera aussi des données statistiques et des listes de personnes-ressources au gouvernement fédéral et dans l'industrie.

On peut se procurer des exemplaires de cet examen sur le marché des oléagineux, ou d'autres études de la même série (porc, boeuf, produits alimentaires à valeur ajoutée, produits agricoles primaires), en s'adressant à InfoCentre, MAECI, Ottawa. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Pétrole, mines et or en Chine

Le MAECI, par l'entremise d'InfoCentre, offre trois rapports sectoriels mis à jour récemment et préparés par l'ambassade du Canada à Beijing : *The Petroleum Industry in China* (253CA), *The Mining and Metals Industry in China* (119CA) et *The Chinese Gold Mining Industry* (117CA).

Chaque rapport contient des renseignements sur la production, les principaux intervenants, les derniers développements et les débouchés commerciaux. Pour en obtenir un exemplaire, appeler au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Rapports pour les exportateurs de poisson

Le MAECI vient de mettre en circulation deux rapports bilingues intitulés *Lignes directrices à l'intention des exportateurs canadiens de poisson 1994*: l'un consacré aux *Pays-Bas* (code 182TB) et l'autre à la *Belgique* (code 202TB).

Chaque guide vous renseigne sur les divers aspects de l'économie du pays et sur les facteurs qui influent sur l'importation des produits de la pêche vers ce marché.

On y trouve aussi : renseignements généraux, bref exposé sur le marché, habitudes de consommation, secteur intérieur de la pêche, distribution, accès au marché, documentation, contacts commerciaux, importateurs, distributeurs et utilisateurs, transport, statistiques.

Disponible auprès d'InfoCentre. (Voir encadré en page 12 et prière de vous référer au code lorsque vous commanderez.)

...À LIRE ATTENTIVEMENT

Répertoire des importateurs de poissons et fruits de mer

Les exportateurs canadiens ont maintenant à leur disposition un nouvel outil de marketing. Le *Répertoire mondial 1994 des importateurs de poissons et fruits de mer* a été constitué à partir des renseignements fournis par les délégués commerciaux et les agents commerciaux en poste dans les bureaux du Canada à l'étranger. Il fournit de l'information sur les marchés de plus de 80 pays ou régions et de 1 770 importateurs d'un peu partout dans le monde. Le Répertoire comprend de courts profils de marché, des listes d'acheteurs, d'importateurs et de distributeurs de poissons et fruits de mer, ainsi que le nom des personnes-ressources au bureau commercial du Canada dans chaque pays ou territoire qui peuvent aider les exportateurs canadiens dans leurs démarches. Il s'agit d'une base de données essentielle pour élaborer des stratégies d'exportation et établir des contacts.

Les importateurs, distributeurs et acheteurs inscrits dans le Répertoire sont, règle générale, connus des bureaux commerciaux du Canada. Toutefois, les exportateurs canadiens sont seuls responsables de vérifier la réputation des entreprises avec lesquelles ils

désirent nouer des relations commerciales. Les délégués commerciaux en poste dans les marchés étrangers peuvent offrir des conseils et fournir

Programmes et services d'expansion du commerce

Les programmes et services d'expansion du commerce est un fascicule de format pratique qui donne un bref aperçu de ce qu'offre le MAECI.

Les 23 feuillets traitent de sujets comme les centres de commerce international, les délégués commerciaux, tant au Canada qu'à l'étranger, le contrôle des importations et des exportations, les programmes de défense et le programme Accès Amérique du Nord.

Le document, numéro de code 4TF, est disponible auprès d'InfoCentre, Ottawa.

Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Fax : (613) 996-9709.

des renseignements plus détaillés sur les marchés qui présentent un intérêt particulier.

Le Répertoire est disponible en anglais (code 34TA), en français (code 34TF) et sur disquette 3,5 po (code 34TB). Pour se procurer un exemplaire, communiquer avec InfoCentre. Tél. : 1-800-267-8376 (ou 613-944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Marché du vêtement en Amérique du Nord

D'une population de 33 millions de personnes, vivant dans trois types de climats : froid, doux et chaud, la Colombie représente un marché d'intérêt pour les exportateurs canadiens de vêtements.

Un rapport intitulé *Le marché colombien de l'habillement* (333LF) renseignera les intéressés sur les débouchés commerciaux, les principaux acheteurs, les sources d'approvisionnement, l'environnement commercial et les contacts.

Un autre document, *Le marché vénézuélien de l'habillement* (336LF), apportera des renseignements similaires aux exportateurs.

Propriété intellectuelle

L'Union européenne et la propriété intellectuelle (n° 10EF) est un rapport qui évalue les mesures adoptées par l'Union européenne (UE) pour achever l'instauration de son marché intérieur.

De plus, ce document traite des diverses politiques sur la propriété intellectuelle touchant les brevets, les marques de commerce, les droits d'auteur, la protection des bases de données, etc.

MARCHÉ BRÉSILIEN DE L'INFORMATIQUE

Le marché brésilien de l'informatique devrait plus que doubler d'ici les trois prochaines années. De nouveaux débouchés s'ouvriront dans des marchés spécialisés au fur et à mesure de l'évolution de la technologie. Voilà quelques-uns des résultats présentés dans le guide *Informatics: The Brazilian Market up to 1993* (code 11LA).

Ce guide, qui contient aussi de l'information générale de nature économique et politique sur le Brésil et qui donne un aperçu des derniers développements dans le secteur de l'informatique, est disponible auprès d'InfoCentre, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

PUBLICATIONS

En Corée

Renseignements sur le système juridique ...

Un guide juridique intitulé *Legal Guide to Doing Business in Korea*, récemment élaboré à l'intention de l'ambassade du Canada à Séoul, est maintenant offert (en anglais seulement) sur support papier et sur disquette (WP 5.2).

Ce guide de 56 pages produit par Lee & Ko, cabinet juridique coréen d'envoyure internationale, ne saurait remplacer les conseils d'un juriste professionnel, mais il fournit aux entreprises canadiennes de précieux renseignements sur le système juridique coréen très différent du nôtre à maints égards.

Les auteurs examinent notamment

l'entrée des entreprises sur le marché coréen, la protection et le transfert du savoir-faire et les droits de propriété intellectuelle, ainsi que la fiscalité et la comptabilité.

Pour obtenir une copie du guide, communiquer avec la Section commerciale/économique, ambassade du Canada, C.P. Box 6299, Séoul, Corée; fax : (82-2) 755-0686. Pour recevoir une copie informatisée, fournir une disquette de 3 1/2 po ou 5 1/4 po formatée (DOS). Communiquer avec la Section des affaires commerciales et économiques, Ambassade du Canada, B.P. 6299, Séoul, Corée. Fax : (82-2) 755-0686.

... et sur des projets de production d'énergie

Au cours des 15 prochaines années, la Corée investira 72 milliards \$ canadiens dans des projets de production et de distribution d'énergie. Les entreprises canadiennes pourront y obtenir leur part, à condition d'être inscrites sur les listes de fournisseurs admissibles en Corée!

C'est l'un des messages qui ressort de l'étude intitulée *Korean Power Generation and Distribution Market*, disponible sur support papier et disquette informatique, que l'ambassade du Canada à Séoul vient de terminer.

L'auteur de cette étude détaillée passe en revue les débouchés commerciaux, dresse le profil de partenaires clés et donne des conseils sur d'autres stratégies de péné-

tration du marché.

La poursuite de la croissance rapide de l'économie coréenne a provoqué une «montée en flèche de la demande» d'électricité. En effet, pour l'année 1992, la construction d'unités de production d'énergie a coûté 6,8 milliards \$ canadiens.

Pour se procurer un exemplaire de l'étude de 124 pages sur support papier ou la version informatique sur WordPerfect 5.2 (veuillez fournir une disquette de 3 1/2 po ou de 5 1/4 po, formatée pour le système DOS), communiquer avec la Section des affaires commerciales et économiques, Ambassade du Canada, B.P. 6299, Séoul, Corée. Fax : (82-2) 755-0686.

Magazine sur le commerce international

Le magazine canadien *International Business Newsletter* fournit des informations très utiles sur les marchés de l'Europe, de l'Asie et de l'Amérique du Nord. Chaque mois, un marché y est mis en lumière, de même que les nouvelles technologies, l'économie, les occasions d'affaires et les tendances du marché.

Pour information, communiquer avec International Business Newsletter, Berba et Associés Inc., 2300, Sherbrooke Est, Bureau 400, Montréal (Québec) H2K 1E5. Tél. : (514) 528-8210. Fax : (514) 528-8211.

Répertoire sur la Russie

On peut maintenant se procurer une nouvelle édition revue et mise à jour du *Russia Directory: Political and Economic Analysis and Business Directory*. Ce répertoire dresse la liste des plus importantes sociétés d'État et entreprises privées en Russie et contient de l'information sur les investissements étrangers, le droit du travail, la structure industrielle et la réglementation douanière russe. On peut obtenir un exemplaire de la nouvelle édition (80 \$ plus taxes) en s'adressant à la Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce Inc., 1010, rue Sherbrooke Ouest, bureau 1604, Montréal (Québec) H3A 2R7. Tél. : (514) 844-3051. Fax : (514) 844-1473.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Foire des fournitures médicales et du matériel hospitalier

Zurich — Le MAECI, par le truchement de l'ambassade du Canada à Berne, tiendra un kiosque d'information à la foire **IFAS 1994**, du 1^{er} au 4 novembre prochains.

La **Foire internationale des fournitures médicales et du matériel hospitalier** présente un éventail complet de produits, dans les domaines de la technologie médicale, du matériel électromédical, de l'équipement de laboratoire, des produits de diagnostic, des produits pharmaceutiques et du matériel et fournitures orthopédiques et dentaires.

Pour y participer, les sociétés canadiennes doivent faire parvenir *dans les plus brefs délais* de la documentation sur leurs produits, en 10 exemplaires, qui sera exposée au kiosque du Canada, à l'adresse suivante : Graziella Piffaretti, agent commercial, Section commerciale, ambassade du Canada, C.P. 234, CII-3000, Berne 6, Suisse. Les sociétés participantes seront informées des contacts établis.

Foire sud-africaine du commerce

Johannesburg — La plus importante foire commerciale multi-sectorielle d'Afrique du Sud, **SAITEX**, se tiendra au Centre sud-africain du commerce du 1^{er} au 5 novembre prochains.

Le bureau commercial canadien en Afrique du Sud y prendra part et recrute présentement des participants canadiens.

SAITEX, la foire internationale sud-africaine du commerce, portera sur 14 secteurs industriels, notamment les technologies de l'information, les matériaux industriels, les produits alimentaires, les matériaux de construction et le matériel de conditionnement.

L'an dernier, **SAITEX** a attiré plus de 500 exposants venus de 45 pays et reçu plus de 40 000 visiteurs venus de 88 pays (dont 33 d'Afrique).

Les entreprises canadiennes bénéficieront du soutien offert par un kiosque d'information et un centre de services du Canada. Des emplacements ont été réservés auprès des organisateurs de la foire et sont offerts aux

exposants canadiens intéressés.

Les exposants ou visiteurs canadiens pourront utiliser la salle de conférence et les services d'accueil offerts au stand du Canada ainsi que profiter du soutien sur place fourni par les agents commerciaux canadiens en poste à Johannesburg.

On organise également la participation canadienne à deux autres activités de promotion du commerce avec l'Afrique du Sud qui se tiendront en septembre.

À Johannesburg, du 19 au 23 septembre prochains, le Canada aura son kiosque d'information à la foire **Electra Mining**. On attend à Fredericton (Nouveau-Brunswick), du 25 au 28 septembre, une délégation d'acheteurs sud-africains dans le domaine du logiciel à l'occasion de **Softworld 1994**.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, MAECI, Ottawa. Tél.: (613) 944-6589. Fax : (613) 944-7437.

Foire internationale du El Salvador

El Salvador — Du 3 au 13 novembre prochains, le gouvernement canadien participera, par l'établissement d'un stand national, à la **Foire internationale du El Salvador**. En 1992, plus de 500 000 personnes de 34 pays y assistèrent. Le El Salvador offre d'excellentes occasions d'affaires.

Les entreprises intéressées sont priées de faire parvenir une description de leur entreprise, de même que de leurs produits, à Joseph Cogné, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2.

Fax : (613) 944-0479.

Plomberie, chauffage et climatisation

Fort Washington — Les fabricants canadiens sont invités à participer à la **Foire de la plomberie, du chauffage et de la climatisation du Centre-Atlantique**, les 9 et 10 novembre prochains à Fort Washington, en Pennsylvanie.

La foire attire des distributeurs, des grossistes, des entrepreneurs, des ingénieurs, des architectes et des exploitants de bâtiments, enfin tous ceux qui utilisent ou recommandent l'utilisation des différents types de matériel et de fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation.

Les visiteurs viendront des États de la Pennsylvanie, du New Jersey, du Delaware, du Maryland et du District de Columbia.

Pour information, contacter Manuel M. Ellenbogen, agent commercial, ambassade du Canada, Washington. Fax : (202) 682-7619.

AU CALENDRIER

Toronto — 13-14 septembre 1994;
Montréal — 16-17 septembre 1994 —
La huitième assemblée du Conseil de commerce Canada-Inde donnera l'occasion aux gens d'affaires des deux pays d'établir des relations commerciales mutuellement avantageuses. Communiquer avec Pan Kanagaretnam ou Heather Worozbyt, Conseil de commerce Canada-Inde, Ottawa. Fax : (613) 238-7643.

Toronto — 14 septembre 1994;
Brampton — 19 octobre 1994 — Par-
 rainés par Industrie Canada et le ministère ontarien du Commerce et du Développement économique, les ateliers **Savoir profiter des foires commerciales** présentés par Barry Siskind, spécialiste dans ce domaine, s'adressent aux coordonnateurs de foires ainsi qu'aux directeurs et représentants commerciaux des entreprises qui participent ou prévoient participer à des foires commerciales. Contacter International Training and Management Company. Tél./fax : (416) 483-3836.

Calgary — 26-27 septembre 1994 —
 Le Canadian Energy Research Institute (CERI) annonce la tenue de la **13^e conférence du CERI sur les marchés internationaux du pétrole et du gaz naturel**. Communiquer avec le service des conférences du CERI. Tél. : (403) 282-1231. Fax : (403) 289-2344.

Ottawa — Université d'Ottawa, durant 6 mardis, du 27 septembre au 1er novembre, 18h à 21h. Séminaire portant sur le monde arabe et l'Afrique du Nord, particularités géo-politiques et relations

du Canada avec trois pays, le Maroc, l'Algérie et la Tunisie. Coût : 150 \$. Pour renseignements, téléphoner au (613) 564-4263.

Toronto — 3 au 5 octobre 1994 — *Vers une stratégie concertée d'exportation* sera le thème du **51^e congrès annuel des**

exportateurs canadiens. Le MAECI profitera de cette occasion pour tenir une conférence (le 3 octobre) marquant le **centenaire du Service des délégués commerciaux**. Communiquer avec Micheline Bélanger, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888, poste 225.

La Californie vous lance une invitation

Le marché californien est le huitième en importance au monde. Les sociétés canadiennes qui offrent d'excellents produits et services peuvent exporter avec succès en Californie, à condition de connaître le marché et de s'y établir.

La Section commerciale du consulat du Canada à San Francisco peut faciliter vos démarches. Les sociétés canadiennes qui envisagent d'établir une présence dans le nord de la Californie peuvent recevoir à titre gracieux une première consultation téléphonique avec des professionnels canadiens sur place qui ont offert leurs services (il ne vous en coûtera que le prix de l'interurbain). Parfois ces spécialistes peuvent offrir des possibilités d'association.

Les services de consultation portent sur de nombreux aspects : secteur bancaire, fusions et acquisitions, comptabilité, droit fiscal et commercial, publicité, relations publiques et relations avec le gouvernement, architecture, génie, construction, immobilier commercial ou résidentiel, gestion du marketing et franchisage.

Si vous planifiez un séjour à San Francisco, nous pouvons vous aider à

organiser un petit déjeuner d'affaires avec des professionnels avec lesquels vous pourrez discuter de vos projets (vous réglez l'addition en échange d'une consultation gratuite).

La documentation sur la façon de faire des affaires aux États-Unis est fort abondante. Price Waterhouse et d'autres grandes sociétés de gestion-conseil publient des guides sur la conduite des affaires. De plus, la Chambre de commerce de Californie offre de nombreuses brochures d'information sur la création d'une entreprise dans cet État.

Pour recevoir un exemplaire de la liste des spécialistes ou obtenir des publications de la Chambre de commerce de Californie, veuillez en faire la demande par téléphone, par fax ou par écrit à :

Section commerciale du consulat du Canada, 50 Fremont, San Francisco, CA 94105. Tél. : (415) 543-2550, poste 21. Fax : (415) 512-7671; ou encore :

Canadian American Chamber of Commerce of Northern California, P.O. Box 2931, San Francisco, CA 94126. Tél. : (415) 296-0961. Fax : (415) 296-9649.

InfoCentre

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4500) ou par fax au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignement par télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



Le secteur des pêches

Nouveau plan d'action du Canada pour le Japon

Contrairement à l'idée reçue, le poisson n'a pas toujours été, pour les Japonais, une nourriture de base. L'ouverture du Japon vers l'extérieur en 1854 marque vraiment le début de la pêche hauturière. Mais jusqu'au début du 20e siècle, le poisson ne constitue encore qu'un appoint alimentaire.

Après la guerre 1939-45, l'exploitation des ressources halieutiques va doubler; mais ce n'est que dans les années 60 que la consommation massive de produits de la mer ne commence. Et le déclin de la pêche hauturière, suite à l'extension des zones territoriales à 200 milles marins en 1977, amènera le Japon à devenir le **premier importateur mondial** de produits de la pêche.

En conséquence, le Japon constitue le **premier marché outre-mer pour les produits canadiens de la pêche**. En 1993, les exportations canadiennes ont totalisé 642 millions de dollars, représentant une hausse marquée de 29 p. 100 par rapport à 1992.

Les perspectives d'exportation des produits marins canadiens sur le marché japonais n'ont jamais été aussi prometteuses: grâce aux accords de l'Uruguay Round, le Japon devrait rapidement baisser ses barrières tarifaires et ouvrir ses marchés.

En outre, la modernisation, ou simplification, des systèmes de distribution devrait aussi favoriser nos exportations. Également, le fait que les

Japonais ont modifié radicalement leurs habitudes alimentaires sans pour autant renoncer à leur cuisine traditionnelle nous permet d'envisager de nouvelles avenues.

Ainsi, il existe déjà un restaurant de cuisine québécoise au nord de Tokyo et, à Yokohama et à Amagasaki tout près d'Osaka, des restaurants de style "Anne of Green Gables" proposent à leurs clients un menu composé de mets japonais et de plats de l'Île-du-Prince-Édouard!

Le plan d'action

Bon nombre d'entreprises canadiennes de la pêche connaissent déjà un véritable succès au Japon. Elles travaillent avec le Gouvernement du Canada et les provinces à établir le *Plan d'action du Canada pour le Japon - secteur des pêches*: un effort concerté pour appuyer les stratégies du secteur privé clairement articulées.

Le Plan appelle à une plus grande connaissance du marché japonais, à l'adaptation et à la mise au point de produits qui répondent aux besoins japonais ainsi qu'à des efforts, tant collectifs qu'individuels, pour promouvoir nos produits canadiens de la pêche au Japon.

(Voir page 2 — Action)

Prix d'excellence à l'exportation

Chaque année, en octobre, le Prix d'excellence à l'exportation canadienne est décerné à d'éminents exportateurs canadiens.

La remise des prix se fera cette année au MacMillan Theatre de l'Université de Toronto. La cérémonie se tiendra le 4 octobre, soit le lendemain de la conférence nationale marquant le centenaire du Service des délégués commerciaux. Cette conférence d'une journée placée sous le thème «À l'aube du deuxième siècle» se tiendra le 3 octobre à Toronto, au Four Seasons Inn on the Park.

La cérémonie de remise des prix se tiendra en même temps que la réception spéciale offerte au Musée royal de l'Ontario pour célébrer le 50^e an-

ni-versaire de la Société pour l'expansion des exportations, et coïncidera également avec la 51^e assemblée annuelle de l'Association des exportateurs canadiens qui aura lieu du 3 au 6 octobre à l'Inn on the Park.

Le ministre du Commerce international, M. Roy MacLaren, remettra les prix de cette année à dix entreprises choisies par un comité de gens d'affaires canadiens. Les sociétés lauréates sont sélectionnées selon les résultats de leurs trois dernières années d'exploitation; l'accent est mis sur leur performance à l'exportation, sur leur capacité d'introduire de nouveaux produits et services sur les marchés extérieurs, et sur leur faculté

(Voir page 2 — Prix)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|----------------------------------|------|
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| SUPPLÉMENT : ACCÈS | |
| AMÉRIQUE DU NORD | I-IV |
| FOIRES COMMERCIALES | 4-5 |
| NOUVELLES COMMERCIALES | 6-7 |
| AU CALENDRIER/PUBLICATIONS | 8 |

Plan d'action pour le Japon (Suite de la page 1)

Récemment, dans le cadre du **Plan d'action**, une mission de producteurs d'oeufs de hareng de l'Atlantique se rendait au Japon, publiait un rapport détaillé et organisait un séminaire à Moncton le 28 juillet dernier afin d'explorer en profondeur le marché japonais des oeufs de hareng et de permettre à nos exportateurs de mettre au point un produit qui réponde mieux aux besoins changeants du marché japonais. Une deuxième mission canadienne portant sur les oeufs d'oursins se rendait quant à elle à Tokyo, Osaka et sur l'Île d'Hokkaido en juin 1994, afin de développer et de consolider nos rapports avec cette niche prometteuse du marché japonais des produits de la mer.

Projets de promotion

Le **Plan d'action du Canada pour le Japon** a aussi permis la réalisation de projets de promotion telle la participation canadienne au Tokyo International Seafood Show les 21-23 juin derniers (voir article page 4) et de la tenue de deux foires canadiennes à Fukuoka et Osaka. Il y eut aussi la visite de chefs célèbres des plus prestigieux hôtels du Japon à Charlottetown, à Halifax et à Québec, où un séminaire en compagnie de chefs de Terre-Neuve et du Nouveau-Brunswick a permis encore une fois d'initier les Japonais aux délices de la mer canadiennes. Des séminaires se sont aussi tenus à Kobe, Osaka et Kyoto afin de promouvoir l'utilisation du saumon du Pacifique dans les restaurants et hôtels de la région du Kansai. Des affi-

ches et brochures ont aussi été spécialement produites afin de promouvoir les produits canadiens de la pêche sur le marché japonais.

Activités additionnelles

Plusieurs activités restent à être définies dans le cadre du **Plan d'action pour le Japon** :

Le MAECI travaille sur des activités de suivi à la mission sur les oursins telles l'organisation de séminaires et la visite d'industriels japonais.

- Le Centre de commerce international de Vancouver organise la venue de chefs/journalistes japonais en Colombie-Britannique prévue pour le mois prochain.

- Le Conseil Canadien des Pêches gère présentement un projet visant le développement d'alliances stratégiques entre des entreprises japonaises de la région de Hokkaido et des entreprises canadiennes de l'Atlantique.

- Le British Columbia Salmon Marketing Council (BCSMC) met présentement sur pied un projet similaire.

Ces initiatives, ainsi que toutes les autres devant faire partie du **Plan d'action** sont identifiées, et souvent réalisées, par l'industrie et ses associations.

La Direction du Japon du MAECI coordonnera cet automne, avec l'industrie, les gouvernements provinciaux et les autres ministères fédéraux impliqués, la mise à jour du **Plan d'action** et l'identification des activités prévues pour l'année 1995-1996.

Vous êtes invités à nous faire connaître les idées, suggestions et initiatives que votre entreprise ou groupe aimerait inclure dans le **Plan d'action du Canada pour le Japon - secteur des pêches** en communiquant avec G. Daniel Caron, Direction du Japon. Tél. : (613) 995-1677. Fax : (613) 943-8286.

Prix d'excellence (Suite de la page 1)

de maintenir des marchés concurrentiels.

Depuis sa création il y a 12 ans, le Prix d'excellence à l'exportation canadienne a été remis à 159 sociétés choisies sur une liste de plus de 2 500 candidats.

Cette année, la diversité géographique et industrielle du Canada est encore une fois bien représentée, les lauréats venant de toutes les régions du pays et les produits allant du matériel de télécommunications sophistiqué et des emballages écologiques au mobilier de résidence et de bureau en passant par

les tracteurs et camions.

Ne manquez pas l'article spécial sur les lauréats du Prix d'excellence pour 1994, qui paraîtra bientôt dans un numéro de **CanadExport**.

Pour plus d'informations sur le programme du Prix d'excellence à l'exportation canadienne, veuillez communiquer avec Beverly Hexter. Tél. : (613) 996-2274. Fax : (613) 996-8688.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Sylvie Bédard
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : **CANADEXPORT** (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

AFRIQUE DU SUD — Une société sud-africaine souhaite conclure une entente commerciale avec un fabricant ou fournisseur de matériel utilisé dans les centrales électriques pour constituer un réseau de distribution de courant électrique de 11-88 kV. Les sectionneurs, les disjoncteurs à ré-enclenchement automatique, les transformateurs de courant et de tension, les éléments de porcelaine sont parmi les produits recherchés. Les intéressés sont priés de communiquer avec Bruce Fraser au bureau commercial du haut-commissariat du Canada à Johannesburg. Fax : 011-27-11-442-3325.

ASIE DU SUD-EST — Une société canadienne établie en Asie souhaite représenter des fabricants de matériel et de machinerie pour les chemins de fer en Malaisie, à Singapour, en Indonésie, aux Philippines et au Vietnam. Cette société traite avec des distributeurs de moyenne et de grande envergure dans cette partie du monde. Contacter Andi Winarta ou James Kurniawan, GrandCan International, 73 Lorraine Drive, North York (Ontario) M2N 2E3. Tél. : (416) 223-9072/730-8736. Fax : (416) 730-8985.

BRÉSIL — Une société brésilienne souhaite représenter des fabricants canadiens d'ampoules fluorescentes de 20 et 40 W et distribuer leurs produits dans tout le Brésil. Contacter Amilton F. Abdo, directeur commercial, Kingdom Importacao E Exportacao,

Rue Valinhos, 235, 13170-570 Sumare, SP. Tél. : (55-192) 73-2143. Fax : (55-192) 73-6315.

BRÉSIL — Une société est intéressée à importer des détecteurs de mouvement, des détecteurs à cellule photoélectrique ainsi que des sonnettes et des minuteriers sans fil. Contacter Ricardo Magalnic, directeur commercial, Keywest Importacao E Comercio Ltda., Rum Coneelheire Bretaro, 761, 01232-011, Sao Paulo, SP. Fax : (55-11) 270-5343.

CHINE (République Populaire De) — Deux sociétés chinoises recherchent du matériel clés en main pour la production de jus de pomme à partir de concentré, de jus de fruits et de bâtonnets pour tablettes de crème glacée. Contacter C.Y. Hung, directeur du marketing, Sahari Trading Ltd., Suite 101, 416 Sixth Street, New Westminster, (Colombie-Britannique) V3L 3B2. Tél. : (604) 521-7008. Fax : (604) 521-4007.

FRANCE — Une petite société pharmaceutique établie de longue date souhaite conclure un accord mutuel de commercialisation avec un partenaire canadien. Cette société s'est déjà dotée de distributeurs en Afrique du Nord, au Moyen-Orient et en Amérique du Sud. Le partenaire en question devra être en mesure d'obtenir l'homologation au Canada des médicaments d'ordonnance produits par la société. Contacter Peter Kallai, CMG Canadian Marketing Group. Tél. : (613) 567-9406. Fax : (613) 567-9170.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Établi en Australasie depuis longtemps, un fabricant de systèmes de circulation routière se spécialisant notamment dans la signalisation aux carrefours, les installations de stationnement et les systèmes de télémétrie destinés aux secteurs de la production d'électricité et des télécommunications internationales désire entrer en contact avec des sociétés canadiennes semblables en vue de conclure des contrats d'importation ou des ententes de coentreprise. Communiquer avec John Elston, directeur commercial, Harding Electronic Systems Ltd., 44 Wainui Road, P.O. Box 36-007, Lower Hutt, Nouvelle-Zélande. Tél. : 64-4-569-6089. Fax : 64-4-569-7119.

PORTUGAL — Une entreprise en voie d'expansion est à la recherche d'exportateurs canadiens d'appareils électroniques et de petits appareils ménagers. Communiquer avec Asfer-Malhas de Portugal Lda., Seccao de Electro-domesticos, Avenida Rio de Janeiro, 50-A, Alvalade, 1700 Lisbonne. Tél. : 351-1-848-3460. Fax : 351-1-849-4879.

VENEZUELA — Un groupe basé à Caracas cherche un partenaire canadien pour former une coentreprise et construire une usine de fabrication de verre opaque et transparent pour le four et la table. Contacter Rafael Jimenez, Oficina Tecnica Morgan, C.A., Avda Ppal el Bosque, Edificio Pichincha, Of 93, Chacaito, Caracas 1067. Tél. : 582/710941/710569/721851. Fax : 582-952-1869.



WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Le «Tokyo International Seafood Show» recrute

Tokyo — Les entreprises désirant profiter de l'ouverture et des changements radicaux du marché japonais des produits de la mer, le plus gros au monde, *devraient réserver dès maintenant leur espace* dans le pavillon national du Canada, établi pour le **Tokyo International Seafood Show** du 13 au 15 juin 1995.

À la foire de l'an dernier, les entreprises de la Colombie-Britannique et de l'Atlantique canadien mettaient en vedette les saumons, les oeufs de hareng, les produits de homard, la mactre de Stimpson (Hokkigai), le crabe des neiges, etc.

En 1994, plus de 13 000 acheteurs et agents ont visité les 223 compagnies des 21 pays exposants. Ces entreprises sont déjà bien établies sur le marché japonais.

Leurs liens avec leurs partenaires japonais sont étroits et souvent de longue date. Pourtant, elles n'ont pas hésité à être pro-actives, à venir sur le marché, à présenter leur savoir-faire et à promouvoir leur produits, nouveaux comme traditionnels.

Ils connaissent l'importance du contact direct avec le marché japonais pour promouvoir produits et entreprises, obtenir l'information de première source et assurer le développement des exportations.

Bien plus qu'une simple foire commerciale, *votre participation au Tokyo International Seafood Show représente un investissement pour votre entreprise.*

Pour réserver un espace à la foire en 1995 ou pour renseignements, communiquer avec G. Daniel Caron, direction de l'expansion du commerce avec le Japon, MAECI, Ottawa. Fax : (613) 943-8286.

«Taste of Canada» aux Philippines

Manille — Vous êtes invité à participer au grand événement promotionnel **A Taste of Canada**, du 17 au 21 octobre 1994. Il vise à promouvoir les produits alimentaires canadiens en vue d'exploiter l'un des marchés les plus dynamiques pour les aliments transformés et les boissons.

Des présentations seront organisées dans les grandes chaînes de supermarchés de Manille, marché le plus influent des Philippines. Il y aura une exposition de produits au Westin Philippines Plaza et un festival gastronomique de mets et produits typiquement canadiens aux restaurants de cet établissement.

Présentations dans les supermarchés

Trois des plus grandes chaînes de supermarchés des Philippines présenteront des produits alimentaires canadiens actuellement disponibles dans le commerce à Manille. Duty Free Philippines, l'un des plus grands magasins hors-taxe du monde et très influent dans le marché local, aménagera des étalages réservés aux produits canadiens.

Salon gastronomique

Une exposition de cinq jours se tiendra au Westin Philippines Plaza et mettra en vedette des sociétés canadiennes qui cherchent à s'implanter aux Philippines et d'autres ayant déjà pignon sur rue. Les trois premiers jours, le salon ne sera ouvert qu'aux importateurs, aux distributeurs, aux directeurs de la restauration des hôtels et des restaurants, aux acheteurs des supermarchés et autres responsables des achats. Les deux derniers jours, le salon sera ouvert au

public et présentera un marché international où les visiteurs pourront se procurer les produits présentés.

Festival dans les restaurants

Du 17 au 30 octobre, certains restaurants au Westin Philippines Plaza participeront à un festival gastronomique et proposeront des produits canadiens tels le boeuf albertain, le saumon du Pacifique et le homard de l'Atlantique. Un directeur général, un chef de cuisine et un directeur de la restauration canadiens encadreront le personnel de l'hôtel.

Si vous décidez de participer, un emplacement vous sera réservé; vous bénéficierez d'un tarif spécial d'hébergement au Westin Philippines Plaza; vous pourrez rencontrer des importateurs et des distributeurs locaux en tête-à-tête; le nom de votre société apparaîtra dans les communiqués de l'ambassade.

Le conseiller (Affaires commerciales) à l'ambassade de Manille a déclaré : «J'ai 30 ans d'expérience dans le secteur et, en toute honnêteté, voici une occasion qu'une entreprise ne doit pas laisser passer. Un marché florissant se développe aux Philippines. Au cours de la prochaine décennie, 65 millions de Philippines, qui pendant vingt ans n'ont pu assouvir leurs désirs de consommation stimulés jour après jour par la télévision, vont donner naissance à un pays de Cocagne pour les producteurs de biens de consommation.»

Veillez contacter Pamela Hay, bureau des Philippines, MAECI, Ottawa, tél. : (613) 995-7659, ou Alan Dacanay, agent commercial, ambassade du Canada à Manille, fax : 63-2-810-8839.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Marchés de construction en Indonésie

Si vous voulez vendre votre équipement, vos matériaux de construction ou vos services connexes en Indonésie et que vous n'avez pas l'intention de participer à la foire **Bâtiment et construction Indonésie 1994** à Djakarta du 20 au 24 septembre prochains, vous devriez peut-être revoir votre stratégie.

L'Indonésie est le plus grand marché du Canada au sein de l'ANASE, et ce secteur y croît à pas de géant grâce à la croissance du revenu par habitant et à l'urbanisation rapide, créant une forte demande dans le marché de la construction résidentielle (y compris des maisons unifamiliales et des immeubles de logements).

L'Office indonésien de l'habitation estime que la demande en maisons neuves dépassera bientôt 500 000 unités par année. Les projets d'infrastructure routière et énergétique mis de l'avant par le gouvernement contribuent à créer des débouchés dans des domaines où les entreprises canadiennes excellent.

Les possibilités commerciales offertes aux sociétés canadiennes sont décrites en détail dans une étude de marché publiée en mars dernier par l'ambassade du Canada à Djakarta.

Pour réussir dans le marché indonésien, il faut plus que du savoir-faire ou l'existence de débouchés. Un engagement ferme et des relations soutenues sont la clé du succès dans le secteur de la construction. Une foire aussi importante que **Bâtiment et construction Indonésie 1994** est l'occasion de faire connaître votre entreprise dans le marché local. Selon l'étude de l'ambassade, il est essentiel de convaincre un client éventuel de votre *engagement à long terme* envers le marché indonésien et de la *compétitivité de vos prix*, pour que votre stratégie commerciale

soit un succès.

Pour se procurer un exemplaire de l'étude *Équipement, matériaux de construction et services connexes en Indonésie (code 82CA)*, communiquer avec InfoCentre, MAECI, Ottawa. (Voir l'encadré au bas de la page 8.)

Pour renseignements commerciaux

de nature générale sur l'Indonésie, contacter Marie Stamp, responsable de secteur (Indonésie), Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-0959. Fax : (613) 996-1248.

Foires en Tunisie cet automne

Tunis — Le Canada participera à deux importantes manifestations commerciales qui auront lieu en Tunisie soit la **Foire internationale de Tunis**, du 21 au 30 octobre 1994, et **Tunisa Telecom 94**, du 23 au 26 novembre 1994. L'ambassade du Canada à Tunis a déjà réservé de l'espace pour des exposants canadiens.

Les sociétés canadiennes intéressées à participer à ces manifestations peuvent contacter M. Lassaad Bourguiba à l'ambassade du Canada à Tunis, tél. : 011-216-1-798-004, fax : 011-216-1-796-577; ou Loretta Giannetti au MAECI, Direction de l'expansion du commerce, Afrique et Moyen-Orient, Ottawa, tél. : (613) 944-8134, fax : (613) 944-7437.

Le monde se rend à «Expocomer»

Panama — Les dates du 8 au 13 mars 1995 peuvent paraître lointaines. Or, il n'est pas trop tôt, pour une foire commerciale internationale présentant des produits et accueillant des acheteurs du monde entier, de commencer à recruter.

L'événement en question, c'est **EXPOCOMER 1995**, l'une des foires générales les plus importantes en Amérique latine. Pour la 13^e année consécutive, le MAECI recrute des entreprises intéressées à occuper un emplacement au stand canadien.

Les sociétés canadiennes oeuvrant dans les secteurs des aliments, des matériaux de construction et de la quincaillerie, des accessoires d'auto-

mobile, des produits et systèmes de sécurité, du matériel informatique et des fournitures de bureau, du textile, des télécommunications et des produits médicaux et de soins de santé y trouveront un intérêt particulier.

Les places pour participer à **EXPOCOMER 1995** devraient être rapidement prises. Pour de plus amples renseignements, contacter Joseph Cogné, de la Direction commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, MAECI, Ottawa K1A 0G2. Fax : (613) 943-8806.

Il est également possible de contacter Manuel Ruiz, agent commercial, ambassade du Canada, San José, Costa Rica. Fax : (506) 223-0609.

*Occasions en Israël***Marché de prospection pétrolière dynamique**

Le marché israélien de la prospection pétrolière et gazière a connu un fort développement ces dernières années. Ce dynamisme est en grande partie imputable au fait que des sociétés en commandite formées d'investisseurs privés ont fourni les capitaux nécessaires au financement des activités de prospection.

À cet égard, un rapport de l'ambassade du Canada à Tel Aviv indique qu'en 1995-1996 les investissements israéliens dans la prospection pétrolière devraient s'élever à 200 millions \$.

Il ressort en outre d'une mission israélienne de dirigeants d'entreprises et de fonctionnaires à la foire National Petroleum Show (NPS) de juin 1994 à Calgary que les exportateurs canadiens sont bien placés pour profiter de ce développement.

C'est en effet à cette occasion que les sociétés canadiennes ont pris toute la mesure du développement des secteurs pétrolier et gazier en Israël. Les mem-

bres de la mission israélienne en ont quant à eux profité pour se faire une idée de ce que le Canada a à offrir dans ce domaine et pour envisager avec des sociétés canadiennes des accords commerciaux ou de coentreprise.

De fait, un très gros contrat a été signé à la faveur de la foire NPS. Des négociations ont en outre été entamées en vue de la création de coentreprises, de même que des démarches par les sociétés canadiennes pour se faire représenter en Israël.

Les domaines privilégiés en Israël sont notamment les suivants :

- matériel et procédés pour les essais et la production (différents types de pompes, par exemple);
 - matériel et méthodes de carottage;
 - instruments de mesure et services connexes;
 - méthodes et outils conventionnels et spécialisés pour le forage et la plongée.
- D'autres domaines semblent prometteurs :

- plates-formes de forage en eau profonde (entre 500 et 1 500 m);
- méthodes d'exploitation du gaz par forage à haute pression en eau peu profonde;
- extraction de méthane des gisements houillers;
- production d'électricité avec des turbogénérateurs au gaz naturel;
- techniques et procédés de récupération des sables pétrolifères.

Pour renseignements, contacter Avi Goldstein, agent commercial, ambassade du Canada, 220 Hayarkon Street, Tel Aviv 63405, Israël. Tél. : 972-3-527-2929. Fax : 972-3-527-2333.

Les vêtements Canadiens se vendent bien en Angleterre

D'après le haut-commissariat du Canada à Londres, le Royaume-Uni est un marché en croissance pour les exportateurs canadiens de vêtements.

À preuve, voici quelques statistiques :

- les ventes de vestes, jupes, pantalons et shorts de confection canadienne pour femme ou pour fillette sont passées de 33 047 \$ en 1990 à 3,1 millions \$ en 1993;
- les exportations de robes pour femme ou fillette sont passées de 12 000 \$ en 1990 à 1,3 million \$ en 1993;
- les exportations de t-shirts et de gilets étaient de 131 299 \$ en 1990; trois ans plus tard elles avaient atteint plus de un million \$;
- quant aux exportations de pantalons pour homme ou pour garçon, qui étaient inexistantes il y a seulement quatre ans, elles ont totalisé plus de un million \$ en 1993.

Si vous êtes intéressés, communiquez avec Gil Martin, haut-commissariat du Canada, Macdonald House, One Grosvenor Square, London W1X 0AB, Angleterre. Tél. : 011-44-71-258-6600. Fax : 011-44-71-258-6384.

SEE : Ligne de crédit pour la Roumanie

Les entreprises canadiennes désireuses d'exporter leurs biens et services en Roumanie peuvent bénéficier d'une ligne de crédit de 4,8 millions \$ US établie par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) avec la Banca Romana de Comert Exterior S.A. Buchresti (BRCE).

Cette ligne de crédit constituera un outil de marketing très utile aux petites et moyennes entreprises. Comme les modalités de vente sont déjà établies, le financement de chaque transaction sera confirmé plus rapidement.

«Le Canada souhaite élargir ses rapports commerciaux avec la Roumanie, en particulier dans des secteurs comme les télécommunications, l'informatique, l'exploration pétrolière et gazière, l'élevage de bovins et les produits pharmaceutiques et vétérinaires», a déclaré le ministre du Commerce international, Roy MacLaren.

«Ce nouveau mécanisme de financement, combiné à l'accord de coopération économique récemment signé par le Canada et la Roumanie, nous donnera l'élan nécessaire pour concrétiser les possibilités commerciales qui s'offrent à nous.»

Les exportateurs qui aimeraient en savoir plus sur cette ligne de crédit et d'autres mécanismes de financement de la SEE peuvent communiquer avec l'un des bureaux régionaux de la SEE à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal ou Halifax.

Infotech disponible par courrier électronique

Les entreprises peuvent contribuer à la réduction des dépenses publiques tout en se tenant au courant de l'évolution du marché américain des technologies de l'information (dont les télécommunications).

Les missions commerciales canadiennes aux États-Unis publient pour les exportateurs canadiens un bulletin d'information sur ce secteur.

Les agents du Ministère y traitent de sociétés, de techniques, de décisions et d'événements marquants et de perspectives en matière de coentreprises qui intéresseraient les fournisseurs canadiens de ce type de produits et services.

Ce bulletin ne compte que quelques pages et se parcourt rapidement. Nos collaborateurs s'efforcent de traiter des sujets qui intéressent le plus grand nombre de ceux qui évoluent dans le secteur. Vos suggestions et commentaires sont les bienvenus. Le bulletin paraît sous forme imprimée tous les deux mois et est distribué par la poste à près de 1 500 entreprises et organismes canadiens. Il en coûte par exemplaire 2,35 \$ en frais d'édition, de reproduction, de manutention et d'affranchissement.

Pour économiser temps et argent, nous vous proposons de le recevoir par courrier électronique via le réseau Internet. Il vous suffit de nous donner votre permission et de nous fournir votre adresse électronique. Votre boîte aux lettres électronique CompuServe ou autre conviendra tout aussi bien. Le bureau commercial du consulat du Canada à San José, en Californie, regroupe les contributions des différentes missions aux États-Unis et se charge de distribuer le bulletin. Le prochain numéro paraîtra en octobre. Si vous souhaitez le recevoir par courrier électronique, veuillez laisser un message dans la boîte aux lettres électronique de notre bureau de San José (canadian@shell.portal.com) en indiquant votre adresse Internet et si vous souhaitez recevoir le bulletin en français ou en anglais.

Lignes directrices pour autobus et camions aux Philippines

Le ministère philippin du Commerce et de l'Industrie a rendu publiques ses lignes directrices ayant trait à l'importation de camions et d'autobus d'occasion.

Pour ces deux types de véhicules, le gouvernement philippin a levé les restrictions relatives au modèle et à l'année de fabrication. Cela signifie que n'importe quel modèle de véhicule pourra désormais être importé à condition qu'il ait été certifié en bon état et que les normes pour les gaz d'échappement définies par le Service des véhicules à moteur ou ses unités d'inspection agréées soient respectées.

Seuls les véhicules à usage spécial et les camions à benne basculante et poids lourd avec la direction à gauche peuvent être importés aux Philippines, à l'exception des véhicules à usage

spécial tous terrains dont l'importation est autorisée même s'ils ont la direction à droite. Pour les camions à benne basculante et poids lourd, le poids brut du véhicule doit en outre être d'au moins 18 tonnes.

L'importation d'autobus d'occasion (dont le poids brut est d'au moins 12 tonnes) est également permise pour les modèles avec direction à droite, à condition que le nécessaire de transformation, la colonne de direction et toutes les pièces considérées comme altérables en cours de transformation soient expédiés avec le véhicule.

Le détail des lignes directrices peut être obtenu en se présentant ou en écrivant à la Délégation commerciale des Philippines, 60 Bloor Street West, Suite 409, Toronto M4W 3B8. Tél. : (416) 967-1788/967-1798. Fax : (416) 967-6236.

Dix ans déjà

Les exportateurs bénéficient du NEEF

Le programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) qui a connu un grand succès, est maintenant en place depuis déjà dix ans.

Depuis les débuts de ce programme lancé en 1984 à Buffalo, dans l'État de New York, 8 000 exportateurs canadiens, des PME pour la plupart, ont pu bénéficier en un ou deux jours d'une formation intensive en commerce d'exportation. Les frais de participation sont peu élevés. D'excellents programmes ont été mis sur pied par les différents bureaux commerciaux frontaliers du Canada aux États-Unis. On estime que 50 p. 100 des entreprises dont des représentants ont pris part à une mission NEEF se sont lancées dans l'exportation après avoir participé au programme.

En 1994, le programme NEEF a plus que jamais un rôle à jouer dans l'économie canadienne, puisque le gouvernement actuel veut mener une action ciblée sur les PME destinée à les aider à démarrer dans l'exportation... et nous sommes voisins du plus gros marché au monde!

Pour un coût modique, les participants au programme NEEF peuvent apprendre tous les rudiments de l'exportation, dont les divers aspects, tels le transport, le dédouanement et les courtiers en douane, l'assurance-exportation et les réseaux de distribution, sont abordés. Les consulats du Canada aux États-Unis qui organisent des missions NEEF sont ceux de Boston, Buffalo, Détroit, Minneapolis et Seattle.

Pour s'inscrire, contacter le Centre de commerce international le plus proche, situé dans les bureaux d'Industrie Canada.

AU CALENDRIER

Montréal — Le jeudi 22 septembre 1994 se déroulera un «4 à 8» sur le Chili, présenté par la Jeune Chambre de Commerce de Montréal (JCCM) à l'hôtel Intercontinental. Plusieurs conférenciers présenteront à tour de rôle leurs expériences d'affaires et leurs connaissances sur le Chili dans une formule d'échange dynamique. Cette première activité sur le Chili sera suivie d'une conférence sur le Liban, le 9 février 1995, et d'une autre sur la Chine, le 6

avril 1995. S'inscrire à la permanence de la JCCM (35,00 \$ membre, 50,00 \$ non-membre).

Toronto — 3 au 5 octobre 1994 — *Vers une stratégie concertée d'exportation* sera le thème du 51^e congrès annuel des exportateurs canadiens. Le MAECI profitera de cette occasion pour tenir une conférence (le 3 octobre) marquant le centenaire du Service des délégués commerciaux. Communiquer avec

Micheline Bélanger, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888, poste 225.

Canada — Du 17 au 21 octobre 1994 — **Mission commerciale de 20 entrepreneurs portugais au Canada.** Dirigée par Faria de Oliveira, ministre du Commerce et du Tourisme, la mission amènera au Canada des représentants d'entreprises portugaises de premier plan à la recherche de partenaires industriels, ainsi que des fabricants de pièces pour l'industrie automobile, de quincaillerie, de moules pour les plastiques, de vêtements, de pierre ornementale et de carreaux de céramique. Pour plus de détails, communiquer avec la Commission portugaise du tourisme et du commerce, 60 Bloor Street West, Suite 1005, Toronto M4W 3B8. Tél. : (416) 921-4925. Fax : (416) 921-1353.

Toronto — **Grocery Showcase Canada**, la vitrine des épicerie canadiennes et la plus grande conférence commerciale annuelle pour les épiciers canadiens, se tiendra du 30 octobre au 1^{er} novembre prochains. Cet événement attire plus de 8 500 détaillants, grossistes, représentants et courtiers. Plus de 600 emplacements sont réservés aux grands fournisseurs internationaux qui participent à la foire commerciale. Cette manifestation est organisée par la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI). Pour renseignements, contacter Rosemary Dexter, directrice des expositions, promotion commerciale, FCEI, Willowdale (Ontario). Tél. : (416) 492-2311. Fax : (416) 492-2347.

PUBLICATIONS

Survie en Russie

Le guide, *Russia Survival Guide: Business & Travel* peut vous faciliter la vie lors d'un voyage d'affaires en Russie. Ce guide réunit de l'information sur les 77 plus importantes villes de Russie en plus de fournir des renseignements allant de comment choisir un partenaire commercial jusqu'à comment éviter un faux pas culturel. De plus, il contient un nombre imposant de conseils, comme des remèdes maison, des mesures de sécurité, en fait des détails qui peuvent parfois devenir de prime importance.

Bien que le guide fournisse une multitude de contacts, certaines adresses et informations seront plus utiles aux Américains qu'aux Canadiens. On peut se procurer le guide, au coût de 18,50 \$ US, à l'adresse suivante : Russian Information Services Inc., 89 Main Street, Suite 2, Montpelier, VT 05602. Tél. : 1-800-639-4301. Fax : 1-800-223-6105.

Catalogue pour le Mexique

Les petites et moyennes entreprises n'ayant pas souvent les moyens d'effectuer des séjours coûteux de marketing dans les pays étrangers, ont la possibilité d'atteindre 40 000 entreprises mexicaines.

Il leur suffit d'annoncer leurs produits et services dans l'édition 1995 du *Canadian Buyers Index Catalog*.

Le catalogue sera distribué partout au Mexique à quelque 100 000 dirigeants mexicains d'importance, parmi lesquels des importateurs, des exportateurs, des distributeurs, des représentants des ventes, des grossistes, des détaillants, des fabricants, des transitaires et des responsables gouvernementaux.

Pour plus de détails, communiquer avec Kane Rouse, Alpha Research Incorporated, 720 Spadina Avenue, Suite 310, Toronto M5S 2T9. Tél. : (416) 944-1968. Fax : (416) 944-2755.

InfoCentre

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-996-9709). On peut également transmettre une demande de renseignements par télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



OTAWA

CANADEXPORT

Vol. 12 N° 16

3 octobre 1994

L'Allemagne :

2,3 billions de dollars vous contemplent

L'Allemagne est, économiquement, le pays le plus puissant d'Europe avec un produit national brut supérieur à 2,3 billions de \$. Plus grand exportateur au monde et deuxième plus important importateur, l'Allemagne est le 4^{ème} partenaire commercial en importance du Canada et le deuxième en Europe, après le Royaume-Uni. Au cours des dernières décennies, les échanges commerciaux avec l'Allemagne n'ont jamais cessé de croître. Cette année les exportations canadiennes se sont chiffrées à 2,4 milliards de \$, ce qui représente, malgré la baisse généralisée des importations allemandes suite à une restructuration économique, un accroissement de 9% par rapport à

1992 et de 23% par rapport à 1989.

Les occasions d'affaires

Faire des affaires en Allemagne nécessite beaucoup de patience de la part des gens d'affaires canadiens. Les contrats éclairés n'existent pas. Pour parvenir à une entente commerciale, une entreprise devra avoir été visible depuis plusieurs mois. Une présence de quelques jours dans ce pays sans un suivi planifié est tout simplement futile. Les gens d'affaires allemands ont un esprit technique et sont fiers de leurs réglementations commerciales. Ils ont une attitude conservatrice face à tout nouveau produit. Souvent, ils souhaitent recevoir un catalogue technique

détaillé du produit, connaître précisément les intentions des firmes qui les sollicitent et, surtout, établir relations d'affaires durables avec elles.

Les foires commerciales : leur importance

L'histoire a démontré l'importance des foires dans la dynamique de l'économie de l'Allemagne et, par effet d'entraînement, de celle de l'Europe. L'Allemagne est non seulement le pays où se tient le plus grand nombre d'expositions commerciales, mais est aussi le pays qui offre les plus importantes foires commerciales au monde (CeBit, Anuga, Automechanika, Medica, la foire de Hanovre, Interschutz...). Celles-ci couvrent pratiquement tous les secteurs de son activité économique. Bon an mal an, environ 120 foires d'importance se tiennent dans ce pays, principalement à Hanovre, Francfort, Cologne, Munich et Düsseldorf.

Parmi les différentes options d'expansion commerciale qui s'offrent aux entreprises canadiennes, les foires et missions commerciales s'avèrent le meilleur moyen de pénétrer le marché allemand. L'expérience démontre qu'elles permettent de voir globalement ce qui se passe sur le marché en un seul

(Voir page 2 — Allemagne)

Service de possibilités technologiques

dISTCoverly, un service de base de données d'Industrie Canada, offre des renseignements concernant plus de 30000 possibilités de contrats de licence, notamment les transferts de produits et de procédés technologiques, les coentreprises et les partenariats stratégiques, et ce, à l'échelle mondiale. dISTCoverly permet aux entreprises canadiennes de se mettre en rapport avec des entreprises du monde entier, intéressées à passer des contrats de licence pour la fabrication de leurs produits et l'utilisation de leurs technologies.

Les entreprises canadiennes peuvent également avoir recours à dISTCoverly pour promouvoir leurs produits ou procédés uniques aux fins de fabrication à l'échelle internationale, dans le cadre de contrats de licence.

Votre entreprise serait peut être intéressée à notre Service de diffusion sélective de l'information (SDSI). Le

SDSI vise à faire connaître régulièrement les nouvelles technologies et les nouveaux procédés que renferme la base de données dISTCoverly et qui touche votre domaine d'activité particulier.

Si vous possédez un ordinateur, un modem et un logiciel avec icônes, vous pouvez accéder à dISTCoverly, grâce à Industrie Canada en ligne (ICON), de trois différentes manières :

1. par un numéro sans frais, le 1-800-507-7456;
2. en direct, avec le (613) 943-1910; ou
3. par l'entremise de THE NET et de Datapac (plus de 300 numéros disponibles dans l'ensemble du Canada). Appelez THE NET au numéro 1-800-267-8480 et demandez le numéro de référence 00141 d'Industrie Canada.

Pour tout renseignement complémentaire, communiquer avec Industrie Canada. Tél. : (613) 954-4980. Fax : (613) 954-2340.

DANS CE NUMÉRO

| | |
|--|------|
| SUPPLÉMENT : SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX..... | 3-6 |
| BULLETIN AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT | I-IV |
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 7 |
| FOIRES COMMERCIALES/CALENDRIER... .. | 8 |

L'Allemagne (Suite de la page 1)

coup d'oeil, d'analyser les derniers développements et les tendances du marché, de rencontrer de nouveaux agents et distributeurs, de maintenir de bonnes relations d'affaires, de développer une stratégie de marché et, surtout, de voir ce qui se fait chez les compétiteurs.

Consciente de l'importance des foires en Allemagne comme véhicule promotionnel du commerce extérieur canadien, la Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie de l'Europe de l'Ouest, a planifié pour cet exercice financier, de concert avec les associations du secteur privé d'autres ministères fédéraux et provinciaux et nos missions d'Europe, la participation canadienne à quelques 25 manifestations qui auront lieu en Allemagne. À cet effet, elle a eu recours à une série de

programmes visant à faciliter les échanges commerciaux, notamment le Fonds du développement du commerce mondial, le Fonds Horizon le monde via le Programme de développement des investissements, le Programme de développement des marchés extérieurs et enfin, le programme Nouveaux exportateurs vers les marchés d'outre-mer. Ces programmes reposent sur le principe qu'une entreprise voulant exporter ses produits vers les marchés européens, acquiert de solides connaissances en participant à une foire commerciale reliée à ses produits. Pour toute entreprise canadienne souhaitant pénétrer le marché allemand, les foires s'avèrent une obligation incontournable. Les statistiques cumulées par la Direction des foires et missions démontrent qu'il y a une

corrélation positive entre les ventes et la présence accrue des firmes canadiennes aux foires. Plus une firme est visible, plus ses ventes augmentent. Imaginez pour une nouvelle entreprise, toutes les possibilités que peuvent offrir de telles foires commerciales.

Ce qu'il faut retenir

Aucune entreprise canadienne ne peut se permettre d'ignorer l'Europe au sein de laquelle l'Allemagne occupe une place de choix. Même si l'Allemagne ne figure pas parmi les pays ciblés par une firme canadienne, elle n'en constitue pas moins un excellent baromètre du marché européen. Les foires qui s'y déroulent ont un caractère international et génèrent des ventes de plusieurs millions de \$ chaque année par des gens d'affaires non allemands. De plus, si les produits importés satisfont aux critères environnementaux de l'Allemagne et à ses normes, ils seront probablement conformes à ceux de l'Europe toute entière. L'Allemagne offre aussi la possibilité de pénétrer les marchés de l'Est.

Chers lecteurs,

C'est avec grand plaisir que j'ai pris la relève de Sylvie Bédard, il y a voilà un mois.

Le moins que je puisse dire est que Sylvie avait raison: le mandat s'annonce passionnant.

Je voudrais tout simplement profiter de ce premier contact avec vous pour vous dire, au nom de l'équipe de **CanadExport**, que nous serons ravis de collaborer étroitement avec vous au cours des mois à venir, afin de parfaire le magazine. Soyez assurés que nous resterons à l'écoute de vos commentaires pour faire de **CanadExport** un trait d'union indispensable entre la communauté d'affaires canadienne et les marchés internationaux.

Au plaisir de recevoir de vos nouvelles.

Amir Guindi, *Rédacteur en chef*

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : **CANADEXPORT** (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Les principaux contacts

La Direction du commerce de l'investissement et de la technologie, Europe de l'Ouest, MAECI, 125 Promenade Sussex, Ottawa, Ontario, K1A 0G2. Tél. : 1-613-996-3774/943-0611. Fax : 1-613-995-6319.

L'Ambassade canadienne à Bonn, Friedrich Wilhelmstrasse 18 d-5300 Bonn 1, Allemagne. Tél. : 011.49.228.. 9680. Fax : 011.49.228.968.3904

Le Consulat général du Canada de Berlin, Friedrichstrasse 95, 10117 Berlin, Allemagne. Tél. : 011.49. 30.261.1161. Fax : 011.49.30. 262. 9206.

Le Consulat général du Canada de Munich, Tél. : 29, D-8000 Munich, Allemagne. Tél. : 011.49.89. 29.06.50. Fax : 011.49.89. 228.5987.

Le Consulat du Canada de Düsseldorf, Prinz-Georg-Strasse, 40479 Dusseldorf, Allemagne. Tél. : 011.49.211.17.21.70. Fax : 011.49.211.35.91.65

Depuis 100 ans,

Le Service des délégués commerciaux du Canada est avant tout au service des entreprises canadiennes

Ed Swift ne part pas à l'étranger en voyage d'affaires sans préparation. Avant son départ, le directeur du développement commercial à la division des systèmes appliqués chez Spar Aérospatiale Ltée, entre autres préparatifs, consulte le Service des délégués com-

merciaux du Canada (SDC) au sujet de la meilleure façon de solliciter les marchés extérieurs qu'il prévoit visiter.

«Les délégués commerciaux en poste dans les ambassades du Canada peuvent vous aider à naviguer de manière à éviter les écueils, nous dit-il. La pre-

mière démarche des gens d'affaires avisés est de consulter le personnel de l'ambassade. Ainsi, on peut s'éviter bien des difficultés et épargner temps et argent.»

Selon M. Swift, qui effectue de nombreux séjours à l'étranger pour le compte de Spar, la plus grande société canadienne de l'aérospatiale et chef de file dans les secteurs des communications par satellite, de l'informatique, de l'aéronautique et de la défense, le Service des délégués commerciaux est un outil de commercialisation fort utile. «On peut y trouver un réseau de spécialistes qui se font un devoir et un plaisir de vous aider à commercialiser votre produit outre-mer. Les délégués vous diront honnêtement quelles sont vos chances de réussite et vous donneront un aperçu réaliste et impartial du marché, que vous n'obtiendriez pas nécessairement d'un agent d'exportation.»

Au service des exportateurs canadiens depuis un siècle

Depuis 100 ans, le Service des délégués commerciaux du Canada prête son concours aux sociétés canadiennes exportatrices.

En 1894, lorsque John Larke, premier délégué commercial canadien, a quitté Vancouver à bord du R.M.S. *Warrimoo* à destination des colonies australiennes, il avait une bonne idée du mandat dont on l'avait investi : promouvoir le Canada et faire connaître les entreprises canadiennes en tant que partenaires commerciaux sérieux et dignes d'intérêt.

Aujourd'hui, le SDC, fort d'un réseau de 950 délégués canadiens et agents commerciaux recrutés sur place, poursuit encore ce même objectif. Les marchés qu'il vise sont toutefois beaucoup plus nombreux : des délégués commerciaux sont en poste dans 12 villes canadiennes ainsi que dans 128

(Voir page 4 — 100 ans)

LES DÉBUTS DU SERVICE

CANADIEN DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX

- 1851 :** Trois colonies de l'Amérique du Nord britannique, le Canada, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick, collaborent à la première exposition de produits canadiens, à l'occasion d'une grande foire internationale au Crystal Palace de Londres.
- 1892 :** Promulgation de la Loi créant le ministère du Commerce; Mackenzie Bowell devient le premier ministre canadien du Commerce.
- 1894 :** Un décret autorise le ministère du Commerce à nommer des agents commerciaux dans des pays étrangers et dans diverses colonies; le premier agent commercial, John Larke, s'embarque en décembre pour occuper ce poste en Australie.
- 1914 :** Après une première campagne de recrutement dans les universités, Dana Wilgris et Norman Johnston sont nommés délégués commerciaux.
- 1916 :** Les visites industrielles sont intégrées à la formation préalable aux affectations outre-mer des délégués commerciaux.
- 1929 :** James Langley devient le premier délégué commercial officiellement attaché à une mission diplomatique du Canada.
- 1933 :** Des directions sectorielles sont créées afin de faciliter les communications avec l'industrie; ces premières directions s'occupent de produits animaux, d'économique, de bois et produits végétaux ainsi que de minéraux, métaux et produits chimiques.
- 1935 :** Des directions sectorielles sont créées afin de faciliter les communications avec l'industrie; ces premières directions s'occupent de produits animaux, d'économique, de bois et produits végétaux ainsi que de minéraux, métaux et produits chimiques.
- 1939 :** Un bureau commercial est inauguré à Los Angeles afin de promouvoir le tourisme au Canada et de prospecter les débouchés offerts par un récent accord commercial canado-américain.
- 1949 :** Terre-Neuve se joint à la Confédération et ses délégués commerciaux sont intégrés au Service canadien.
- 1969 :** Recrutement des premières femmes au Service.

(Renseignements tirés de Hill, O. Mary, *Canada's Salesman to the World, The Department of Trade and Commerce, 1892-1939, McGill-Queen's University Press, Montréal et London, 1977, ainsi que des archives du Ministère.*)

100 ans de service *(Suite de la page 3)*

pays aux quatre coins du monde.

Les délégués commerciaux mettent les exportateurs canadiens en contact avec les acheteurs étrangers. Ils organisent et gèrent la participation canadienne aux foires commerciales, et s'occupent des problèmes d'accès aux marchés. Leur travail se traduit par une augmentation des ventes à l'étranger. Il facilite les alliances stratégiques, favorise les investissements étrangers et les transferts de technologie et signifie des renseignements sur les marchés de meilleure qualité — tous facteurs qui contribuent à la création d'emplois au Canada.

«Évidemment, la conduite du commerce a évolué depuis un siècle, signale Allen Kilpatrick, sous-ministre du Commerce international au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). Aujourd'hui, les délégués commerciaux s'affairent davantage à la formation de coentreprises et d'alliances stratégiques avec des sociétés étrangères. Ils se doivent d'en offrir plus à leurs clients, les entreprises canadiennes, notamment de

l'information qui n'est pas accessible par l'une ou l'autre des nombreuses banques informatiques de données commerciales.»

«La concurrence est encore plus vive aujourd'hui en raison du démantèlement des barrières commerciales et de l'émergence de nouveaux marchés», d'ajouter M. Kilpatrick, délégué commercial de carrière qui est entré au SDC en 1962. Il croit qu'avec les progrès de la mondialisation sous la poussée des percées technologiques dans les domaines des communications et des transports, la concurrence s'intensifie entre les pays rivalisant pour se gagner une part des nouveaux marchés, fort lucratifs.

L'évolution du marché n'a pas pour autant changé le mandat du Service des délégués commerciaux. «Ce que l'industrie canadienne attendait de John Larke il y a cent ans est sensiblement la même chose que ce qu'elle exige de nous aujourd'hui, nous dit John Treleaven, directeur général de la Planification commerciale et des opérations au MAECI. Les entreprises veu-

lent des renseignements sur différents aspects du marché, notamment les meilleures voies de distribution pour leurs produits, la nature des différents débouchés, les pratiques commerciales et les usages dans un pays donné.»

Faciliter l'accès aux marchés

«Le Service des délégués commerciaux fournit des renseignements précieux sur les nouveaux marchés complexes comme la Chine», dit Red Wilson, président de BCE Inc., société-mère des géants des télécommunications Bell Canada, Bell Canada International, Northern Telecom et Recherches Bell-Northern.

«Northern Telecom et Bell Canada International collaborent étroitement avec les ambassades du Canada dans nombre de pays», souligne M. Wilson, lui-même ancien délégué commercial. «Nous comptons sur elles, en particulier dans les marchés où nous faisons notre entrée, pour nous fournir des renseignements tels le nom des personnes-ressources qui comptent, ou encore de l'information sur nos concurrents parmi les sociétés étrangères actives dans le marché local. En règle générale, le personnel des ambassades entretient de très bonnes relations avec les hauts fonctionnaires étrangers et peut arranger des entrevues que nous ne pourrions obtenir sans leur aide.»

Ed Swift abonde dans le même sens. «Si un délégué commercial vous accompagne à une entrevue, votre influence en sera rehaussée, surtout dans les pays de l'ANASE où les relations de gouvernement à gouvernement revêtent une grande importance, précise-t-il. Votre crédibilité n'en sera que meilleure.»

Certes, le SDC peut arranger des entrevues d'importance cruciale et fournir des renseignements utiles sur le marché, mais M. Swift pense que les petits gestes sont tout aussi importants. «Les délégués facilitent la conduite des affaires à l'étranger. Ce sont des détails,

(Voir page 5 — Délégués)

Vignettes des délégués commerciaux

LES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX canadiens doivent s'adapter aux nouveaux courants de l'économie mondiale. Mais Susan Cartwright, adjointe ministérielle principale au cabinet du ministre du Commerce international, nous dit qu'en s'adaptant aux changements auxquels nous faisons face, les délégués commerciaux demeurent plus que jamais sensibles aux besoins de nos clients et à la meilleure façon d'y répondre.

JE NE CONNAIS PAS D'AUTRE PROFESSION qui exige autant d'agilité intellectuelle et de créativité. Il y a des jours où il faut vendre des pommes de terre le matin, des submersibles l'après-midi, ou encore vanter des bicyclettes, puis promouvoir des services-conseils auprès d'un chantier naval. La fonction de délégué commercial pose des défis considérables.

(Ces capsules dans la vie d'un délégué commercial canadien sont tirées des archives du Ministère et d'un ouvrage à paraître d'Oli Cosgrove.)

BULLETIN AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

La Banque Africaine de Développement

Comment viser les projets offerts par la Banque

Les sociétés canadiennes désireuses de se prévaloir des marchés offerts par la Banque Africaine de Développement devraient d'abord consulter le Résumé Trimestriel des Opérations de la BAD, ainsi que son Programme Annuel de Prêts, publié au mois de novembre de chaque année. On peut se procurer des exemplaires de ces documents en s'adressant à l'Ambassade du Canada à Abidjan (Côte d'Ivoire) ou au Canada, à la Direction de l'expansion du commerce en Afrique du MAECI (Tél: (613) 944-6579).

Il est préférable que les sociétés se limitent à la prospection de un ou deux projets qu'elles pourraient mener à bonne fin. Elles devraient concentrer leurs efforts sur les pays qu'elles connaissent bien, et s'en tenir à leurs principaux domaines de spécialisation.

Une fois un projet identifié, des renseignements supplémentaires sur les projets peuvent être obtenus auprès de l'Ambassade ou du Haut-Commissariat du Canada responsable pour le territoire en question (consultez le Répertoire des Délégués commerciaux). Les sociétés peuvent demander à la mission canadienne des précisions sur :

- l'agence d'exécution du projet
- l'état d'avancement du projet;
- les coûts et composantes des équipements ou services demandés;
- l'échéancier de pré-qualification des experts-conseils, s'il y a lieu;
- la période approximative des missions d'évaluation des experts de la BAD;
- les autres bailleurs de fonds et composantes qu'ils financent;
- les experts de la BAD chargés de suivre toutes les étapes du cycle du projet.

Ces renseignements en main, une société peut alors concentrer ses efforts de marketing auprès de l'agence

d'exécution. Le contact direct avec l'agence lui permettra de se faire connaître, d'évaluer la concurrence et de se placer au mieux pour les futurs appels d'offres. Il ne faut surtout pas négliger l'aspect primordial des relations interpersonnelles avec ses interlocuteurs, condition essentielle de réussite sur le continent africain. La société devrait ensuite informer l'Ambassade du Canada à Abidjan de ses démarches auprès de l'agence d'exécution, afin que l'agent de liaison de l'Ambassade puisse faire part à la BAD de l'intérêt du Canada.

L'agence d'exécution est un organisme désigné par le pays emprunteur et par la Banque. Il peut s'agir d'un ministère, d'une entreprise publique ou semi-publique, d'une agence gouvernementale, voire d'une entreprise privée, même étrangère. Son rôle débute par la préparation des termes de références, l'exercice de présélection s'il y a lieu; constitution des listes restreintes; lancement des appels d'offres, en passant par l'examen et la sélection des propositions reçues jusqu'à la négociation des contrats d'exécution.

Au cours de leur mission auprès de l'agence d'exécution, les représentants de sociétés devraient déterminer et évaluer les différentes avenues de collaboration et d'association possibles avec leurs homologues locaux, car la Banque privilégie les sociétés africaines ou les partenariats avec celles-ci. De plus, une association pourrait contribuer à réduire les nombreux frais liés aux coûts de la préparation et du suivi des appels d'offres. (Un point de départ serait de consulter le répertoire des membres de la Fédération des Consultants Africains (FECA).

Contrairement à la croyance populaire, ce n'est pas la Banque qui fait la sélection des offres présentées dans le cadre d'un projet, mais bien l'agence d'exécution du pays emprunteur. Le rôle de la BAD se limite principalement au contrôle et à la surveillance des activités conformément à ses règlements.

Le Canada s'établit sur le marché sud-africain

Depuis la levée des restrictions commerciales par le Canada, nos exportations vers l'Afrique du Sud s'accroissent rapidement. Les fournisseurs canadiens connaissent du succès dans différents secteurs, et les débouchés à long terme qui s'offrent à eux en Afrique du Sud sont fort prometteurs.

Au cours du premier semestre de 1994, les exportations canadiennes de marchandises vers l'Afrique du Sud (d'une valeur de 105 millions de dollars) ont bondi de 76% par rapport à la même période l'année précédente. Nos entreprises ont exporté principalement des produits ouvrés et du matériel de haute technologie. Les exportations canadiennes vers l'Afrique du Sud ont surtout enregistré des gains dans les secteurs suivants :

- aéronefs
- matériel de télécommunications
- machinerie
- instruments
- matériel de bureau
- produits électriques
- pâtes et papiers
- métaux et minéraux
- agro-alimentaire

Nouvelles études de marché

Le bureau commercial de Johannesburg prépare une série d'études sur les principaux secteurs sud-africains afin de donner un coup de pouce aux entreprises canadiennes désirant pénétrer ce marché.

Pour se procurer plusieurs rapports récents, sur copie papier ou par faxlink, s'adresser à l'InfoCentre (Ottawa : 944-4000, ou 1-800-267-8376).

- Débouchés dans le secteur agro-alimentaire de la nouvelle Afrique du Sud. (Août 1994, 41 p.). Nota : Seul le résumé est disponible par faxlink.
- Le secteur des télécommunications en Afrique du Sud. (Juin 1994, 5 p.)
- Aperçu du secteur minier en Afrique du Sud. (Juin 1994, 4 p.)
- Répondre aux besoins en matière d'habitation dans la nouvelle Afrique du Sud. (Partie I - Aperçu du marché, juin 1994, 7 p.); (Partie II - Politique gouvernementale de l'habitation. Comprend une liste d'adresses d'organismes gouvernementaux. Juillet 1994, 9 p.).

Autres documents

Aperçu du commerce et de l'investissement en Afrique du Sud (Septembre 1994, 5 p.)

Foires commerciales en Afrique du Sud (Avril 1994, 5 p.)

Résumé du budget sud-africain (Juillet 1994, 5 p.)

Foires commerciales en Afrique du Sud

Le bureau commercial du Canada devrait participer à plusieurs foires commerciales sud-africaines afin d'aider les exposants ou les visiteurs canadiens, notamment aux foires suivantes :

- *Foire internationale d'Afrique du Sud (Saitex)*. Cet événement multisectoriel se tiendra du 1^{er} au 5 novembre prochains à Johannesburg.
- *Instructa 1995*. Exposition-conférence sur l'enseignement et la formation organisée à Johannesburg en février prochain.
- *Pak Process 1995* - Cette foire internationale de l'emballage aura lieu en février prochain à Johannesburg.
- *Telkom 1995*. Exposition-conférence internationale sur les télécommunications, présentée du 27 au 29 mars 1995.

Des perspectives prometteuses

La nouvelle Afrique du Sud est en train d'opérer des transformations politiques, économiques et sociales d'une très grande ampleur. La société sud-africaine s'est engagée à réduire le fossé existant en son sein entre les conditions qui prévalent dans les régions industrialisées et les régions pauvres. Le pays est en voie de s'intégrer rapidement à l'économie mondiale.

L'Afrique du Sud, bien qu'auto-

suffisante dans nombre de secteurs, fait face néanmoins à certaines difficultés importantes dans le domaine du commerce et de l'industrie.

Les sociétés canadiennes qui offrent des produits et des services innovateurs et concurrentiels peuvent jouer un rôle important dans le développement du pays. Les exportations, les coentreprises et la coopération technologique sont autant de façons de faire des affaires en Afrique du Sud.

Dans le cadre de son programme de reconstruction et de développement, le gouvernement sud-africain a donné la priorité à l'habitation, à l'enseignement et à l'électrification. Bien que la mise en oeuvre de ce programme n'en soit qu'à ses débuts, on s'attend à ce que des ressources considérables, des secteurs public et privé, soient investies à l'appui des initiatives gouvernementales.

De l'information commerciale récente indique que les sociétés canadiennes d'avant-garde peuvent exploiter les débouchés offerts dans nombre d'autres secteurs.

Les perspectives sont prometteuses notamment dans les domaines suivants : matériel et services d'exploitation minière, télécommunications, matériel informatique et logiciels, équipement et services environnementaux, matériel de sécurité et produits médicaux, géomatique et franchising.

(Voir page IV— Canada)

Une nouvelle ère

Des débouchés en Jordanie, en Syrie et au Liban

Le succès des pourparlers de paix et la signature par Israël et la Jordanie de la déclaration de Washington constituent deux étapes importantes vers une nouvelle ère de prospérité au Proche-Orient. La coexistence économique est le principe directeur du processus; si tout va bien, on pourrait assister d'ici quelques années à un véritable décollage de la croissance économique dans la région.

Dans le cadre des initiatives canadiennes de promotion du commerce, l'ambassade du Canada à Amman a déterminé des secteurs prioritaires et organisé un certain nombre d'activités promotionnelles afin de rehausser la présence du Canada dans ce marché d'importance. Ces activités permettront aux sociétés canadiennes de se positionner en vue des projets régionaux qui devraient se mettre en branle l'année prochaine.

Le Canada a accordé la priorité ces dernières années aux secteurs médical et de la santé de la Jordanie et du Liban dans ses efforts de promotion du commerce et des exportations. Cette année, on prévoit organiser une mission canadienne en Jordanie, au Liban, dans la bande de Gaza et en Cisjordanie (du 11 au 14 novembre prochains), qui coïncidera avec la foire saoudienne des soins de santé présentée à Riyad du 6 au 10 novembre. Parmi les produits présentant un intérêt, mentionnons les articles jetables, les appareils de radiographie et de diagnostic, les produits pharmaceutiques et le mobilier d'hôpital.

La croissance rapide de la population jordanienne est devenue une charge pour les services de la santé jordaniens. Par conséquent, le gouvernement de Jordanie a annoncé un projet en gestion de la santé publique d'une valeur de 40 millions de \$, qui sera réalisé en cinq étapes d'ici l'an 2000. Dans le cadre de ce projet, on examinera les façons d'accroître les sources de revenus afin de réduire la dépendance envers les fonds publics et on réalisera des études sur le contrôle des maladies et les perspectives de mise en oeuvre d'un service de santé national. De plus, la construction d'un certain nombre d'hôpitaux privés est en cours. Les gens d'affaires jordaniens cherchent également à élargir leurs activités sur les marchés de la bande de Gaza et de la Cisjordanie.

Après une guerre civile qui a duré seize ans, le Liban connaît une augmentation du nombre de projets de reconstruction d'hôpitaux. Maintenant que la guerre est terminée et que la reconstruction bat son plein, le gouvernement libanais a mis en marche la réalisation d'un programme de reconstruction de dix ans, évalué à 12 milliards de \$.

La Banque mondiale, les institutions arabes de financement ainsi que divers gouvernements nationaux ont contribué de façon importante au financement de ce programme. Un groupe immobilier à capital ouvert, Solidere, a été formé avec un capital souscrit de 1,2 milliard de \$ en vue de la reconstruction et de l'agrandissement de l'ancien quartier des affaires de Beyrouth. Les travaux de conception et de génie ont déjà commencé.

En outre, on remarque dans la région un regain d'activité dans les secteurs de l'informatique et des télécommunications. La demande en matériel et en services de télécommunications est très forte.

Il existe des débouchés potentiels pour les technologies avancées dans les domaines de la transmission et du traitement des données, du logiciel et d'autres produits et systèmes informatiques.

La Jordanie possède l'un des meilleurs réseaux de télécommunications et l'un des plus efficaces de la région. Le nouveau plan quinquennal du royaume prévoit plusieurs projets pouvant intéresser les sociétés canadiennes : le projet de réseau téléphonique (10 000 lignes) en construction-exploitation-cession que le gouvernement est en train d'évaluer, ainsi que le projet de lignes de communication et de stations qui s'ajouteront à la ligne d'interconnexion de transport d'électricité entre la Jordanie et l'Égypte, évalué à 4 millions de \$, que l'on a relancé.

Pour renseignements, communiquer avec l'ambassade du Canada à Amman, fax : (011-962-6) 689-227, tél. : (011-962-6) 666-124/5/6, ou avec Renee Umezuki, au MAECI, tél. : (613) 944-6994, fax : (613) 944-7431.

Vingtième foire internationale de Téhéran

Cette foire commerciale qui aura lieu du 2 au 9 octobre 1994, a pour but d'aider les importateurs iraniens à lancer des appels d'offres internationaux et de favoriser le transfert de technologies en Iran.

Douze sociétés canadiennes participeront à la foire de Téhéran et feront la promotion de leurs produits, notamment des locomotives diesel, des appareils médicaux, des services d'exploitation des puits de pétrole et des techniques d'élaboration de procédés.

Des nouvelles de Tel Aviv

Des débouchés dans le secteur du pétrole et du gaz

L'ambassade fait état d'un nombre croissant de débouchés en Israël qui pourraient intéresser les exportateurs canadiens de matériel et de services dans le secteur du pétrole et du gaz.

Une délégation israélienne réunissant des dirigeants de sociétés de prospection pétrolière ainsi qu'un responsable du ministère de l'Énergie a participé pour la première fois cette année à la foire National Petroleum Show (NPS) de Calgary. Le secteur israélien du pétrole est en forte progression, étant donné le nombre de sociétés d'exploration privées qui participent à des projets de forage et de prospection d'envergure partout en Israël.

La visite de la délégation a permis aux exportateurs canadiens de découvrir le marché israélien. Nous savons déjà qu'une entreprise d'Edmonton a réalisé des ventes importantes en Israël à la suite de la visite de cette délégation, et nous espérons que d'autres exportations suivront. L'ambassade prévoit organiser d'autres activités promotionnelles dans ce secteur au cours des mois qui viennent. Nous encourageons les gens d'affaires canadiens qui se rendent au Proche-Orient à inscrire Israël sur leur itinéraire; c'est avec plaisir que l'ambassade les mettra en contact avec l'industrie locale du pétrole et du gaz naturel.

Le nouveau Fonds Canada-Israël de recherche-développement industriel (FCIRDI) favorise la coopération entre les secteurs privés des deux pays dans le domaine de la R-D. À Ottawa, téléphoner au (613) 724-1284. Fax : (613) 724-1134. On attend des propositions innovatrices. L'ambassade [fax : (011-972-3) 527-2333] peut aider les sociétés canadiennes dans le choix d'associés israéliens en R-D.

L'ambassade suit de près les débouchés commerciaux en Cisjordanie et dans la bande de Gaza, en particulier

ceux qui découlent de projets financés par la Banque mondiale ou d'autres organismes de financement international. Nous sommes en train d'organiser la visite au Canada d'une délégation de décideurs palestiniens provenant des secteurs public et privé, dans les do-

maines du développement des infrastructures (construction, télécommunications, services municipaux). La date de la venue de cette délégation au Canada reste à déterminer; ce devrait être à la fin de l'automne ou au début du printemps prochain.

Le Canada s'établit *Suite de la page II*

Financement à l'exportation

Afin de soutenir les échanges grandissants entre le Canada et l'Afrique du Sud, la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a établi des lignes de crédit pour le commerce des biens et services.

Pour plus de détails, s'adresser au bureau régional de la SEE.

Le bureau commercial du Canada est prêt à vous servir

Le bureau commercial du gouvernement canadien à Johannesburg a maintenant complété ses effectifs et se tient à la disposition des entreprises canadiennes. L'équipe de délégués commerciaux canadiens et d'agents commerciaux recrutés sur place est en mesure :

- d'évaluer les débouchés locaux pour les biens et services canadiens;
- de repérer des associés potentiels; et
- de donner des conseils au sujet des pratiques commerciales locales.

On peut communiquer avec le bureau commercial à l'adresse suivante :

Haut-commissariat du Canada, Bureau commercial

10 Arnold Street, 1st Floor

P.O. Box 1394, Parklands, 2121

Johannesburg, Afrique du Sud

Tél. : (27 11) 442-3130

Fax : (27 11) 442-3325

La clé du succès

Voici quelques conseils de sociétés canadiennes qui exportent avec succès en Afrique du Sud :

1) *N'ayez pas d'attentes irréalistes.*

• L'économie sud-africaine est très développée.

• Les Sud-Africains sont des commerçants aguerris ayant des relations aux quatre coins du monde.

• La concurrence étrangère est vive.

2) *Effectuez des visites périodiques. Préparez vos séjours à l'avance.*

3) *Soyez disposé à travailler avec un représentant local.*

4) *Consultez le bureau commercial du Canada. Tenez le personnel du bureau informé de vos démarches.*

5) *Enfin, ne vous découragez pas si le succès n'est pas immédiat. Un nombre croissant de sociétés canadiennes ont vu leur persévérance récompensée.*

Délégués commerciaux canadiens *(Suite de la page 4)*

comme m'aider à préparer mon itinéraire, qui me mettent plus à l'aise. Canadien à l'étranger, je me sens moins seul, car les délégués sont là, disposés à me prêter assistance.»

Hall & Stavert Ltd., concepteur et fabricant d'hélices de navire, a réussi à établir une présence dans le lucratif marché américain grâce à l'aide du SDC. «Nous avons demandé conseil à notre Centre de commerce international. On nous a recommandé d'exposer nos produits au stand canadien mis sur pied par le Service des délégués commerciaux dans le cadre de grandes foires commerciales à Chicago, à la Nouvelle-Orléans, à Miami et à Fort Lauderdale», dit Bill Stavert, vice-président de la société. «Grâce à l'appui du SDC, nous avons pu nous tailler une part intéressante du marché américain.»

La société montréalaise Proceco Industrial Machinery Ltd. a reçu des réponses favorables de clients étrangers potentiels, grâce au SDC. «Le SDC nous a aidés à entrer en contact avec des dirigeants de sociétés aériennes et ferroviaires en Australie et en Corée, à repérer les débouchés commerciaux dans le cadre de foires et de missions commerciales à l'étranger et à trouver des représentants appropriés dans les marchés d'outre-mer», affirme le président de l'entreprise, Helmut Schauer. «Ce que nous apporte le SDC, c'est d'abord et avant tout le prestige associé au soutien du gouvernement canadien.»

Des marchés plus vastes dans un monde plus petit

À l'instar de John Larke, les délégués commerciaux d'aujourd'hui cherchent à étendre les frontières commerciales pour les biens et services canadiens, mais dans un contexte bien différent.

Les technologies avancées et la construction de l'autoroute électronique permettent maintenant de transmettre instantanément de l'information de virtuellement tous les coins du monde. «À l'époque de Larke, il fallait six se-

Vignettes des délégués commerciaux

AUCUNE OCCASION D'AFFAIRES N'EST SI PETITE que l'on puisse la négliger. Ce sont les emplois au Canada qui sont en jeu. Notre défi, c'est de dénicher chaque possibilité, aussi modeste soit-elle.

On entretient souvent des attentes exagérées, or les débouchés ne sont pas toujours grandioses. Ainsi, j'ai trouvé en Bolivie un marché pour le papier hygiénique canadien, et un magasin à rayons qui s'intéressait à l'importation de jeux sur table de hockey de la LNH. Dans chacune des missions où l'on travaille, on peut connaître sa part de succès, peu importe l'envergure.

(Ces capsules dans la vie d'un délégué commercial canadien sont tirées des archives du Ministère et d'un ouvrage à paraître d'Oli Cosgrove.)

maines pour qu'une lettre arrive à destination, mais, à son arrivée l'information était encore valable, explique Allen Kilpatrick. Aujourd'hui, les données sont transmises en quelques nanosecondes par fibre optique, et l'information est dépassée dès le lendemain. Cela signifie que le Service des délégués commerciaux doit constamment surveiller l'évolution de la situation et saisir les occasions sans attendre.»

M. Swift, de la société Spar, dit être toujours impressionné par la rapidité avec laquelle le Service lui répond. «Quelques jours à peine après avoir envoyé une lettre, je reçois un appel interurbain ou un message par télécopieur d'un délégué commercial qui me donne tous les détails sur le marché, le nom des personnes-ressources et autres renseignements pertinents, explique-t-il. Le délégué commercial peut m'aider à choisir un agent d'exportation et arranger des entrevues avec les personnes clés. Il arrive souvent que mon dossier soit entre les mains de deux personnes, l'une à Ottawa et l'autre dans une ambassade à l'étranger. Leur aide ajoute du poids à mes outils de commercialisation, les délégués sont

très compétents.»

Le commerce a bien changé

À l'époque de John Larke, on faisait le commerce des sciages, des roues de charrette, des céréales, des produits de coton et du caoutchouc, des machines à travailler le bois. Bien que les marchés pour ces produits existent encore, le Service des délégués commerciaux fait aujourd'hui la promotion des exportations canadiennes de puces électroniques, de matériel de télécommunications, de services financiers et juridiques et de produits des technologies de l'information.

À cette fin, le Service organise des foires commerciales à l'étranger. Parrainée par le MAECI, Expo Canada 1994, présentée à Mexico en mars dernier, a réuni plus de 400 PME canadiennes qui y ont exposé leurs produits et démontré leur savoir-faire à plus de 35 000 gens d'affaires. Les participants à Expo Canada estiment à 100 millions de dollars la valeur des ventes qu'ils comptent réaliser, cette année seulement, en résultat de ce grand salon canadien.

«Les missions et les foires commerciales
(Voir page 6 — Prendre)

Prendre avantage des services *(Suite de la page 5)*

ciales parrainées par le gouvernement fédéral nous ont aidés dans la prospection des marchés extérieurs, nous dit J. Stewart Mulvey, président d'I.P. Constructors Ltd. de Calgary, entreprise spécialisée dans la conception et la fabrication de matériel de traitement du pétrole et du gaz naturel ainsi que dans la conception et l'installation d'usines clés en main dans ce secteur. Nous pensons que le gouvernement canadien, par l'entremise de ses délégués commerciaux, accomplit du très bon travail et fournit aux exportateurs canadiens tout l'appui nécessaire pour faire leur entrée dans de nouveaux marchés.»

Tourné vers l'avenir

«Comme nombre d'entreprises canadiennes de toutes tailles tirent profit des compétences de nos délégués commerciaux dans le monde entier, il faut s'attendre à ce que le Service évolue pour s'adapter aux besoins changeants de sa clientèle, fait observer M. Kilpatrick du MAECI. John Larke se réjouirait de la croissance rapide des échanges commerciaux du Canada depuis cent ans. À titre de premier délégué commercial, il a inspiré la génération actuelle d'agents commerciaux qui ne ménagent aucun effort pour s'assurer que les entreprises canadiennes puissent rivaliser et réussir dans le marché mondial actuel.»

M. Kilpatrick ajoute que le Service des délégués commerciaux du Canada a encore des défis à relever.

«La prospérité du Canada a toujours reposé sur le commerce extérieur, c'est encore plus vrai aujourd'hui. Un tiers des emplois et un quart de la richesse du Canada dépend du commerce international, signale-t-il. Nos entreprises sont en train de s'adapter afin de répondre à la demande du marché mondial, nous nous devons d'emboîter le pas. Le XXI^e siècle s'annonce passionnant pour le Service des délégués commerciaux.»

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Leslie Fulton, Relations avec les médias, à Ottawa au (613)

724-5946, ou avec le Service des relations avec les médias, MAECI, à Ottawa au (613) 995-1874.

Pour entrer en contact avec un délégué commercial, communiquez d'abord avec le Centre de commerce international (CCI) le plus proche. Un agent vous y aidera à évaluer vos besoins et vous mettra en contact avec les délégués commerciaux appropriés. Le travail de ces derniers consiste à aider les exportateurs canadiens, néophytes ou chevronnés, à tirer profit des marchés étrangers. Le CCI offre une gamme de

services, notamment de l'information commerciale et des renseignements sur les marchés, des conseils sur l'exportation en entrevue individuelle et une liaison avec les délégués commerciaux à l'étranger.

Pour savoir où se trouve le CCI de votre région ou pour obtenir des renseignements complémentaires, adressez-vous à l'InfoCentre, par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa, au 944-4000). On peut également se renseigner par télécopieur grâce au service interactif Infifax, en composant le (613) 944-4500.

Ce que le délégué commercial peut faire pour vous :

- vous fournir des conseils en matière d'exportation;
- vous aider à repérer les débouchés commerciaux;
- vous aider à élaborer un plan de commercialisation pour les marchés extérieurs;
- faire la promotion de votre entreprise auprès de clients étrangers;
- vous fournir des renseignements sur les possibilités de transferts de technologie et de coentreprises;
- organiser des conférences et des séminaires liés au commerce;
- vous fournir des conseils sur les réseaux de distribution;
- vous recommander les foires et missions auxquelles participer;
- vous orienter vers des représentants étrangers qualifiés;
- vous aider à obtenir des renseignements d'ordre financier et commercial sur des partenaires étrangers éventuels;
- vous aider à résoudre des problèmes relatifs aux droits de douane, aux taxes ou au change;
- vous conseiller sur l'environnement et les pratiques d'un pays en matière de commerce, de culture, d'affaires et de finances;
- vous faire part de ses recommandations quant aux programmes d'aide fédéraux et provinciaux qui seraient le plus appropriés.

Par où commencer?

Communiquez d'abord avec le Centre de commerce international (CCI) le plus proche. Répartis dans toutes les régions du Canada, les CCI aident les exportateurs canadiens, néophytes ou chevronnés, à mieux tirer parti des marchés extérieurs.

Pour savoir où est situé le CCI de votre région, appelez l'InfoCentre, au MAECI, au 1-800-267-8376 (dans la région d'Ottawa, composez le 944-4000).

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

Sociétés taïwanaises recherchent fournisseurs canadiens de produits et services divers :

1. Une entreprise taïwanaise cherche à se procurer auprès d'un fabricant canadien fiable un million de **caméras à dispositif de couplage de charge à usage médical de Pexel**.

2. Un fabricant de batteries au plomb étanches compatibles avec tous les systèmes rechargeables et d'alimentation de secours recherche, dans le but de moderniser sa production, de **nouveaux procédés et formules** pour la fabrication de batteries au plomb étanches à forte capacité.

3. Une société taïwanaise recherche un fabricant canadien d'**ensembles d'usinage par étincelage** pour a) distribuer ses produits sous licence; b) devenir fabricant FEO de ce type d'appareils et les commercialiser en Asie et en Europe; c) devenir représentant en Asie pour ce type de produits.

4. Une autre société souhaite s'associer à un fabricant canadien de **machines à mouler le caoutchouc**, soit en devenant son représentant, soit en créant avec elle une coentreprise au bénéfice de laquelle il y aurait transfert de technologie en vue de produire et de commercialiser ce type de machines à Taïwan.

5. Un fabricant taïwanais de **pièces d'automobile** cherche à acquérir des technologies de **revêtement en caoutchouc et de membrane téflon** pour rendre ses produits plus souples et plus résistants à la chaleur.

6. Une société taïwanaise souhaite collabo-

rer avec une entreprise canadienne spécialisée dans la **recherche pharmaceutique** pour perfectionner ses médicaments à usage vétérinaire et serait également intéressée à devenir le représentant exclusif de cette entreprise à Taïwan.

7. Une autre société qui envisage de fabriquer du papier pour les imprimantes couleur à jet d'encre aurait besoin qu'on lui fournisse un certain nombre de **spécifications : pourcentage de fibres, produits chimiques utilisés et méthodes d'ajout, type de**

couchage et techniques employées pour ce type de papier. Elle souhaite également acquérir une **technologie de désencrage et de blanchiment permettant de produire du papier DNP et du papier dont le degré de blancheur serait compris entre 76 et 80 degrés GE après traitement**.

Pour renseignements, contacter le Centre taïwanais du commerce, Place Montréal Trust, 1800 av. McGill College, bureau 2108, Montréal (Québec) H3A 3J6. Tél. : (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

Alliances internationales

Grâce au Business Cooperation Network (BCNet), le monde des partenariats internationaux est à votre portée.

La BCNet est un réseau d'alliance internationale qui s'adresse aux entreprises offrant tous les types de biens et de services dans n'importe quel secteur industriel. Le réseau fournit à ses utilisateurs des profils d'entreprises décrivant les activités de ces dernières et le type d'alliance recherché.

Les sociétés sont appariées par l'intermédiaire d'un réseau de conseillers commerciaux autorisés. Jusqu'à maintenant, des milliers d'entreprises réparties dans 35 pays se sont inscrites au BCNet.

Voici des exemples d'entreprises hongroises figurant au BCNet :

1. Un fabricant d'une large gamme d'engrais chimiques est à la recherche d'investisseurs ou d'entrepreneurs principaux.

2. Une entreprise d'usinage des métaux, capable de fabriquer des pièces de rechange ou des produits sur mesure (à partir d'un

échantillon ou sur devis), en particulier du mobilier en métal, recherche un entrepreneur principal.

3. Un cabinet-conseil spécialisé dans l'investissement, la finance, la comptabilité, le commerce et le droit international souhaite s'associer à des partenaires étrangers.

4. Un propriétaire de restaurant projette de construire de 5 à 12 chambres d'hôtes à l'étage de son établissement situé au bord du Danube. Il cherche un associé étranger qui assurerait la commercialisation à l'étranger et le conseillerait dans l'exploitation de l'auberge.

5. Une entreprise de transformation alimentaire a besoin d'une aide technologique en matière de production de confitures, de miel, de jus et de pâtés de poisson et de gibier; elle souhaite mettre au point de nouveaux produits et améliorer ses produits actuels.

Pour renseignements, communiquer avec la Chambre de commerce à Ottawa au (613) 238-4000, Industrie Canada, au (613) 941-2684, ou le MAECI au (613) 995-6440.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Bilbao, Espagne — Les sociétés canadiennes qui désirent collaborer avec des partenaires européens auront une excellente occasion de pousser plus loin leurs projets dans le cadre du **Salon de l'Europartenariat**, qui se tiendra à Bilbao les 21 et 22 novembre prochains.

Cette activité permettra à des représentants de PME du Pays Basque de rencontrer chez eux des partenaires étrangers éventuels.

Ces entreprises ne disposent pas toujours des connaissances ou des ressources nécessaires pour se livrer à la prospection commerciale à l'étranger; on invite donc les gens d'affaires intéressés à venir les rencontrer sur place, dans le cadre de rencontres organisées au préalable, dont le nombre peut atteindre 9 000. L'an dernier, quelque 2 000 entreprises, européennes pour la plupart, ont répondu à l'invitation.

L'ambassade du Canada à Madrid prépare une activité complémentaire (du 23 au 25 novembre) afin d'aider les sociétés canadiennes à se trouver des partenaires, en organisant des visites et des rendez-vous avec des entreprises au Pays Basque ou dans des villes comme Madrid, Barcelone et Valence. Pour renseignements, contacter M. Isidro Garcia, Division commerciale, ambassade du Canada, Nuñez de Balboa, 35, Apartado 117, 28080 Madrid, Espagne. Tél. : 34-1-431-4300. Fax : 34-1-431-2367.

Lyon — Le 10^{ème} Salon International des Industries, des Technologies et des Services de l'Environnement (POLLUTEC 94) qui se déroulera du

18 au 21 octobre 1994, représente une des plus importantes manifestations européennes à regrouper tous les acteurs des quatre grands secteurs de l'environnement : Eau, Air, Bruit, Déchets. Pour cette édition 1994, le salon est renforcé des secteurs Recyclage, Énergie, Nettoyage industriel et Paysage.

Plus de 40,000 visiteurs professionnels issus de l'industrie et des collectivités locales sont attendus à cette exposition annuelle (alternance Paris et Lyon). Les 1,400 exposants de 22 pays présenteront les dernières innovations en matière de matériels, d'équipements et de ser-

vices pour l'environnement.

Le Canada sera présent à **POLLUTEC 94** avec un kiosque d'information permettant de présenter brochures techniques et documentations à la communauté internationale et européenne. Toutefois, les sociétés canadiennes souhaitant exposer individuellement ont la possibilité de se regrouper autour du kiosque d'information Canada.

Pour renseignements, communiquer avec Madame Gayle McCallum, MAECI. Tél. : (613) 996-1530. Fax : (613) 995-6319.

AU CALENDRIER

Toronto — 12 octobre 1994 — Les investissements étrangers directs dans la Communauté des États indépendants (CEI), estimés à plus de 7 milliards \$ US en 1993, et la confiance des investisseurs qui en découle, voilà deux des sujets qui seront abordés au cours d'une conférence intitulée **Les fonds d'investissement occidentaux en Russie et en Ukraine : un nouveau mécanisme dans un marché stimulant**. Communiquer avec les Conseils commerciaux Canada-Russie et Canada-Ukraine. Tél. : (416) 862-2821. Fax : (416) 862-2820.

Ottawa — 19 octobre 1994 — L'assemblée d'automne de l'**Industrial Benefits Association of Canada** portera, entre autres sujets, sur le commerce international de contrepartie. Le minis-

tre fédéral de l'Industrie, M. John Manley, y sera le conférencier invité. Communiquer avec Bob Brown, à Ottawa. Tél. et fax : (613) 733-0704.

Toronto — 20 octobre 1994 — Les exportateurs canadiens ou étrangers apprécieront sans doute la foire de recherche de représentants et distributeurs, **World Trade 1994**. L'an dernier, cet événement a réuni 170 participants venus de plus de 51 pays, États américains et provinces canadiennes. Les visiteurs pourront y choisir un représentant ou un distributeur; par la même occasion, les représentants et les distributeurs pourront trouver de nouvelles gammes de produits. Communiquer avec l'Association canadienne du commerce international. Tél. : (416) 351-9728. Fax : (416) 351-9911.

InfoCentre

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirent obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignements à Infobox, le service de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid

NBRE 2488574 BLK

OTTAWA

CANADIAN EXPORT

12 N°17

17 octobre 1994

Les « quatre principes »

Chrétien à la relance des échanges sino-canadiens

Une délégation canadienne dirigée par le Premier ministre, M. Jean Chrétien, se rendra en République populaire de Chine du 5 au 13 novembre prochains. Une visite à Hong Kong figure également à l'itinéraire de la délégation.

M. Chrétien participera aussi au sommet de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) à Djakarta, et effectuera ensuite une brève visite à Hanoi.

La dernière visite en Chine d'un Premier ministre du Canada remonte à 1986. Le séjour de M. Chrétien permettra de renforcer les relations sino-canadiennes et d'engager des pourparlers au plus haut niveau à la faveur de rencontres entre le Premier ministre et les dirigeants chinois.

Le but de cette visite est de favoriser une coopération plus étroite entre les deux pays, conformément aux quatre grands principes de la politique canadienne envers la Chine : partenariat économique, développement durable, paix et sécurité collective, droits de la personne et primauté du droit. Cette démarche sert également les objectifs du gouvernement canadien en matière de création d'emplois, dans les PME en particulier.

L'assemblée générale annuelle du Conseil des gens d'affaires Canada-Chine à Beijing, à laquelle M. Chrétien assistera, sera l'un des points saillants du séjour en Chine du Premier ministre. Quelque 200 personnalités canadiennes du monde des affaires, représentant

plus de 100 sociétés, devraient également y participer.

Les relations commerciales avec la Chine revêtent une grande importance pour le Canada. La Chine, où se concentre plus d'un cinquième de la population mondiale, est également l'un des pays du monde où la croissance est la plus rapide. La Chine vient au cinquième rang de nos partenaires commerciaux, avec des échanges bilatéraux totalisant 4,77 milliards de \$ en 1993. Des Canadiens participent à des titres divers à plus de 1 500 grands projets d'investissements en Chine, qui ont engendré des contrats d'une valeur globale de 1,81 milliard de \$ US.

M. Chrétien prendra part à un certain nombre de manifestations culturelles. A Shanghai, il présidera une cérémonie marquant la conclusion d'un accord de jumelage entre les ports de Shanghai et de Vancouver (les plus importants de nos deux pays), événement qui donnera lieu à l'érection d'un totem Haida.

M. Chrétien, fidèle à la stratégie de l'«Équipe Canada», sera accompagné de Roy MacLaren, ministre du Commerce international, et de Raymond Chan, secrétaire d'État (Asie-Pacifique). Les premiers ministres des provinces, les chefs des administrations territoriales et plusieurs maires ont également

(Voir page 4 — Chrétien)

Nouvelle source de financement à l'exportation pour les PME

Les PME canadiennes qui souhaitent étendre leurs activités aux marchés extérieurs ont accès à une nouvelle source de financement à l'exportation.

Une entreprise innovatrice, Northstar Trade Finance Inc., offre du financement à terme pour faciliter les petites transactions à l'exportation.

La nouvelle société appartient à la Banque de Montréal, à la British Columbia Trade Development Corporation, au ministère ontarien du Développement économique et du Commerce et à Dalhousie Financial Corporation, petite société de financement établie à Vancouver. Le gouvernement du Canada, représenté par la Société pour l'expansion des exportations, est également associé à l'entreprise.

Northstar Trade Finance veut appuyer les exportateurs canadiens en offrant du

financement à moyen terme, à taux fixe, aux acheteurs étrangers solvables se procurant des biens et services canadiens admissibles. La création de cette entreprise comble une lacune patente dans les moyens de financement accessibles aux exportateurs recherchant de l'aide pour de petites transactions (moins de 3 millions de \$); le financement offert comprend des conditions de paiement pouvant aller jusqu'à quatre ans.

Les entreprises exportatrices qui veulent se prévaloir de ce nouveau mécanisme doivent satisfaire aux critères suivants :

- la valeur de la transaction doit se situer entre 100 000 et 3 000 000 \$ CAN;
- l'exportateur doit être citoyen canadien;
- l'acheteur doit être résidant d'un pays

(Voir page 2 — Les PME)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---|------|
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 2 |
| SUPPLÉMENT : ACCÈS AMÉRIQUE DU NORD | I-IV |
| FOIRES COMMERCIALES | 3 |
| PUBLICATIONS/ AU CALENDRIER/FITT | 4 |

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

Les entreprises canadiennes intéressées par ces débouchés commerciaux aux États-Unis peuvent communiquer avec M. M. Ellenbogen, ambassadeur du Canada, 501 Pennsylvania Ave., N.W. Washington D.C., 20001. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

Une entreprise voudrait représenter des fabricants canadiens de produits de chauffage, de ventilation et de climatisation achetés par des sociétés comme Carrier, York, Trane et Inter-City Products.

Une entreprise désire représenter des fabricants canadiens de pièces de mé-

tal et de plastique, standard et spécial, sur le marché des constructeurs de matériel d'origine.

Un distributeur de boîtes de plastique cherche des fabricants désirant vendre leurs produits aux États-Unis.

Une entreprise qui vend des surplus de matériel nouveau ou usagé pour les installations industrielles ou la récupération des investissements en pétrochimie aux marchés du Tiers Monde voudrait contacter des fournisseurs canadiens.

Dans les États du centre du littoral de l'Atlantique, un représentant spécialisé dans la distribution de pneus et de

matériel hydraulique voudrait représenter des fabricants canadiens.

Une entreprise cherche des fournisseurs canadiens de plastiques moulés, usinés et extrudés ainsi que de métaux fabriqués ouvrés, pièces de taraudeuses, fontes, ressorts, pièces de coulisse et montages électromécaniques.

Un représentant auprès des marchés des constructeurs de matériel d'origine dans les États de New York, de Pennsylvanie, du New Jersey, du Delaware et du Minnesota cherche des fabricants canadiens de composantes mécaniques et électro-mécaniques.

Informatisation des soins de la santé : débouchés aux États-Unis

Les PME (Suite de la page 1)

de l'OCDE autre que le Canada;

- la transaction peut porter sur des biens ou des services.

Pour renseignements :

- Gary Fowlie, B.C. Trade, tél. : (604) 844-1915.
- Lynne Kilpatrick, Banque de Montréal, tél. : (416) 867-7014.
- Rod Giles, SEE, tél. : (613) 598-2904.
- John Ayling, ministère du Développement économique et du Commerce de l'Ontario, tél. : (416) 325-6842.

Une série de séminaires gratuits sur les occasions d'affaires, dont le premier se tiendra à Vancouver le 2 novembre 1994, a été organisée dans six villes canadiennes. Ces séminaires porteront sur les débouchés aux États-Unis qui s'offrent aux fournisseurs canadiens de services d'informatique et de consultation pour le secteur des soins de santé.

Ces importantes rencontres d'une demi-journée seront l'occasion d'envisager les conséquences des changements qui se préparent dans ce secteur — qui représente aujourd'hui un marché de 5 milliards de \$ US — et d'en explorer,

déterminer et apprécier le potentiel. D'après les prévisions, ce marché devrait croître de 250% d'ici cinq ans pour atteindre 13 milliards de \$ en l'an 2000.

Les possibilités commerciales, les alliances et les stratégies d'entrée dans les marchés régionaux des États-Unis, seront parmi les thèmes abordés.

Tous les séminaires seront présentés par Dorenfest & Associates, chef de file nord-américain des services d'informatique et de consultation pour le secteur des soins de santé; la firme a conçu la base de données Dorenfest 3000+.

La série est parrainée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Industrie Canada et le consulat général du Canada à Chicago.

Dates des séminaires : Vancouver (2 novembre); Edmonton (3 novembre); Saskatoon (4 novembre); Toronto (7 novembre); Montréal (8 novembre); et Halifax (9 novembre).

Pour renseignements, notamment l'adresse des différents endroits où se dérouleront les séminaires, communiquer avec Matthew Share, du Consulat général du Canada à Chicago. Tél. : (312) 616-1860. Fax : (312) 616-1878.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi

Rédacteur : Don Wight

Mise en page : Don Wight

Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Tirage : 38 500 exemplaires.

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 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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Parlons affaires à Beijing

Beijing — Les sociétés canadiennes qui sont intéressées à explorer les possibilités du marché chinois ont encore le temps de participer à la foire commerciale du Bohai qui se tiendra à Beijing du 29 octobre au 4 novembre prochains.

Coeur industriel de la Chine, le Bohai assure 33% de la production de l'industrie chinoise. Près de la moitié du volume du commerce international de la Chine passe par les installations portuaires de cette région.

La foire commerciale porte sur un certain nombre de projets ou de débouchés dans des domaines où les sociétés canadiennes détiennent un savoir-faire. Il s'agit notamment de l'immobilier (villages touristiques, hôtels, appartements, parcs d'attractions); de l'énergie (charbon, énergie thermique, hydro-électricité, pétrole et gaz naturel); des communications et des transports (routes, aéroports, ports); et de l'industrie (cimenteries, installations sidérurgiques et aciéries; usines de produits de l'automobile).

Pour renseignements, communiquer avec J-Z International Technology and Trading Company, Box 42001, 8307 Oak Street, Vancouver (Colombie-Britannique) V6P 6S6. Tél. : (604) 263-4456. Fax : (604) 321-2366.

Ça mord en Corée du Sud

Pusan — Les exportateurs canadiens d'engins de pêche commerciale et de matériel d'aquaculture et de la lutte contre la pollution des mers sont invités à participer à la foire SEA-TECH 94 qui se tiendra à Pusan, en Corée du Sud, du 1^{er} au 4 novembre prochains.

Jusqu'à présent, 200 sociétés de 12 pays se sont inscrites à cette exposition internationale des pêches et des technologies océanographiques, qui s'annonce comme le plus grand événement commercial à se tenir à Pusan cette année.

Les responsables de l'ambassade du Canada à Séoul, qui sera présente à la foire, estiment que les entreprises canadiennes sont bien positionnées pour pénétrer le marché coréen.

Ils font également valoir que la Corée possède l'une des plus grandes flottes de pêche du monde, que le pays est le deuxième plus grand constructeur naval et qu'il abrite l'une des dix plus importantes compagnies de transport maritime.

On invite les entreprises intéressées à diffuser au stand canadien leur documentation décrivant leurs produits et services.

Pour renseignements, contacter la Direction de la Corée et de l'Asie de l'Est, MAECI, à Ottawa. Tél. : (613) 996-2807. Fax : (613) 966-1248. On peut aussi s'adresser directement à l'ambassade du Canada à Séoul. Tél. : (011-82-2) 796-3310. Fax : (011-82-2) 755-0686/774-6989.

Succès record anticipé au WTM '94

Londres — Une entreprise d'Ottawa coordonne la délégation canadienne au World Travel Market (WTM '94) qui se tiendra du 15 au 17 novembre prochains au centre Earls Court.

La foire WTM a remporté en 1993 un succès sans précédent, attirant 2 971 entreprises venues de 149 pays. L'édition 1994 s'annonce encore plus prometteuse.

La société d'Ottawa Rhéal Leroux et

Associés Inc. fournira aux délégués des services complets de soutien logistique, notamment la réservation de kiosques, les paiements, l'information sur l'hébergement et les réservations.

Pour participer à WTM '94, contacter Rachel Gauthier, agent de projet, Rhéal Leroux et Associés Inc., 37-1010, rue Polytek, Ottawa K1J 9J2. Tél. : (613) 741-9397. Fax : (613) 741-9906.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



PUBLICATIONS

• TROUSSE D'INFORMATION SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN •

La route du succès : Exportation de services vers les États-Unis est une trousse d'information pratique qui comprend trois brochures, un questionnaire sur disquette (pour ordinateurs compatibles IBM) permettant à l'entreprise d'évaluer si elle est prête à exporter, ainsi qu'un vidéo présentant des entrevues avec des exportateurs ayant réussi sur le marché américain, qui parlent des exigences commerciales et législatives qu'il faut connaître avant de commercialiser ses services aux États-Unis.

La trousse est le résultat d'une initiative conjointe du MAECI, d'Industrie Canada et de l'Association des exportateurs canadiens (AEC).

S'adresser à l'AEC, à Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Fax : (613) 563-9218.

• ÉLECTRICITÉ AU MEXIQUE •

Un rapport intitulé **Le marché mexicain du matériel électrique et des services connexes** donne un aperçu du secteur de l'électricité au Mexique et des débouchés commerciaux dans les domaines où les entreprises canadiennes excellent.

L'étude révèle qu'avec une capacité installée d'environ 33 000 MW, le secteur mexicain de l'électricité se classe parmi les 20 plus importants du monde; on s'attend à ce que la consommation d'électricité au Mexique augmente à un

rythme annuel moyen de 6 p. 100 d'ici l'an 2000.

Afin de répondre à la demande, la Commission Federal de Electricidad, organisme responsable de ce secteur, prévoit accroître sa capacité de production de près de 14 000 MW, au coût estimé de 34 milliards \$. À l'heure actuelle, la Commission entend réaliser 3 500 projets de production d'électricité totalisant quelque 20 milliards \$ US.

Contactez Jim Robinson, agent commercial, Direction générale des technologies de fabrication et de transformation, Industrie Canada, 235, rue Queen, Ottawa K1A 0H5. Tél. : (613) 954-3262. Fax : (613) 941-2463.

AU CALENDRIER

Le FITT ou l'art d'exporter

Le **Forum pour la formation en commerce international (FITT)** est un groupement qui offre une formation *principalement* aux petites et moyennes entreprises canadiennes afin qu'elles puissent se lancer sur les marchés extérieurs avec énergie et confiance.

Fondé en mars 1992 par des groupes du milieu des affaires, avec le soutien du gouvernement fédéral, le FITT a pour mandat de favoriser la création de normes nationales en matière de formation en commerce international.

S'adresser au FITT à Ottawa. Tél. : 1-800-561-FITT. Fax : 1 (613) 230-6808.

Vancouver — 21 octobre 1994 — Le troisième petit déjeuner-causerie de la série «*Doing Business in China*» portera sur la façon de se documenter au sujet des occasions d'affaires en Chine et sur les sources d'information disponibles. Communiquer avec le British Columbia Institute for Studies in International Trade. Tél. : (604) 844-1955. Fax : (604) 660-3917.

Toronto — 25 octobre 1994 — **Comment lancer votre entreprise d'import-export par correspondance** est le sujet d'un atelier public de trois heures offert par le Canadian Small Business Institute. Le coût en est de 25 \$. Pour plus de renseignements, tél. : (416) 512-2009; fax : (416) 512-6376.

Chrétien (Suite de la page 1)

été invités à participer à la mission.

Pour de plus amples renseignements sur la *mission commerciale et l'assemblée générale annuelle du Conseil des gens d'affaires Canada-Chine à Beijing*, s'adresser au Conseil. Tél. : (416) 954-

3800. Fax : (416) 954-3806.

Pour tout autre renseignement d'ordre commercial concernant cette visite, contactez William Reid, Direction de la Chine, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-2463. Fax : (613) 943-1068.

InfoCentre

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignements à Infobox, le service de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation

Postage payé / Postage Paid

NBRE BLK

2488574

OTTAWA

DOCS
A1
A
16f
. 12
ov 1,
994
opy 2

CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires étrangères

Vol. 12 N° 18

OCT 31 1994

1^{er} novembre 1994

Les Marchés U.S. de la défense et de l'aérospatiale

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Désormais plus accessibles aux firmes canadiennes

Les entreprises canadiennes des secteurs de la défense et de l'aérospatiale, désirant accroître leur compétitivité dans le secteur de la technologie et du transfert d'information aux États-Unis, peuvent dorénavant se prévaloir d'un programme mis sur pied par le "Department of Defense".

Le Programme Best Manufacturing Practices (BMP) renferme trois éléments principaux : sondages effectués auprès des entreprises, ateliers annuels et un système de poste de travail d'utilisation facile pour les administrateurs de programme.

En ce qui a trait aux participants canadiens, l'élément central du Programme BMP est le poste de travail de l'administrateur de programme.

Le poste de travail est un réseau de

données très vaste qui met à la disposition des administrateurs de programme, des ingénieurs et du personnel travaillant dans l'industrie et du gouvernement une méthode permettant d'identifier et d'éviter les risques dans un programme, et ce, du début à la fin.

Ce programme est conçu pour appuyer toutes les phases d'acquisition, y compris la préparation et l'évaluation des propositions, la conception technique simultanée, l'élaboration de l'examen de projet et les essais. De plus, la base de données du poste de travail renferme une vaste sélection de renseignements relatifs aux politiques et programmes américains, y compris la conversion de la défense, la technologie à double usage, les mesures de protection de l'environnement et l'infor-

mation relative à la mise en oeuvre des CALS.

Les sondages de BMP sont conçus en vue de déterminer et de documenter les techniques non brevetées, c'est-à-dire les meilleures pratiques accessibles à l'industrie. Les sondages sont réalisés sur invitation par une équipe d'ingénieurs et d'experts techniques. Les rapports finals sont entrés dans la base de données du gestionnaire de programme de système de poste de travail d'utilisation facile et sont mis à la disposition des participants au programme.

Le Programme BMP parraine également des présentations, des colloques ainsi qu'une séance de travail annuelle. Ces rencontres offrent la chance aux gestionnaires et aux experts responsables de la production et de la fabrication, dans l'industrie aussi bien que dans le gouvernement, d'échanger des informations, de passer en revue les réalisations et les leçons apprises, et ce, par l'entremise du Programme BMP et d'examiner les solutions à apporter pour régler les problèmes dans l'ensemble de l'industrie.

Le fait d'avoir libre accès au BMP fournira à l'industrie canadienne cer-

(Voir page 8 — Défense)

Mexico : Nouvel appui de la SEE aux exportateurs canadiens

Les entreprises canadiennes, petites ou grandes, désireuses de vendre leurs produits et services au Mexique bénéficieront d'une nouvelle ligne de crédit que la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a établie avec la Banca Serfin, S.A., troisième banque commerciale du Mexique.

Cette ligne de crédit sera un outil très utile aux exportateurs canadiens qui veulent faire des affaires au Mexique, puisqu'elle leur permet d'obtenir du financement pour les transactions d'une valeur de 50 000 à 5 millions \$ US.

«Ce nouveau mécanisme de financement de la SEE est une initiative pratique, orientée vers les résultats, qui aidera les Canadiens à vendre leurs produits et services dans le marché grandissant de la consom-

mation au Mexique, a déclaré le ministre du Commerce international, Roy MacLaren.

M. MacLaren a ajouté que le marché mexicain s'ouvre de plus en plus aux exportateurs canadiens.

«En fait, les exportations canadiennes vers le Mexique au cours des six premiers mois de la mise en oeuvre de l'Accord de libre-échange nord-américain ont augmenté de 24,5% par rapport à la même période l'an dernier.»

Pour renseignements, communiquer avec l'un des huit bureaux régionaux de la SEE, à Halifax, Montréal, Ottawa, Toronto, London, Winnipeg, Calgary et Vancouver.

Le siège canadien de la Banca Serfin est établi à Toronto.

| DANS CE NUMÉRO | |
|----------------------------------|------|
| APPEL D'OFFRES DE L'ÉGYPTE | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES | 3 |
| SUPPLÉMENT COMEXPORT | I-IV |
| FOIRES COMMERCIALES | 5-6 |
| PUBLICATIONS | 6-7 |
| AU CALENDRIER | 8 |

Pommes de terre de semence

L'Égypte lance un appel aux fournisseurs canadiens

Après avoir lancé un appel d'offres international pour la fourniture de 40 000 tonnes de pommes de terre de semence, le ministère égyptien de l'Agriculture se retrouve avec une insuffisance de 11 000 tonnes.

Bien que la date limite de dépôt des soumissions, le 20 septembre 1994, soit maintenant passée, le Ministère annonce qu'il acceptera toute quantité de pommes de terre de semence offerte par des fournisseurs canadiens.

Les agents commerciaux de l'ambassade du Canada au Caire signalent que les prix CF proposés par les four-

nisseurs européens varient entre 546 \$ US et 658 \$ US la tonne.

Les agents commerciaux tiennent en outre à souligner que cette occasion est particulièrement intéressante pour les fournisseurs canadiens, notamment pour les raisons suivantes :

- le Canada a enregistré auprès du ministère égyptien de l'Agriculture quatre variétés de pommes de terre (Kenebec, Atlantic, Shepody et Bélisle);
- les mauvaises récoltes de cette année limitent l'approvisionnement auprès des fournisseurs européens habituels;

• les taux de change actuels jouent en faveur du Canada (par rapport aux devises européennes).

Les autorités égyptiennes pressent les fournisseurs canadiens de pommes de terre de semence de faire leur entrée dans le marché, de manière à aviver la concurrence à l'égard des prix proposés par les fournisseurs actuels.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Magdy Ghazal, agent commercial principal, ambassade du Canada au Caire. Tél. : (011-20-2) 354-3110. Fax : (011-20-2) 356-3548.

Avis à nos lecteurs

A titre de rappel, *CanadExport* aimerait porter à la connaissance de ses lecteurs, qu'il est fortement recommandé que toute demande de publication dans le magazine nous parvienne au moins 5 semaines avant la date de parution souhaitée qui est, en général, le 1^{er} ou le 15 du mois.

C'est le délai minimum requis pour les différentes étapes de production du magazine. Rassurés de votre compréhension, nous vous en remercions à l'avance.

Des prix pour CanadExport et le MAECI!

L'Institut des services d'information (ISI) a décerné récemment à *CanadExport* un prix de mérite dans la catégorie des bulletins.

C'est l'un de plusieurs prix remis au MAECI lors du banquet annuel de l'ISI qui a eu lieu le 30 septembre dernier à l'hôtel Château-Laurier, à Ottawa.

Voici les noms des autres gagnants du MAECI :

- Michael Sage, prix d'excellence dans la catégorie des plans et des stratégies de communications, pour son plan sur

l'Uruguay Round des négociations du GATT;

- Gaston Barban, prix de mérite dans la catégorie des affiches, pour la Conférence internationale sur la population et le développement;
- Christine Pappas, prix d'excellence dans la catégorie des communiqués et des articles, pour son communiqué intitulé «MacLaren Hails World Trade Breakthrough»;
- Amanda Maltby, prix d'excellence dans la catégorie des émissions radiodiffusées, pour «Gambit/La Combine».

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Fondé en 1967, l'ISI est une association professionnelle sans but lucratif qui représente les intérêts des communicateurs de la fonction publique fédérale. L'Institut s'occupe de perfectionnement professionnel et fait la promotion du service et de l'innovation dans les communications fédérales.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

ARABIE SAOUDITE — Un important groupe saoudien aimerait s'associer à un partenaire canadien dans le but d'ouvrir une usine de fabrication de médicaments et de produits pharmaceutiques en Arabie saoudite. Communiquer avec The Experts Co. Ltd., P.O. Box 2110, Djedda 21451, Arabie saoudite. Tél. : (966-2) 653-4585. Fax : (966-2) 682-2387.

ARGENTINE — Une société canadienne établie au Canada et en Argentine peut prêter assistance aux entreprises intéressées par l'Amérique du Sud et l'entrée dans le marché argentin. Elle peut fournir des études de marché et des conseils juridiques, de même que faciliter la recherche et la sélection de distributeurs, l'ouverture de succursales et la création de coentreprises. Communiquer avec Guido Dinelli, Contact Sur Ltd., 7581 Jane Street, Suite 211, Concord, Ontario L4K 1X3, tél. : (905) 738-5809, fax : (416) 744-0788; ou directement avec Carlos Carugo, Monroe 2970, Buenos Aires, Argentine, tél. et fax : 011-541-544-0384.

ARGENTINE — Une grande société de produits laitiers désire acheter 50 tonnes de papier d'aluminium par mois pour la fermeture des pots de yaourt. Les fournisseurs intéressés sont priés d'entrer en contact avec José A. Maltagliatti, Mastellone Hnos. S.A.,

Avda. L.N. Alem 720, 1001 Buenos Aires, Argentine. Tél. : 54-1-311-6206. Fax : 54-1-313-6206.

ESPAGNE — Une société espagnole sollicite les offres de fabricants et exportateurs canadiens de produits de beauté, de produits diététiques (régimes amaigrissants, vitamines) et autres produits de consommation relatifs à la santé ou aux sports (excluant les médicaments). Communiquer avec Daniel J. Ybarra, directeur du marketing, Iberia Farmaceutica, S.A. Calle Mercurio, 3 (P.I. San José de Valderas) 28917 Leganes, Madrid. Tél. : (341) 610-8684. Fax : (341) 612-4557.

ÉTATS-UNIS — Un représentant d'un fabricant du Centre-Atlantique souhaite représenter des producteurs ou exportateurs de moulages sur mesure de mousse structurée servant à la fabrication d'articles pour enfants (toboggans, meubles, palettes, mobilier pour ordinateur et divers types d'armoires ou rangements). Communiquer avec Manuel M. Ellenbogen, agent commercial, ambassade du Canada, Washington DC. Fax : (202) 682-7619.

GABON — Une société établie à Libreville recherche des fournisseurs canadiens de boissons gazeuses et d'ordinateurs et accessoires. Contacter La Commerciale d'Import Export, S.A., B.P. 18178, Libreville, Gabon. Tél. : + (241) 70.23.42/3. Fax : + (241) 70.23.45.

HONGRIE — Un transformateur de viande hongrois recherche des fournisseurs d'envois par conteneur de viande désossée et surgelée de cheval, de bœuf et de porc. Communiquer avec M. Zsolt Goffa, directeur général, Zemplén hus Kft., 3980 Satoraljau-jhely, Berecki u. 1 sz. Tél. : 011-36-47-322-745. Fax : 011-36-47-322-654.

PAYS-BAS — Un importateur-distributeur est intéressé à représenter des fabricants et producteurs canadiens de produits de beauté de qualité (soins du corps, des cheveux et du visage) et de suppléments alimentaires. Communiquer avec W.M.A. van Winsberghe, Mercari Sluis, Pays-Bas. Tél. : 31-1178-62393. Fax : 31-1178-62628.

RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE — Une société chinoise recherche un fournisseur canadien de fil de cuivre dénudé (à au moins 95%) en vue de livraisons régulières de 100 tonnes métriques par mois. Contacter le représentant canadien de cette société, G. Oh, directeur général, Wellelslian Co. Ltd., Unit 11, 7170 Warden Avenue, Markham, Ontario. Tél. : (905) 470-9002. Fax : (905) 470-9986.

TAÏWAN — Une société de Taipei recherche des fournisseurs canadiens de produits alimentaires naturels. Contacter M. E.F. Chou, directeur de l'importation, Cernitin Taiwan Incorporated, 11F, 35, Fu-Hsing N. Road, Taipei. Tél. : 886-2-7509011. Fax : 886-2-7402295.



WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Atlantis Aerospace Corporation, de Brampton en Ontario vient de prendre son envol sur les marchés asiatiques en décrochant deux contrats pour du matériel d'entraînement de vol avec des grandes lignes aériennes d'Extrême-Orient, China Eastern Airlines de la République populaire de Chine et All Nippon Airways de Tokyo. Ces deux entreprises ont chacune commandé un système de guidage et de gestion de vol, la société chinoise ayant acheté en plus un simulateur de vol.

Cinq années de travail acharné et de détermination ont porté fruit pour la société **CANAC/Microtel** de Coquitlam (C.-B.). L'entreprise et son associé malaysien, **SCM Integrated Systems Sdn. Bhd.**, ont décroché un contrat de 46,2 millions \$ du gouvernement de Malaisie, qui prévoit la conception, la livraison, l'installation, l'intégration, l'essai et la mise en service d'un système de contrôle de la circulation maritime dans le détroit de Malacca. Ce système d'avant-garde permettra de rendre la navigation plus sûre dans le détroit en facilitant les mouvements des navires.

Une société établie à Delta en Colombie-Britannique, **Canpack International Manufacturing Ltd.**, a signé un contrat d'exportation de lubrifiants et d'huiles à moteur évalué à plus de 4 millions \$ avec l'entreprise publique chinoise **Shanxi Hualian International General Corporation**. Ce contrat durera quatre ans.

Grâce à un financement de 230 000 \$ US de la SEE, une entreprise établie à Goderich (Ontario) vendra deux niveleuses à une société de construction argentine. **Champion Road Machinery Limited** fabrique et vend des engins de chantier dans le monde

entier. Son chiffre d'affaires devrait atteindre 155 millions \$ cette année.

La société **Fuller-F.L. Smidth Canada Limited** de Scarborough (Ontario) fournira de la machinerie de transformation, du matériel électrique et des services connexes en vue de la construction d'une cimenterie en Chine, grâce à un financement pouvant atteindre 23 millions \$ consenti par la SEE. La capacité de production de la cimenterie atteindra 2 000 t/j. C'est la deuxième fois que la société Fuller exporte en Chine grâce à l'appui financier de la SEE. Cette dernière lui avait consenti plus tôt cette année 23,5 millions \$ pour financer une vente similaire.

Dans le cadre d'un projet de géomatique, la Banque mondiale a accordé un contrat évalué à 1,7 million \$ US à la société canadienne **Geomatics International Inc.**, de Burlington en Ontario. Ce projet a pour but de mettre à jour l'information sur la végétation et l'occupation des sols au Nigeria. L'un des éléments essentiels du projet consiste en l'achat auprès de **RADARSAT International** de Richmond (C.-B.), au coût de 351 000 \$ US, d'une banque de données recueillies par photographie aérienne, radar et satellite entre 1978 et 1994 et portant sur tout le territoire nigérian. Le projet comprend également un important programme de formation et de transfert de technologie qui permettra aux Nigériens d'analyser, de manipuler et de mettre à jour la base de données numériques et d'élaborer des plans de gestion des ressources sur la base des plus récentes informations disponibles.

La société **Ion-Trace**, de Scarborough, a décroché un contrat d'une valeur de 300 000 \$ avec le Laboratoire judiciaire national suédois portant sur

la fourniture de sources d'éclairage **Luma-Lite 2000A** pour l'analyse médico-légale. **Ion-Trace** a été choisie parmi 19 candidats du fait de l'adéquation de son produit et du prix. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 6 millions \$ en 1993, dont 2 millions provenaient de ses ventes à l'exportation.

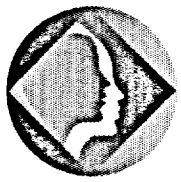
Pyrotech Asphalt Equipment Mfg. Co. Ltd., de North Vancouver, a signé, par l'entremise de son représentant suédois, **Termac AB**, un contrat d'une valeur de deux millions de dollars portant sur la fourniture à l'Administration routière nationale suédoise d'un système de recyclage à chaud de l'asphalte, le **Pyropaver 300E**. Il s'agit du premier système de ce genre fonctionnant virtuellement sans dégagement de fumée.

Bravo SEE

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a remporté le prix canadien de productivité (argent) dans la catégorie des services.

Ce prix souligne la conception et la mise en oeuvre d'un système informatique innovateur utilisé par la Division des assurances à court terme pour analyser et approuver les demandes de crédit des clients. Le nouveau système peut maintenant traiter rapidement un plus grand nombre d'approbations de crédit améliorant ainsi l'efficacité et la satisfaction du client.

Le prix, parrainé par **Maclean Hunter**, **Ernst & Young** et l'Association de la technologie de l'information du Canada, récompense chaque année les organisations qui excellent dans les applications de la technologie de l'information.



TELECOM Afrique au pays du sphinx et des pyramides

TELECOM Afrique 94 est la troisième conférence régionale de l'Union internationale des télécommunications (UIT) organisée en Afrique. Résultat de la collaboration poussée de l'UIT et de la République arabe d'Égypte, elle s'est déroulée du 25 au 29 avril 1994, au Caire. Le pays des pharaons fut alors le témoin d'une exposition-conférence sur les télécommunications modernes; les participants en ont appris davantage sur les besoins du marché africain et, plus particulièrement, sur l'actualité dans le domaine des télécommunications dans le Moyen-Orient.

La délégation canadienne comptait un cinquantaine de personnes représentant 7 sociétés exposantes (CANAC Telecom, NovAtel, Spar-Comstream, Glenayre Electronics, SR Télécom, Mitel et Gandalf) et 9 autres sociétés (Incospec Électronique, TX/Communications, CANAC-Microtel, Ségibel Canada, CTI Datacomm, Fineline Technologies, Newbridge Networks, Téléglobe Canada et Pan African

Consultants) qui voulaient se familiariser avec les possibilités en Afrique en rayonnant à partir du stand canadien. Plusieurs des conférenciers invités étaient des experts canadiens.

Avec l'aide de l'ambassade du Canada au Caire, Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ont organisé une séance d'information pour les délégués canadiens dans le but de les mettre au courant des dispositions les plus récentes, de leur offrir de l'information et de favoriser les relations d'affaires. De fait, plusieurs membres de la délégation canadienne ont trouvé des participants qui partageaient leurs intérêts, entraînant l'élaboration de projets communs dans les jours qui ont suivi.

Plus de 250 distingués visiteurs de nombreux pays ont assisté à une réception offerte par l'ambassadeur du Canada et par le directeur général de la Réglementation des radiocommunications (Industrie Canada), à la résidence de l'ambassadeur.

L'UIT a indiqué que la conférence TELECOM Afrique 94 a été la plus réussie de toutes celles qu'elle a organisées : plus de 800 délégués, notamment 40 ministres et plus de 200 hauts fonctionnaires, et environ 200 exposants.

Nos entrevues subséquentes avec les délégués canadiens ont révélé qu'ils sont tous très satisfaits de leur participation à TELECOM Afrique 94, qui a dépassé les attentes de la plupart. Signalons aussi que le Canada a été bien visible, recevant de l'excellente publicité, notamment un article dans la revue *Jeune Afrique* sur les entreprises canadiennes de télécommunications et leurs capacités.

Le prochain grand congrès commandité par l'UIT, TELECOM 95, est considéré comme la « Coupe du Monde » des conférences sur les télécommunications; il aura lieu en octobre 1995, à Genève, en Suisse. On prévoit que le Canada y sera représenté par plus de 200 spécialistes des télécommunications et autres intéressés.

UIT : Plan d'action de Buenos Aires sur le développement des télécommunications

La première Conférence mondiale sur le développement des télécommunications organisée par l'UIT, depuis la création de son Secteur du développement des télécommunications, a eu lieu à Buenos Aires, en Argentine, du 21 au 29 mars 1994. Y ont pris part des ministres et des hauts fonctionnaires de 133 pays membres de l'UIT, des représentants de 31 organismes ou agences et de nombreux représentants d'entreprises privées.

Cette conférence visait à faire le point sur le développement des télécommunications depuis la publication du rapport de la Commission indépendante sur le développement mondial des télécommunications, *Le chaînon manquant*, en décembre 1984; à fixer des objectifs pour les années qui nous séparent de l'an 2000 et à établir un mandat et des stratégies communes favorisant un développement équilibré des télécommunications d'ici la fin du siècle et après; enfin, à approuver un plan

d'action devant transformer les objectifs convenus en un programme d'actions tangibles pour les quatre prochaines années, plan qui ferait la distinction entre les priorités de l'UIT et les domaines de coopération avec des partenaires du Secteur du développement des télécommunications.

*Suite à la page II —
Buenos Aires*

La Corée se prépare en vue de la câblodistribution

La Corée du Sud sera câblée au début de 1995. La structure retenue comptera trois niveaux : les fournisseurs d'émissions, les exploitants de réseaux de communication et les exploitants de systèmes. Au début, le câble offrira 27 canaux, soit les 5 réseaux actuels, 20 nouveaux fournisseurs d'émissions et 2 canaux réservés à l'information et au gouvernement.

Certains croient que le marché total de matériel nécessaire atteindra 6,5 milliards de dollars canadiens, un milliard étant requis en 1994. Les 20 fournisseurs d'émissions, qui ont un pouvoir d'achat considérable, ont besoin de studios bien équipés, notamment pour le doublage et le mixage. Les six exploitants de matériel de transmission (des filiales de grandes sociétés) possèdent la plupart des technologies et des appareils de transmission nécessaires. Les 50 exploitants de réseaux, par contre, ont un urgent besoin (pour 1994) de matériel d'une valeur approximative de 3,5 millions de dollars.

Le gouvernement de la Corée privilégie la production locale du matériel nécessaire à son industrie de la

câblodistribution; elle voudrait que de 60 à 80 p. 100 du matériel soit acheté de sources locales. On interdira notamment l'importation de produits comme ceux fabriqués localement. Cela dit, le marché ouvert aux importateurs sera quand même intéressant, et des entreprises canadiennes pourraient participer de bien des manières aux efforts locaux. En effet, pour pouvoir fabriquer les composantes nécessaires dans des délais si courts, les entreprises coréennes devront obtenir sous licence des technologies de l'étranger. Enfin, les produits de fabrication locale contiendront beaucoup de composantes importées.

La Corée a donc grand besoin de matériel de câblodistribution, ce qui ouvre d'intéressantes possibilités pour certaines entreprises canadiennes. L'ambassade du Canada, à Seoul, a d'ailleurs préparé deux études intitulées *Korean Cable Television Product and Services Market* et *Cable Television Programming Market*. Pour en obtenir un exemplaire, voir Renseignements, page IV.

Colloque sur les télécommunications rurales pour les Amériques

On prépare actuellement un colloque sur les télécommunications rurales qui aura lieu à l'administration centrale de Telebras, à Brasilia, au Brésil, dans la semaine du 28 novembre 1994. Avec la coordination de SR Télécom, plusieurs entreprises canadiennes (Sasktel, Téléglobe, Mitel et Spar) collaborent de près avec des représentants du gouvernement fédéral et de l'Union internationale des télécommunications afin d'orienter le colloque sur le thème des besoins des pays de l'Amérique latine et des Antilles. D'importants décideurs de ces pays assisteront au colloque d'une semaine. On y examinera, à l'aide d'études de cas, différentes technologies de réseau, des questions de politiques et de réglementation, la dimension économique des télécommunications rurales, etc. Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour en connaître davantage sur les conférences en télécommunications, voir Renseignements, page IV.

Buenos Aires (suite de la page 1)

L'assemblée a adopté la Déclaration de Buenos Aires, le Plan d'action de Buenos Aires pour le développement mondial des télécommunications ainsi qu'un certain nombre de résolutions et de recommandations. La Déclaration, qui s'adresse aux gouvernements, met en lumière l'orientation des télécommunications (selon les résultats de la Conférence); elle contient le mandat et les objectifs à réaliser d'ici l'an 2000.

Les résolutions et les recommandations guideront le Secteur du développement des télécommunications dans son activité. Certaines correspondent à de grands objectifs qui ne pourront être atteints qu'en conjuguant plusieurs éléments qui échappent au contrôle d'une seule entité.

Au cours de l'allocation de clôture, le secrétaire général de l'UIT, Pekka Tarjanne a déclaré que « l'UIT peut être fière

d'avoir préparé le terrain en prévision de l'autoroute de l'information, qui finira par unir l'humanité, assurant l'universalité d'accès aux trésors d'informations et de connaissances du monde ».

Le Canada est en train de créer un mécanisme consultatif gouvernement-industrie en rapport avec sa participation aux travaux du groupe d'études UIT-D et, plus particulièrement, avec le programme de travail du Bureau pour le développement des télécommunications. Les entreprises canadiennes qui veulent trouver des moyens d'étendre leurs relations avec les pays en développement devraient sérieusement étudier les avantages qu'il y a à collaborer avec le Secteur du développement des télécommunications de l'UIT. Pour obtenir plus de renseignements, voir Renseignements, page IV.

Le partenariat russo-canadien SovCan Star

SovCan Star, un partenariat de sociétés canadiennes et russes, réunit les satellites de télécommunications occidentaux, ceux des canadiennes Spar Aérospatiale et COM DEV, et les meilleurs bus ainsi que les meilleures installations de lancement, ceux des sociétés russes NPO PM et Khrunitchev. SovCan Star mettra en orbite et exploitera cinq satellites géostationnaires qui formeront un réseau mondial pour les communications téléphoniques et pour la transmission de données et de signaux vidéo. Chaque satellite sera muni de 24 répéteurs ayant une largeur de bande de 54 mégahertz dans la bande Ku, et de quatre faisceaux étroits orientables. Leur vie utile devrait dépasser dix ans.

Pour vous aider à apprécier les atouts de SovCan Star, voici la description de ses principaux partenaires.

De Russie

- **La société d'État NPO PM** est le plus grand fabricant russe de satellites de télécommunications, de radiodiffusion, de navigation et d'applications géodésiques. Forte de plus de 30 ans d'expérience (conception, essais, fabrication et gestion de programme), elle a été l'entrepreneur principal de plus de 30 programmes spatiaux, entre autres ceux des satellites de communications Molniya, Raduga, Gorizont, Ekran, Loutch et Radio; des satellites de navigation Tsikada et Glonass; des satellites géodésiques Geo-1k et Etalon; et des satellites-sondes pour les recherches en haute altitude et dans l'ionosphère. NPO PM participe actuellement à différents programmes de satellites de télécommunications et de télévision, Gals, Gelikon, Express et Arcos en particulier. Du côté des mises en orbite, la feuille de route de NPO PM est l'une des meilleures de l'industrie.
- **Le ministère des Postes et des Télécommunications de Russie (MPT)** est l'autorité dans le domaine des télécommunications; géant 23 millions de lignes de téléphone, il a reçu le mandat de doubler ce nombre d'ici l'an 2000. Ayant un immense besoin de circuits interurbains, il a accepté de soutenir SovCan Star au moyen d'une entente sans précédent qui prévoit des échanges de services. En effet, si le MPT n'est pas actionnaire de SovCan Star (la loi ne le lui permet pas), son soutien en nature offre un excellent exemple de réciprocité entre organismes russes et occidentaux, réciprocité qui permettra à des entreprises de l'Ouest d'aider à répondre aux besoins télécommunicationnels internes de la Russie.
- **L'Agence spatiale russe (ASR)**, l'autorité dans le domaine des activités spatiales de la Russie, a accepté de devenir l'un des principaux actionnaires de SovCan Star. L'ASR versera toute la contribution financière russe pour SovCan Star et assurera les cinq lancements nécessaires. La participation de l'ASR (de même que celle du MPT) dénote toute la confiance qu'on a à l'égard de SovCan Star et révèle clairement l'importance du projet pour les télécommunications de la Fédération russe.
- **D'autres actionnaires russes** : Intersputnik (organisme intergouvernemental spécialisé dans le lancement de satellites), Informcosmos (qui s'occupe des besoins satcom de la Russie) et RSCC (la société d'exploitation des satcom russes).

Du Canada

- **COM DEV Ltd.**, une société privée sise à Cambridge, en Ontario, est le plus grand fournisseur de sous-systèmes de multiplexage, de commutation et de traitement informatique à bord de satellites de communications; elle répond à plus de 65 % des besoins du monde occidental. Au fil des ans, elle a participé à 67 programmes spatiaux internationaux. Plus de 150 satellites contiennent des commutateurs et des multiplexeurs fabriqués par COM DEV.
- **Spar Aérospatiale Ltée** est une société publique canadienne dont la réputation internationale en technologies spatiales de pointe n'est plus à faire. C'est un des chefs de file mondiaux pour la conception, la mise au point et la fabrication en robotique spatiale (le bras spatial canadien) ainsi qu'en matière de satellites de télécommunications (Anik), d'observation terrestre (Radarsat) et de réseaux terriens (publics et privés) de communications par satellite. Spar est la plus grande entreprise canadienne de technologies spatiales active sur les marchés mondiaux, offrant la gamme complète de matériel nécessaire pour un réseau de télécommunications.
- **Le gouvernement du Canada** a toujours appuyé le partenariat SovCan Star.
- **D'autres actionnaires canadiens** : Cancom Telecommunications Inc., un fournisseur de services de télécommunications, et General Discovery, une société spécialisée dans le commerce russo-canadien. Les responsables de SovCan Star cherchent actuellement à faire augmenter les investissements de source occidentale.

Les partenaires ci-dessus garantissent en quelque sorte, par leurs réputations et par leur engagement à l'endroit du projet, la qualité, le rendement et la fiabilité des communications satellitaires SovCan Star, qui égaleront ou dépasseront les meilleures performances actuelles.

Si 36 répéteurs ont été réservés au ministre des Postes et des Télécommunications pour les besoins télécommunicationnels de la Russie, 84 autres pourront être affectés aux besoins nationaux ou internationaux des pays de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est, de l'Afrique et du Moyen-Orient, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud, de l'Asie-Pacifique et de l'Australasie. Les 20 faisceaux orientables d'un satellite permettront à de nombreux pays en développement de se servir de SovCan Star pour créer leur propre miniréseau de communications; les satellites pourront aussi assurer des liaisons de télévision ainsi que les transmissions téléphoniques, données et vidéo de clients uniques ou multiples. Fort de la compétitivité de ses prix et de son excellence technique, SovCan Star cherche à occuper de 5 à 7 % du marché.

Les deux premiers satellites, qui seront mis en orbite par 14 degrés de longitude ouest et 145 degrés de longitude est, au cours du dernier trimestre de 1997 et du premier de 1998, serviront les régions du Pacifique et de l'Atlantique respectivement. Environ un an plus tard, les trois autres satellites seront mis sur orbite géostationnaire entre les deux premiers.

Qui assistera à INTER COMM 95 ?

Les délégués commerciaux du Canada qui sont responsables du secteur des télécommunications dans 15 villes américaines ont indiqué leur intention d'assister à INTER COMM 95, qui aura lieu du 20 au 23 février 1995, à Vancouver, en Colombie-Britannique. Les représentants d'entreprises canadiennes de télécommunications pourront donc les rencontrer afin de parler de ventes et de débouchés commerciaux. Le temps de planifier vos rencontres est venu ! Prenez l'initiative de les appeler afin de prendre rendez-vous la semaine d'INTER COMM 95 !

| | | |
|-------------------------------|---------------------|----------------|
| Manuel Ellenbogen | Washington, D.C. | (202) 682-1740 |
| Steve Flamm | Atlanta, Ga. | (404) 577-6810 |
| Michael Rooney | Boston, Ma. | (617) 262-3760 |
| Mary Mokka | Buffalo, N.Y. | (716) 858-9500 |
| Natalie Cornell | Chicago, Il. | (312) 616-1860 |
| Gordon MacLennan | Dallas, Tx. | (214) 922-9806 |
| Ralph Reich | Detroit, Mi. | (313) 567-2085 |
| Jeffrey Gray | Los Angeles, Ca. | (213) 346-2700 |
| Charles McGriff | Minneapolis, Mn. | (612) 333-4641 |
| Don Garretson | New York City, N.Y. | (212) 596-1600 |
| Douglas McCracken | Seattle, Wa. | (206) 443-1777 |
| Steve Pickens | Cincinnati, Oh. | (513) 762-7655 |
| John Pearce | Pittsburgh, Pa. | (412) 392-2308 |
| Michael Siewecke | San Jose, Ca. | (408) 289-1157 |
| Michael Stinson/Larry McJanet | San Diego, Ca. | (619) 546-4467 |

Corée du Sud : Libéralisation du marché des réseaux à valeur ajoutée

Le ministère des Communications (MC) de la Corée du Sud vient d'annoncer une nouvelle vague de libéralisation de son marché des réseaux à valeur ajoutée (RVA), à l'intention des entreprises entièrement étrangères. Dorénavant, il ne sera plus nécessaire d'obtenir la permission de l'État avant de mettre sur pied un RVA. La revente de services téléphoniques sur des lignes de données sera autorisée pourvu que des données accompagnent la composante téléphonique. Le MC va aussi permettre l'achat et la revente de capacité de transmission de données ainsi que la location de lignes de données des fournisseurs de services mobiles. Enfin, on permettra aux entreprises étrangères de constituer et d'exploiter leurs propres réseaux de commutation de paquets.

Ces éclaircissements donneront une plus grande marge de manoeuvre aux sociétés canadiennes qui fournissent des services de RVA, en plus de réduire ce qu'il en coûte, sur le plan administratif, pour se lancer sur le marché coréen des RVA. De fait, la Corée a promis de lever presque toutes les restrictions de quelque importance dans ce secteur; il ne lui reste qu'à mettre en oeuvre ces excellentes intentions. Pour obtenir un exemplaire de *Korean Value Added Network Regulation Clarifications* ou plus de renseignements, veuillez voir l'encadré Renseignements.

RENSEIGNEMENTS

ComExport est un supplément de *CanadExport* publié en français et en anglais par la Division des télécommunications internationales d'Industrie Canada. La réimpression des articles qu'il contient est autorisée pourvu qu'on en indique la source (ComExport).

Pour obtenir plus de renseignements sur l'un ou l'autre des sujets traités, se mettre en rapport avec :

Industrie Canada

Division des télécommunications internationales

Tél. : (613) 990-4214

Télex : (613) 990-4215

Keith Chang *Directeur*
(613) 990-4238

Hélène Cholette-Lacasse *Russie et nouveaux États indépendants*
(613) 998-4478

Patrick Julien *Afrique et Europe de l'Est*
(613) 990-4211

Sinclair Volk *Moyen-Orient et Europe de l'Est*
(613) 990-4216

Lloyd Johnson *ASEAN, Australie et Pacifique Sud*
(613) 990-4213

Kathleen Donohue *Nord et Est asiatiques*
(613) 990-4232

Roger Wainwright *États-Unis, Amérique du Sud et Amérique latine*
(613) 998-0416

Affaires étrangères et Commerce international Canada

Division de l'expansion du commerce en Asie de l'Est

Tél. : (613) 992-7359

Télex : (613) 943-1068

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Un rendez-vous constructif

Toronto — Toronto accueillera du 30 novembre au 2 décembre prochains la plus importante foire annuelle du Canada dans le secteur des matériaux et technologies de construction, de rénovation et de réaménagement.

Construct Canada 1994 donne l'occasion aux visiteurs étrangers de découvrir les technologies et les systèmes canadiens de construction et d'entrer en contact avec les principaux spécialistes canadiens dans les secteurs de l'immobilier, du bâtiment, de l'architecture et du génie.

Jusqu'à maintenant, des délégations venant de la République tchèque, de Slovaquie, de Pologne, du Mexique et de la République populaire de Chine ont confirmé leur participation.

À l'occasion de **Construct Canada** se déroulent des foires secondaires : **PM Expo**, **CIDC** (conception et construction intégrées par ordinateur) et **The Real Estate Show**, salon de l'immobilier.

La foire de Toronto est considérée comme le lieu de rencontre par excellence de l'industrie canadienne du bâtiment et accueille plus de 750 exposants de produits, de matériaux et de technologies de construction; elle porte aussi sur le réaménagement et la rénovation des maisons, des immeubles de bureaux, des bâtiments industriels et institutionnels et comporte des sections thématiques sur les technologies du béton, du bois, des toitures, de la gestion énergétique, de la sécurité et de la construction résidentielle.

Plus de 100 séminaires et conférences sont prévus au programme. De plus, un Centre international d'affaires sera chaque jour au service des visiteurs étrangers qui aimeraient entrer en contact avec des exposants, des

associations sectorielles, des entrepreneurs ou d'autres spécialistes canadiens du bâtiment.

Construct Canada a accueilli depuis 1989 des visiteurs provenant du monde entier, notamment d'Australie, de Grande-Bretagne, de la République

tchèque, de France, d'Allemagne, d'Indonésie, d'Italie, du Mexique, des Pays-Bas, de la République populaire de Chine, de Corée du Sud, d'Espagne, de Suède et des États-Unis.

Pour renseignement, tél. : (416) 869-1156 ou fax : (416) 869-1660.

Intercom 95 : De nouveaux horizons

Vancouver — Reconnue à l'étranger comme le plus important événement canadien du secteur des télécommunications, l'exposition-conférence **INTER COMM 1995** se tiendra à Vancouver du 20 au 23 février prochains.

Les quelque 400 stands que comptera cette année l'exposition présenteront une vitrine de tout ce qu'il y a de plus récent dans le domaine des produits et services de télécommunications, un accent tout particulier étant placé sur les marchés du littoral du Pacifique : l'Amérique du Nord, la région Asie-Pacifique et l'Amérique latine.

Le programme de la conférence prévoit une quarantaine de séances plénières et nombre de séries d'ateliers auxquels s'adresseront une centaine de conférenciers éminents. Les travaux de la conférence porteront sur les thèmes des nouvelles technologies et de leurs applications, des questions de réglementation et de politiques, ainsi que des tendances des marchés et des économies du monde entier.

Pour renseignements, communiquer avec le bureau d'**INTER COMM 1995**, 500-1190 Melville Street, Vancouver, C.-B. V6E 3W1. Tél. : (604) 669-1090. Fax : (604) 682-5703.

Singapour : 2 salons des hydrocarbures

Pour obtenir de plus amples détails, communiquer avec : UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Offshore SouthWestAsia94 - Du 6 au 9 décembre 1994 - Le Dixième salon-colloque présentera les technologies de forage et les méthodes fond de trou, le matériel de construction et d'ingénierie, la technologie d'exploration et de production; la technologie géologique, géophysique et d'évaluation de gisement; le matériel de traitement des gaz; le matériel et les services

nautiques; les produits et services de sécurité et antipollution.

Refining, LNG & Petrochem-Asia94 - Du 6 au 9 décembre 1994 - Le Deuxième salon international asiatique du raffinage, du gaz naturel liquéfié et de la technologie pétrochimique présentera le matériel du génie des pipelines, le matériel et systèmes pour instruments et contrôle, l'équipement de production d'énergie, les systèmes et le matériel de sécurité; les systèmes et le matériel du génie de l'environnement, le matériel de pipeline, les systèmes et le matériel de contrôle des procédés.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

La méditerranée : un bassin à usages multiples?

Nicosie — Nicosie sera l'hôte en mars 1995 d'une exposition-symposium internationale sur les techniques de l'eau dans le bassin méditerranéen.

Watertech Mediterranean 1995 présentera les technologies et le savoir-faire les plus récents aux décideurs responsables de l'approvisionnement en eau et du traitement des eaux. Cette foire dont le programme comporte également des ateliers techniques et des visites de projets à Chypre donnera aux entreprises une excellente occasion de démontrer leur savoir-faire à des spécialistes des pays de la région, dont le Liban, la Syrie, Israël, la Tunisie, la Grèce, l'Égypte, la Jordanie et les États du golfe Persique.

Watertech Mediterranean 1995 intéressera particulièrement les entreprises qui fournissent du matériel et des services dans les domaines suivants : irrigation, approvisionnement en eau des industries et des ménages, drainage, dessalement, conservation de l'eau, dépollution, lutte contre les inon-

dations, régulation du climat, évacuation des eaux usées, etc.

Watertech Mediterranean 1995 est organisée par l'Administration des foires commerciales de Chypre et la Foire internationale de Bruxelles.

Les sociétés qui désirent y participer

doivent s'adresser à l'Administration des foires commerciales de Chypre (télé. : 357-2-352316). Le personnel de la Division commerciale de l'ambassade du Canada à Tel Aviv, en Israël, peut également leur prêter assistance. Fax : 972-3-527-2929.

Washington accueille BioEast 1995

Washington, D.C. — Tous les principaux intervenants et gens d'influence du secteur de la biotechnologie convergeront sur la capitale américaine, du 9 au 12 janvier 1995, pour assister à Bio East 1995, conférence-exposition organisée par Genetic Engineering News.

La conférence présentera des ateliers techniques et des séances d'information qui porteront sur les questions intéressant le secteur : recherche, procédés biotechnologiques, aspects d'ordre réglementaire et commercial. Les entreprises et les associations du secteur de la biotechnologie, ainsi que des représentants des organismes de développement économique, seront au nombre des exposants et participants à Bio East.

Le Bureau de promotion du commerce et de l'investissement de l'ambassade du Canada à Washington ne participera pas directement à l'événement. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Manuel M. Ellenbogen, agent commercial, ambassade du Canada à Washington. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

PUBLICATIONS

L'environnement de l'Argentine

Une étude du marché argentin des services, de l'équipement et des matériaux destinés au secteur de l'environnement a pour objet de fournir de l'information sur les débouchés commerciaux dans le domaine de la protection de l'environnement en Argentine. On y trouvera une liste des entreprises et des organismes argentins qui ont besoin de services et de matériel dans ce domaine. L'étude est un outil qui favorisera les contacts entre les entreprises et organismes canadiens et

argentins. Pour se procurer un exemplaire (code 130LA), s'adresser à InfoCentre (voir l'encadré au bas de la page 8).

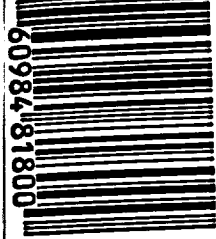
Le "Bottin International"

La maison d'édition "Québec dans le monde" s'appête à publier son édition 1995 du "Bottin International". Ce bottin fournit des renseignements sur les champs d'intervention, les pays d'intérêt ainsi que les coordonnées d'intervenants québécois, tel les exportateurs, les maisons de commerce, les firmes d'expert-conseils, etc. Les frais d'in-

scription dans le bottin sont de 40 \$ et la date limite d'inscription est fixée au 15 décembre 1994. Pour renseignements complémentaires, communiquer avec *Québec dans le monde* par téléphone : (418) 659-5540 ou par fax : (418) 659-4143.

L'agroalimentaire au Venezuela

Préparé par la section commerciale de l'ambassade canadienne du Canada au Venezuela, le *Guide de l'exportateur canadien sur le commerce dans le marché vénézuélien agroalimen-*



PUBLICATIONS

taire présente des renseignements généraux et des statistiques commerciales concernant le Venezuela, des informations sur le secteur et le marché de l'agroalimentaire au Venezuela, et une liste des principaux contacts dans le domaine de l'agroalimentaire.

Les conditions climatiques et les terres du Venezuela conviennent bien à l'agriculture, particulièrement à la culture du maïs, du café, du cacao, du coton, du riz, des graines de sésame, du tabac et de la banane plantain, ainsi qu'à l'élevage du bétail. L'infrastructure de l'industrie agro-alimentaire vénézuélienne est probablement la meilleure d'Amérique latine. La région des Antilles offre également de nombreuses possibilités aux exportateurs canadiens de produits alimentaires à forte valeur ajoutée et de boissons alcoolisées, à cause de l'expansion du secteur de l'hôtellerie et de la restauration dans la région. Le guide, numéro de code 142LF, est disponible auprès d'InfoCentre, MAECI, Ottawa. Tél. : 1-800-267-8379 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Le poisson au Japon

Le MAECI vient de mettre en circulation un nouveau rapport intitulé *Lignes directrices à l'intention des exportateurs canadiens de poisson 1994 : Japon* (code 120CB). En plus de donner un aperçu général du marché japonais du poisson, le guide fournit des renseignements commerciaux sur le secteur, susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens.

Pour se procurer un exemplaire, contacter InfoCentre au 1-800-267-8376 (à Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Les rapports de Berlin

Deux études ponctuelles sur les possibilités commerciales en Allemagne, réalisées par le consulat général du

Canada à Berlin, sont maintenant disponibles auprès du MAECI.

Ces rapports sont intitulés : *Apparel and Footwear Retailers in Berlin and the New German States* et *Cosmetics, Toiletry and Fragrance Retailers in Berlin and the New German States*.

Chaque rapport comprend un aperçu général du marché de la ville de Berlin et des nouveaux länder, des données sur les entreprises du domaine, un compte rendu des normes et des règlements, ainsi que des listes des foires commerciales spécialisées et des associations sectorielles.

Pour obtenir un exemplaire, communiquer avec John F. Dierckx, délégué commercial, Secrétariat de la liaison sectorielle, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 992-7882. Fax : (613) 943-8820.

Chantiers navals finlandais

Les fournisseurs canadiens du domaine naval auraient tout intérêt à faire connaître leurs compétences auprès des constructeurs navals finlandais. Pour maintenir sa compétitivité, l'industrie finlandaise cherche à acquérir de la machinerie et de nouvelles technologies des matériaux ainsi qu'à conclure des accords de partenariat et de transfert technologique.

Que les fournisseurs canadiens profitent des occasions (le carnet de commandes des chantiers navals finlandais atteint une valeur globale de plus d'un demi-milliard de \$ CAN), voilà l'une des recommandations d'un nouveau rapport sur l'industrie finlandaise de la construction et de la réparation navale.

Compilé à la suite de visites des chantiers navals finlandais et de rencontres avec des fonctionnaires et des représentants des associations sectorielles, ce rapport préparé par l'ambassade du Canada à Helsinki brosse un tableau complet de l'industrie navale en Finlande et des tendances qui s'y manifestent.

L'étude, disent les auteurs, vise à

fournir des informations utiles, à caractère pratique, dont les fournisseurs canadiens profiteront. Les auteurs soulignent l'importance qu'il y a pour les intervenants canadiens de donner suite à leur correspondance d'affaires par des appels téléphoniques ou même des séjours en Finlande — les contacts personnels sont le facteur déterminant quand il s'agit de conclure une affaire avec un interlocuteur finlandais.

Pour se procurer un exemplaire, s'adresser à l'InfoCentre du MAECI. Voir l'encadré en page 8.

L'environnement philippin

La prise de conscience croissante des dommages causés à l'environnement aux Philippines, en particulier dans les centres urbains où l'industrialisation s'accélère, a poussé les secteurs public et privé à prendre des mesures de nature à améliorer la qualité de l'environnement urbain. En corollaire s'est intensifiée la demande pour les services d'experts-conseils en environnement et pour les produits de lutte contre la pollution.

Une étude de marché préparée par l'ambassade du Canada à Manille fournit des informations détaillées sur la situation actuelle du secteur : Gestion des déchets solides; protection de la qualité de l'eau et épuration des eaux usées; élimination des déchets toxiques et des déchets dangereux; protection de la qualité de l'air; dépollution des sites miniers et gestion des résidus miniers

On y trouvera aussi des renseignements sur le cadre législatif philippin ainsi que les noms et adresses de personnes-ressources dans divers secteurs.

Pour se procurer un exemplaire de l'étude, contacter la section commerciale de l'ambassade du Canada à Manille, par téléphone au (632) 810-8861 ou par fax au (632) 810-1699.

AU CALENDRIER

Longueuil — 8 novembre 1994 — **Les nouvelles règles américaines à la frontière.** Différents sujets seront abordés au cours de cet atelier, notamment la façon de se prévaloir des dispositions de la Customs Modernization Act et de ses règlements d'application, les étapes prescrites pour respecter les formalités douanières d'entrée des marchandises aux États-Unis et les nouvelles exigences des Douanes américaines en matière de marquage du pays d'origine. Communiquer avec Louise Côté, Association des exportateurs canadiens, à Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Fax : (613) 563-9218.

Québec — Du 9 au 11 novembre, se déroulera un colloque international sur le thème "**Partenariat d'entreprises Nord-Sud: nouveaux modes de coopération et/ou processus de gestion stratégique**". Le colloque qui abordera les enjeux de la mondialisation des marchés, réunira des gens d'affaires, des universitaires ainsi que des organisations internationales. Communiquer avec Marie-André Bertrand, coordonnatrice. Tél. : (418) 656-2131. Fax : (418) 656-3337.

Ottawa — 10 novembre 1994 — Un cours en **Commercialisation à l'exportation**, offert en 12 soirées sur une période de six semaines, vise à informer les participants au sujet des conditions de la concurrence internationale pour les produits et les services canadiens, des différentes formes de financement à l'exportation et de la marche à suivre pour y avoir accès,

ainsi que des divers programmes et services de soutien offerts par les gouvernements fédéral, provinciaux, territoriaux et régionaux. Le coût en est de 450 \$ (+ TPS). Communiquer avec S. Chidambaram, directeur de projet, Unaaq Inc., Ottawa. Tél. : (613) 234-4550. Fax : (613) 234-4317.

Ottawa — Un colloque sur le **droit commercial international** aura lieu le 15 novembre à la Faculté de droit de l'Université d'Ottawa. Organisé par le Centre de droit et de politique commerciale, un organisme créé par le ministère des Affaires étrangères et la Faculté de droit de l'Université d'Ottawa, ce colloque portera sur les démarches entreprises par divers intervenants au Canada, aux États-Unis et au Mexique pour harmoniser la réglementation relative au transport routier dans les trois pays. Le colloque s'adresse aussi bien aux juristes qu'aux gens d'affaires et aux fonctionnaires. Communiquer avec Mme Raymonde Gour-Tanguay. Tél. : (613) 564-4953. Fax : (613) 564-9889.

Défense (Suite de la page 1)

tains avantages concurrentiels, y compris une plus grande visibilité sur le marché américain, un accès plus rapide à de l'information portant sur l'industrie et le gouvernement américain, et la capacité de faire partie d'un réseau qui regroupe des milliers de participants américains des secteurs gouvernementaux, universitaires et industriels.

À compter de novembre 1994, les

Toronto — 16 et 17 novembre 1994 — Plus de 2 000 visiteurs, négociants, gestionnaires, experts-conseils et représentants des ventes sont attendus à **Security Canada Central 1994**, foire sectorielle qui présentera une série de conférences et attirera plus de 150 exposants venant de partout en Amérique du Nord. Communiquer avec les organisateurs, l'Association des systèmes d'alarme et de sécurité, à Markham, Ontario. Tél. : (905) 513-0622. Fax : (905) 513-0624.

Vancouver — 22 novembre 1994; **Calgary** — 23 novembre 1994 — **Exporter des produits et services de soins de santé au Mexique**, voilà le thème de deux séminaires qui auront lieu à Vancouver et à Calgary. Communiquer avec Michelle Hesserland, B.C. Trade Development Corporation, à Vancouver, tél. : (604) 844-1900. À Calgary, la personne-ressource est Phil MacKinnon, ministre du Développement économique et du Tourisme de l'Alberta, tél. : (403) 427-4809.

représentants de l'industrie seront invités à participer à des colloques régionaux, conçus pour favoriser une alliance industrielle et gouvernementale canadienne avec le BMP.

Pour de plus amples renseignements sur le BMP, communiquer avec Michele Lyons, Ministère de la Défense nationale. Tél. : (613) 945-0064. Fax : (613) 995-2305.



L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignements à Infotax, le service de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE BLK
2488574
OTTAWA

L'Alliance coopérative de marketing à l'aide des exportateurs de produits alimentaires à valeur ajoutée

Les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes qui veulent exporter leurs produits alimentaires à valeur ajoutée ont maintenant un nouvel outil à leur disposition.

Il s'agit de l'Alliance coopérative de marketing et d'exportation du Canada (ACMEC), organisme sans but lucratif réunissant des PME qui mettent leurs ressources en commun afin d'accroître leurs exportations de produits alimentaires à valeur ajoutée aux États-Unis et

ailleurs dans le monde.

Outre la promotion des exportations, l'ACMEC fournit à ses membres des services qui leur permettent :

- de mieux comprendre les marchés extérieurs;
- de lancer à l'étranger des produits fabriqués au Canada; et
- d'être plus compétitifs dans les marchés extérieurs.

L'ACMEC, qui cible dans un premier temps le marché de la Floride, s'est

aussi donné pour objectif d'aider les exportateurs à surmonter certaines des difficultés qu'ils auront signalées.

Parmi ces difficultés, mentionnons les petites commandes initiales, les frais élevés du transport et des foires commerciales, les coûts élevés de démarrage ainsi que le manque d'information en matière de marketing et d'étiquetage.

Constructeurs tchèques à la recherche des techniques canadiennes du bâtiment

Les sociétés canadiennes des secteurs du bâtiment et des matériaux de construction qui aimeraient exporter leurs techniques et leurs produits en République tchèque auraient tout intérêt de prévoir visiter la région de Toronto du 30 novembre au 3 décembre prochains.

Pendant ces quatre jours, de 30 à 35 représentants de grands constructeurs tchèques, membres de l'Association des entrepreneurs en construction de la République tchèque et dirigeants des chemins de fer tchèques seront de passage à Toronto.

La délégation veut se renseigner sur les techniques du bâtiment et les matériaux de construction canadiens qui pourraient être importés en République tchèque, examiner les possibilités de collaboration et de coentreprises et visiter la foire CONSTRUCT CANADA 1994.

Il s'agit de la plus grande foire annuelle au Canada sur les produits, les matériaux et les techniques utilisés dans la construction, le réamé-

nagement et la rénovation d'édifices, qui se tiendra à Toronto du 30 novembre au 2 décembre prochains. On peut obtenir des renseignements sur CONSTRUCT CANADA aux numéros suivants : tél. : (416) 869-1156; fax : (416) 869-1660.

La mission tchèque désire se concentrer sur les projets d'infrastructure : travaux ferroviaires et routiers, projets de centrales nucléaires, construction d'installations industrielles et travaux d'aménagement d'exploitations agricoles, techniques d'économie d'énergie et d'enveloppes de bâtiment, réfection et restauration d'édifices historiques, complexes d'habitations, maisons usinées et construction générale.

Les personnes et les entreprises intéressées à entrer en contact avec les membres de la délégation tchèque peuvent communiquer avec L.J. Novotny, Chambre de commerce Canada-République tchèque, à Toronto. Tél. : (416) 367-3432. Fax : (416) 367-3492.

SUPPLÉMENTS

Prix à l'exportation pp 1 à 3

Accès Amérique du Nord pp I-IV

En mettant leurs ressources en commun, les PME seront en mesure de surmonter ces obstacles. De plus, les entreprises membres participeront activement à l'élaboration de stratégies à long terme d'expansion des exportations dans un marché mondial qui, jusqu'à maintenant, n'était accessible qu'aux grandes sociétés disposant d'énormes ressources internes.

Pour renseignements, les PME du secteur de la transformation des aliments, dont les ventes ne dépassent pas 50 millions de \$, peuvent s'adresser à l'Alliance coopérative de marketing et d'exportation du Canada, 8070, Lafrenaye, Saint-Léonard (Québec) H1P 2A9. Tél. : (514) 328-1676. Fax : (514) 328-4599.

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---|---|
| MARCHÉ DE L'AUTOMOBILE EN AMÉRIQUE DU SUD..... | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 3 |
| FOIRES COMMERCIALES..... | 4 |

Au pays des pharaons

L'environnement majestueusement traité

Le secteur égyptien de l'environnement offre un potentiel intéressant aux fournisseurs canadiens de produits et de services, en particulier aux sociétés qui sont prêtes à profiter dès maintenant des occasions d'affaires.

Voilà l'une des conclusions de l'étude sectorielle préparée par les agents commerciaux de l'ambassade du Canada au Caire.

L'étude souligne que, bien qu'il y existe de réels débouchés, il faut se rappeler que l'Égypte commence à peine à s'attaquer à un certain nombre de problèmes environnementaux, notamment les suivants :

- les ressources en eau sont limitées, et le peu dont on dispose est de plus en plus pollué;
- l'érosion éolienne, le manque d'irrigation par inondation pour enrichir les sols et l'utilisation excessive des terres agricoles réduisent la qualité et la quantité de la production agricole;
- l'industrialisation grandissante, surtout au Caire et à Alexandrie, est une source importante de pollution de l'air;
- les déchets des municipalités et des industries ainsi que les déchets dangereux ne cessent d'augmenter (la population croît à un rythme annuel de 2,1%); et
- la pollution attaque les littoraux de la Méditerranée et de la mer

Rouge (ressources économiques et touristiques) ainsi que la vie marine.

Le gouvernement égyptien est en train de prendre des mesures correctives, même si, pour l'instant, les projets n'en sont qu'au stade des préparatifs.

Le plan d'action égyptien pour la protection de l'environnement prévoit des investissements de 300 à 500 millions de \$ US au cours de la première phase (1992-1996), puis d'un milliard de dollars au cours des cinq années subséquentes.

De plus, la loi égyptienne sur l'environnement, adoptée en janvier 1994, établit les règles et les règlements régissant toutes les activités touchant l'environnement. (Les règlements d'application qui

détermineront tous les détails et les aspects n'ont pas encore été adoptés.)

Selon les auteurs de l'étude, il ne faut pas perdre de vue que les sociétés étrangères désireuses de vendre leurs produits et services au gouvernement égyptien doivent faire appel à un représentant local.

« Avec un bon représentant, l'immense marché égyptien est à votre portée », souligne l'étude.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Hany W. Ibrahim, agent commercial, ambassade du Canada, P.O. Box 1667 Kasr El Doubara, 6 rue Mohamed Fahmy El Sayed, Garden City, Le Caire, Égypte. Tél. : (011-20-2) 354-3110. Fax : (011-20-2) 356-3548.

Marchés sud-américains de l'automobile passent en première

Les agents commerciaux en poste à Buenos Aires signalent que les débouchés à l'exportation ainsi que les possibilités de coentreprises et d'investissements sont à la hausse dans les secteurs de l'automobile et des pièces de rechange en Argentine, au Brésil, en Uruguay et au Paraguay.

Il y a plusieurs raisons à cette expansion, notamment la réouverture, après

20 ans, de l'usine de la General Motors en Argentine, les projets de construction d'usines Toyota et Chrysler ainsi que l'agrandissement prévisible de l'usine Mercosur.

Dans l'ensemble, il s'agit d'un marché potentiel de 200 millions de consommateurs.

En 1994, les quatre pays devraient fabriquer ou assembler quelque 2 millions de véhicules. En 1991, l'Argentine avait construit ou assemblé 80 000 unités. Cette année, la production devrait atteindre 500 000 véhicules, et on s'attend à ce que l'expansion sectorielle se poursuive.

Pour se procurer un exemplaire, communiquer avec Mme E. Masciarelli, ambassade du Canada, Tagle 2828, 1425 Buenos Aires, Argentine. Tél. : 541-805-3032. Fax : 541-806-1209.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

LES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 1994



**SUPPLÉMENT SPÉCIAL PRÉPARÉ PAR LE MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET
DU COMMERCE INTERNATIONAL ET LA SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS**

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne, décerné par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, rend hommage aux entreprises canadiennes qui atteignent l'excellence en exportant leurs produits et leurs services dans le monde entier.

Cette année, 10 grands exportateurs canadiens, sur un total de 252 candidats, ont obtenu ce prix; celui-ci leur a été remis au cours d'une cérémonie spéciale, qui a eu lieu le 4 octobre 1994 à Toronto en même temps qu'une réception donnée par la Société pour l'expansion des exportations à l'occasion de son 50^e anniversaire, et la 51^e Assemblée annuelle de l'Association des exportateurs canadiens.

Les entreprises qui ont remporté le Prix d'excellence à l'exportation canadienne au cours des 12 années d'existence du concours représentent bien la diversité géographique et industrielle du Canada. Les lauréates de cette année ne font pas exception : elles proviennent de toutes les régions du pays et exportent les produits les plus divers, allant des systèmes avancés en technologie de l'information et des procédés de fabrication respectueux de l'environnement jusqu'aux gros camions et tracteurs et au mobilier de style exclusif.



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade



Canada

MESSAGE DU MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL



Les exportations sont vitales pour le Canada. Elles représentent près de 30 p. 100 de notre produit intérieur brut et elles créent des emplois nouveaux et prometteurs dans toutes les régions du pays.

Le Canada doit réussir sur les marchés extérieurs s'il veut maintenir sa croissance et sa prospérité. Nous assurons notre avenir en affrontant directement la concurrence internationale, en mettant en place les conditions économiques voulues et en nous ménageant l'accès nécessaire pour vendre nos produits et nos services à l'étranger.

Le programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne me donne la possibilité de reconnaître publiquement l'engagement, la persévérance, le professionnalisme et l'excellence de certains de nos grands exportateurs. Les lauréates du Prix sont une source d'inspiration pour toutes les sociétés qui s'efforcent de percer à l'étranger.

La signature de l'Accord de libre-échange nord-américain et la mise en place de l'Organisation mondiale du commerce donnent aux exportateurs canadiens un meilleur accès pour leurs produits et services et contribuent à renforcer leur compétitivité. Les firmes canadiennes doivent maintenant tirer parti de ces résultats et rechercher activement de nouveaux débouchés, non seulement sur nos marchés traditionnels de l'Amérique et de l'Europe, mais aussi sur les dynamiques marchés de l'Asie et de l'Amérique latine.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), surtout par son réseau de délégués commerciaux au Canada et à l'étranger, aide les sociétés canadiennes à promouvoir le commerce dans tous les marchés du monde. Le Service des délégués commerciaux du Canada, qui célèbre cette année son centenaire, continue de fournir un service tout à fait valable aux firmes canadiennes — soit la prestation

d'informations commerciales et de renseignements actualisés sur les marchés.

Avec l'avènement de nouvelles technologies et compte tenu des contraintes fiscales, le gouvernement a lancé un certain nombre de nouvelles initiatives pour fournir aux gens d'affaires de l'information sur les services et programmes des gouvernements fédéral et provinciaux. Les centres canadiens des services aux entreprises, établis en coopération avec les provinces et le secteur privé, offrent par exemple un point d'accès unique et facile à l'information dont ont besoin les gens d'affaires.

L'ouverture du Centre canadien des affaires à Mexico est un autre exemple d'une approche innovatrice pour informer et appuyer les sociétés canadiennes intéressées par les marchés étrangers. Exploité par le MAECI selon la formule du recouvrement des coûts, le Centre offre plusieurs services utiles pour aider les Canadiens à mener des affaires : bureaux temporaires et locaux d'exposition, salles de réunion, facilités pour les séminaires, information commerciale et contacts avec des gens d'affaires importants.

Les exportations en général, et les exportations à forte valeur ajoutée en particulier, signifient des milliers de nouveaux emplois et des possibilités de soutenir la croissance économique et d'améliorer la productivité. Si le gouvernement et les milieux d'affaires travaillent ensemble et utilisent au mieux leurs capacités, nous pourrions saisir les occasions qui se présentent et bâtir un avenir plus prometteur pour les Canadiens.

Roy MacLaren
Ministre du Commerce international

ANDYNE COMPUTING LIMITED

Une entreprise de logiciels de Kingston, en Ontario,
a vu ses exportations croître de 562 p. 100.

En trois ans à peine, une entreprise de Kingston (Ontario) spécialisée dans la création de logiciels a réussi à accroître ses exportations de 562 p. 100. **Andyne Computing Limited** a vu ses exportations (qui représentent 95 p. 100 de son chiffre d'affaires) monter en flèche et atteindre 10,8 millions de dollars canadiens en 1993, contre 1,6 million de dollars en 1991. Ses logiciels sont utilisés par 2 500 entreprises réparties dans 35 pays. À 6,8 millions de dollars en 1993, les États-Unis étaient la principale destination des exportations de la société, suivis des pays européens avec 3,4 millions de dollars. **Andyne** a aussi établi une forte présence dans la région Asie-Pacifique.

Ce bond des exportations s'explique par la popularité mondiale de son produit vedette, **Andyne GQL** (langage d'interrogation graphique), boîte d'outils qui permet d'accéder et de gérer les ressources d'une base de données dans un environnement client-serveur. **GQL** facilite l'accès des utilisateurs à la base de données de leur entreprise, tout en laissant aux gestionnaires le soin d'assurer le contrôle du système. On peut facilement préparer des rapports, des exposés et des feuilles de calcul grâce à l'interface graphique «pointer et cliquer» du produit. **GQL** peut être installé sur systèmes d'exploitation Macintosh, Windows ou Unix/Motif.

En outre, les clients étrangers réclament à cor et à cri le logiciel de rapports révolutionnaire **P²BLO** d'**Andyne**, qui permet aux utilisateurs d'extraire des bases de données de leur entreprise l'information sommaire dont ils ont besoin pour créer des rapports complexes comportant des tableaux et des graphiques. Tout comme **GQL**, **P²BLO** est facile à utiliser et s'adapte aux besoins des utilisateurs, des services ou des entreprises.

«Nous nous sommes lancés dans l'un des segments les plus concurrentiels de l'industrie du logiciel, le traitement client-serveur, et nous avons travaillé fort pour nous donner un avantage relatif, confie M. Cameron Thompson, président d'**Andyne**. Nous devons notre succès à nos employés. La qualité d'un logiciel se mesure à la compétence de ceux qui l'ont conçu. Chez **Andyne**, nous comptons certains des meilleurs spécialistes de l'industrie.» Aujourd'hui, **Andyne** emploie 100 personnes, ce qui représente une hausse de 714 p. 100 par rapport à 1990.

Fondée en 1976 par un professeur et quatre étudiants de deuxième cycle en génie informatique de l'Université Queen's, **Andyne Computing** offrait à l'origine des services de conseil en informatique aux secteurs public et privé. En 1982, **Andyne** a fusionné avec une autre société d'informatique de Kingston, Micromega System Components, créée par M. Cameron Thompson. C'est à cette époque qu'**Andyne Computing Limited** a commencé à se tourner vers la création de logiciels.

«Dans notre plan stratégique, la croissance devait passer par la mise au point d'un logiciel qui pouvait être commercialisé avec succès dans le monde entier, dit M. Thompson. Nous avons la ferme conviction qu'il existait un vaste marché inexploité pour les logiciels permettant aux utilisateurs novices d'accéder aux données et de les traiter à l'aide d'indications graphiques.»

L'intuition de Thompson l'a bien servi. Aujourd'hui les logiciels d'**Andyne** sont utilisés par des géants comme Coca-Cola, la Banque mondiale, Nike, Apple Computer Inc., Eastman Kodak, Motorola, Walt Disney Pictures and Television et British Telecom.

Le gouvernement fédéral a toujours fait la promotion de la société **Andyne** et de ses logiciels, conclut M. Thompson. «Nous nous sommes fait connaître à l'étranger en participant à des foires commerciales parrainées par le gouvernement, de même que grâce à des publications fédérales où figurait un profil de notre entreprise. Chaque élément de promotion compte.»

CAMIONS WESTERN STAR

De nouvelles stratégies et des visées outre-mer
s'avèrent profitables pour une entreprise de Kelowna,
en Colombie-Britannique.

L'exécution d'une nouvelle et audacieuse stratégie commerciale a donné d'excellents résultats à la société **Camions Western Star** de Kelowna (Colombie-Britannique).

En 1991, **Western Star**, qui fabrique des camions et des tracteurs lourds construits sur commande, analysant froidement les pays de destination de ses exportations — les États-Unis, essentiellement — décida de s'attaquer vigoureusement aux marchés d'outre-mer.

M. Terry Peabody, président de cette entreprise fondée en 1967, révèle qu'il s'agissait pour **Western Star** de réduire sa dépendance envers un marché nord-américain cyclique et versatile, où une concurrence intense maintient des prix bas. «Mettant toutes les chances de succès de notre côté, nous avons conçu des camions spécialement destinés aux marchés d'outre-mer. Par exemple, pour nos clients d'Australie et d'Asie du Sud-Est, nous avons construit des véhicules avec conduite à droite. Nous ne pouvions nous contenter d'offrir nos camions fabriqués pour le marché nord-américain à nos clients d'outre-mer : il nous fallait répondre à leurs exigences particulières.»

La nouvelle stratégie d'exportation de **Western Star** et son engagement envers la clientèle ont donné des résultats probants. En 1993, les ventes à l'exportation de l'entreprise ont augmenté de 77 p. 100 par rapport à 1992, passant de 81 millions de dollars canadiens à 144 millions de dollars. Si on les compare avec des exportations de 53 millions de dollars en 1991, les résultats de 1993 sont encore plus impressionnants, affichant une hausse de 172 p. 100. La réussite de **Western Star** s'est en outre répercutée sur le front de l'emploi : l'entreprise employait 860 Canadiens en 1993, soit un effectif en hausse de 87 p. 100 sur celui de 1992 et de 158 p. 100 sur celui de 1991.

Si les États-Unis restent encore aujourd'hui le plus grand marché d'exportation de **Western Star**, le fabricant de Kelowna vend également ses camions et ses tracteurs en Australie, en Asie du Sud-Est, au Mexique, en Colombie, au Chili, en Zambie et au Moyen-Orient, pour ne citer que ces régions et pays. Il produit aussi bien des véhicules d'usage général que d'autres destinés à des applications spéciales, par exemple dans les exploitations forestières ou minières ou dans le secteur de la construction.

M. Peabody souligne que la mise en œuvre d'une nouvelle stratégie d'exportation a été une opération complexe et difficile. «Nous avons décidé de prendre de l'expansion hors de notre

marché principal, l'Amérique du Nord, et de proposer des véhicules lourds spéciaux, construits sur commande et destinés à des usages en conditions extrêmes — créneau que ne servaient pas nos principaux concurrents américains, japonais et européens. Pour y arriver, il nous a fallu ouvrir un service de ventes internationales de notre siège de Kelowna et constituer un réseau mondial de représentants commerciaux. Entremets, nous avons évalué les différents débouchés commerciaux en fonction de leur rentabilité, examinant de plus près les économies axées sur l'exploitation des ressources naturelles. Enfin, nous avons affecté des employés spécialement à nos clients d'outre-mer, afin qu'ils répondent à leurs besoins particuliers.»

M. Peabody a un bon mot pour les services fédéraux qui ont aidé **Western Star** dans ses efforts de promotion internationale. «Nous avons participé à nombre de missions d'information et de foires commerciales parrainées par le gouvernement, où nous avons pu établir des contacts et repérer de nouvelles occasions d'affaires», précise-t-il.

CHAMPION FEED SERVICES LTD.

Pour gagner la confiance d'un client
d'outre-mer, il faut être persévérant
et patient.



Qu'ont en commun les bovins de boucherie, les vaches laitières, les moutons, les chèvres, les porcs, les poulets, les chiens, les chats, les élan, les autruches et les lapins des quatre coins du monde?

Il y a de bonnes chances qu'ils sont nourris par

Champion Feed Services Ltd. de Barrhead (Alberta).

La société **Champion** possède et exploite une usine d'engrais et une installation de fabrication d'aliments pour animaux familiers à Barrhead, des provenderies à Westlock, Barrhead et Grande Prairie ainsi qu'une usine à cuber le foin de luzerne à Didsbury, toutes situées en Alberta.

L'entreprise exporte des cubes de luzerne, des aliments pour animaux familiers et des provendes un peu partout dans le monde, notamment au Japon, en Corée, à Taïwan, au Mexique, à Hong Kong, en Allemagne, en Russie, dans les Émirats arabes unis et aux États-Unis. Son succès dépend des exportations. **Champion** emploie à l'heure actuelle 100 personnes, dont six nutritionnistes, dans ses établissements de l'Alberta rural.

Le Japon est le principal importateur de produits **Champion**, suivi de Taïwan, de la Corée et des États-Unis. Les ventes de cubes de foin au Japon ont augmenté de 103 p. 100 en 1993 par rapport à 1991. **Champion** exporte 98 p. 100 de ses cubes de foin dans ces quatre pays.

«Se tailler une place dans un nouveau marché est une opération difficile, mais qui vaut tous les efforts que l'on y met, dit M. Reinhard Muhlenfeld, président de la société **Champion**. Nous donnons suite à toutes les demandes d'information que nous recevons de clients étrangers. Même si seulement une demande sur dix se traduit par une vente, nous nous sommes aperçus qu'il faut beaucoup de temps pour gagner la confiance d'un client étranger, en particulier ceux des pays du littoral du Pacifique. Il est

essentiel de faire preuve de patience et de persévérance.»

La persévérance est certainement caractéristique de la société **Champion**, fondée en 1975 avec un seul employé. «Les premières années ont été très difficiles, car il y avait de nombreux fournisseurs de provendes dans le marché. Au début, nous n'arrivions pas à attirer les clients, mais nous avons continué à travailler dur, explique M. Muhlenfeld. De plus, notre usine de Didsbury a été complètement détruite par un incendie en 1990. Nous l'avons reconstruite en sept mois seulement, parce que nous savions qu'il fallait demeurer en rapport avec nos clients d'outre-mer, sans quoi ils se tourneraient vers nos concurrents. Dans cette industrie, il importe d'entretenir les relations avec la clientèle et de démontrer sa compétence et son honnêteté.»

M. Muhlenfeld attribue son succès outre-mer aux représentants de **Champion** à l'étranger. «Nous avons recruté avec le temps un certain nombre de représentants qui connaissent bien nos produits et surtout les marchés qu'ils desservent, ajoute-t-il. Il est difficile d'entrer dans un marché étranger où vos produits ne sont pas reconnus. Nos représentants ont préparé le terrain en stimulant la reconnaissance des produits.»

Le succès de **Champion** dans les marchés extérieurs profite à l'ensemble du secteur agricole canadien, conclut M. Muhlenfeld. «Nous jouissons d'une excellente réputation quant à la satisfaction de la clientèle — un avantage non seulement pour nous, mais aussi pour les agriculteurs albertains.»

EMERY INTERNATIONAL DEVELOPMENTS LTD.

Des produits à base de papier recyclé se révèlent
très profitables tant du point de vue financier
qu'environnemental.



Vous pourriez mettre tous vos œufs dans le panier de John Emery et protéger en même temps l'environnement.

Emery International Developments Ltd., de Markham (Ontario), conçoit et fabrique des machines à mouler la pâte à grande vitesse qui peuvent produire chaque année 375 millions de boîtes à œufs faites de papier recyclé. L'entreprise peut également fabriquer toute une gamme d'autres produits, notamment des pots à fleurs étanches, des assiettes de papier, des casseaux pour petits fruits et des emballages protecteurs pour le matériel audio-visuel.

La fabrication de produits à base de papier recyclé est une industrie florissante, surtout en cette période où l'on se soucie davantage de l'environnement. Comme nombre de pays découragent l'utilisation de produits en polystyrène, le marché des machines servant à fabriquer des emballages écologiques est en plein essor, dit M. John Emery, président d'**Emery International Developments Ltd.**

«Nos machines utilisent moins de carburant, moins d'électricité et moins de main-d'œuvre que celles de nos concurrents, ajoute-t-il. En plus, leur rendement est de 50 p. 100 plus élevé.»

Bien que le procédé de fabrication en paraisse assez simple à première vue, il n'en est pas moins hautement perfectionné, résultat de la conception assistée par ordinateur (CAO) et de beaucoup d'efforts. Les vieux papiers, comme les journaux, les gobelets en carton et le papier fin, sont d'abord déchiquetés, puis réduits en

pâte humide à l'aide d'eau recyclée. La pâte que l'on obtient est ensuite nettoyée afin d'enlever les morceaux de verre, de plastique ou autres impuretés. À l'étape du formage, on passe la pâte dans un treillis métallique avant de mouler le produit voulu. Le produit moulé, qui contient à cette étape 75 p. 100 d'eau, est ensuite séché au four à 450°F.

Ces machines à mouler la pâte, dont les prix varient entre 170 000 et 20 millions de dollars, sont devenues légendaires au sein de l'industrie.

«L'un de nos clients est même allé jusqu'à démonter et jeter au rebut trois machines japonaises afin d'installer une des nôtres, révèle M. Emery. Il nous a fallu huit mois pour le convaincre d'acheter une première machine, mais seulement deux semaines pour lui en vendre une deuxième, tant il était satisfait.»

Les exportations de l'entreprise, en activité depuis 42 ans, témoignent de la popularité de ses machines. Au cours de l'exercice 1994, elles ont atteint 25 millions de dollars canadiens, comptant pour 92,5 p. 100 de son chiffre d'affaires qui s'élevait à 27 millions de dollars (en hausse de 80 p. 100 par rapport aux ventes de 15 millions réalisées en 1993). Ses produits sont vendus surtout aux États-Unis, au Japon, à Taïwan, en Chine, au Danemark, au Mexique, dans les Antilles, au Moyen-Orient, en Allemagne et en France. Emery a vu son effectif augmenter de 400 p. 100 depuis trois ans et compte actuellement 80 employés spécialisés dans la fabrication de composants pour les machines Emery.

M. Emery attribue le succès de son entreprise à la philosophie que partagent ses employés depuis 12 ans. «Nous tentons d'accroître de 15 p. 100 le taux de rendement des mêmes machines chaque année, précise-t-il. Cet objectif nous a forcés à innover, ce qui nous a permis d'améliorer les machines et de les rendre plus rapides.»

Emery n'aurait pas connu autant de succès dans les marchés extérieurs sans l'aide du gouvernement fédéral. «Nous avons collaboré étroitement avec le Conseil national de recherches, le MAECI, les ambassades et Industrie Canada, dit son président. Ils nous ont vraiment aidé à atteindre nos objectifs d'exportation.»

KVAERNER HYMAC INC.

**Un entrepreneur québécois double ses exportations :
il produit autant de papier, mais n'utilise
que la moitié des arbres.**

La société **Kvaerner Hymac Inc.**, établie à Laval (Québec), met au point au Canada des technologies et des procédés respectueux de l'environnement qu'elle offre aux fabricants étrangers du secteur des pâtes et papiers.

Les systèmes et le matériel de réduction en pâte que fabrique **Kvaerner Hymac** présentent un rendement élevé, utilisant plus de 90 p. 100 du bois traité, contre 50 p. 100 dans le cas des procédés chimiques.

«Nous utilisons un procédé mécanique et non chimique. Au lieu de «cuire» le bois dans des produits chimiques, ce qui en dissout une bonne partie, notre raffineur sépare physiquement les fibres,

augmentant ainsi dans le procédé la proportion de bois utilisable», explique M. Miro Polegato, vice-président aux ventes internationales et projets spéciaux chez **Kvaerner Hymac**. «Le principal avantage de notre machine est qu'il faut moitié moins d'arbres pour fabriquer autant de papier. Nous avons également mis au point des procédés à haut rendement qui utilisent les essences d'arbres de plantation à croissance rapide dans la production de pâte blanchie de haute qualité.»

Outre ses systèmes de réduction en pâte à haut rendement, **Kvaerner Hymac** fabrique des machines qui recyclent le vieux papier et le réduisent en une pâte servant à la production du papier journal et du papier d'écriture. «Nous commercialisons des procédés permettant de recycler des produits tels le mélange de vieux papiers de bureau et le papier journal», ajoute M. Polegato. Le processus de recyclage comporte plusieurs étapes clés : retrituration et tamisage grossier, flottation, tamisage fin et nettoyage, dispersion, lavage et préparation de la pâte en liasse afin de produire des pâtes qui serviront à fabriquer du papier de différentes qualités. Le degré de perfectionnement de la machine dépend de la qualité du papier de rebut utilisé et des exigences relatives au produit final.

En activité depuis 88 ans, **Kvaerner Hymac Inc.**, à l'origine HYMAC LTÉE, exporte ses produits depuis 25 ans. En 1992, la société norvégienne Kvaerner a.s., s'est portée acquéreur de la majorité des actions de l'entreprise.

Les exportations prennent une part considérable dans les ventes de Kvaerner Hymac. En 1993, elles ont atteint environ 49 millions de dollars canadiens et constituaient plus de 85 p. 100 du chiffre d'affaires, en hausse de 95 p. 100 par rapport aux résultats d'exportation de 1992. La Chine a été l'an dernier le principal client de **Kvaerner Hymac**, qui vend également ses produits dans nombre d'autres pays, notamment aux États-Unis, au Mexique et en Amérique du Sud, en Europe, en Corée, en Australie et en Nouvelle-Zélande.

«Nous avons réussi à percer les marchés étrangers en concentrant nos efforts sur le créneau particulier auquel s'adressent nos machines et procédés de haute technologie. Pour obtenir des renouvellements de commandes, nous entretenons d'excellentes relations avec nos clients en leur offrant un service de première classe, souligne M. Polegato. Notre réputation acquise grâce à nos produits de qualité supérieure, à notre savoir-faire technique et à nos compétences en gestion de projet s'est propagée rapidement, et nous sommes actuellement le chef de file dans le marché des machines de réduction en pâte à rendement élevé, ainsi qu'un intervenant important dans le domaine de la machinerie de recyclage.»

Selon M. Polegato, le gouvernement fédéral a joué un rôle déterminant en aidant **Kvaerner Hymac** à décrocher des contrats, particulièrement en Chine. «Nous nous fions à la Société pour l'expansion des exportations pour aider nos clients au chapitre du financement. De plus, l'ambassade du Canada à Beijing a été fort utile, en arrangeant des rencontres avec des fonctionnaires et en y participant. Nous pouvions compter sur le soutien et la participation de la mission pour donner plus de poids à nos efforts.»

InfoCentre

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications et des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709. On peut transmettre une demande de renseignements à Infotax, le service de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

MITEL SEMICONDUCTOR

La société Mitel continue de fournir
ce « surcroît d'effort » qui lui permet de réaliser
des ventes partout dans le monde.

P arce qu'elle est toujours disposée à en faire un peu plus pour ses clients, **Mitel Semiconductor** a réussi à accroître ses exportations et à s'imposer dans le marché très concurrentiel des composants pour matériel de communication.

«Nous faisons l'impossible pour que nos clients reçoivent tout le soutien technique dont ils ont besoin», dit M. John Millard, président et chef de la direction de **Mitel Corporation** de Kanata (Ontario), société mère de **Mitel Semiconductor**. «Notre société s'est engagée à offrir des solutions intégrées en matière de communications, et nous croyons fermement que nos clients, où qu'ils soient, méritent de recevoir un soutien continu.»

Depuis 19 ans, **Mitel Semiconductor** a conçu et fabriqué des circuits intégrés et des tranches sur mesure à l'intention d'entreprises d'informatique et de télécommunications de toutes les parties du monde, dans ses installations de Kanata et de Bromont (Québec).

La société exporte principalement vers les États-Unis, la Chine, le Japon, Taïwan, le Royaume-Uni et l'Australie. Possédant des bureaux à Kanata, au pays de Galles, en Allemagne, au Japon, à Singapour, en Floride et en Californie, **Mitel Semiconductor** emploie 572 personnes, dont 394 au Canada.

Au cours de l'exercice 1994, les exportations de **Mitel Semiconductor** ont représenté 92 p. 100 de son chiffre d'affaires de 71 millions de dollars canadiens, en hausse par rapport à des résultats de 52,8 millions en 1993 et de 37,3 millions l'année précédente. L'entreprise a vendu en 1994 pour 43,7 millions de dollars aux États-Unis et en Asie-Pacifique, ses deux principaux marchés extérieurs. Ses ventes continuent d'augmenter à des taux annuels dépassant 35 p. 100.

«Nous sommes reconus par des spécialistes de l'industrie des communications, et cette réputation nous a permis d'accroître notre part du marché en Asie-Pacifique, signale M. Kirk Mandy, directeur général de **Mitel Semiconductor**. Ces nouveaux marchés en pleine expansion ont besoin de notre technologie, de notre savoir-faire et de nos produits, car ils sont en train de moderniser leur infrastructure de télécommunications pour répondre à la demande future. Parmi les fournisseurs de composants, nous sommes bien positionnés pour satisfaire aux exigences de ces pays en matière de produits spécialisés et d'expansion de leur infrastructure.»

Le succès de **Mitel Semiconductor** s'explique, entre autres raisons, par sa volonté de garder l'avance sur ses concurrents en fabriquant des produits d'avant-garde. En 1993, par exemple, elle a lancé la puce **MT9196**, dispositif qui constitue un pas de plus vers l'intégration d'un téléphone et de ses circuits sur une seule puce. De plus, l'entreprise anticipe la fusion inévitable de l'informatique et de la téléphonie en offrant des produits réseau en temps réel pour le marché de l'intégration téléphonique et informatique. «Notre souci à l'égard des applications futures ainsi que l'amélioration continue de nos produits, comme les autocommutateurs et les jonctions numériques, et leur commercialisation

stratégique rehausseront la réputation de **Mitel Semiconductor** comme chef de file de l'exportation», souligne M. Mandy.

«**Mitel Semiconductor** a réussi là où d'autres ont échoué, parce que nous offrons à nos clients les services d'ingénieurs d'études qui les aident à concevoir des systèmes de communications de pointe. Cette aide précieuse est soit difficile d'accès, soit inexistante chez d'autres fabricants de semi-conducteurs, ajoute-t-il. Ce souci du détail compte pour beaucoup dans la fidélité de nos clients. Ils savent qu'ils peuvent compter sur nous pour offrir des composants perfectionnés, de qualité supérieure, et assurer un suivi qui leur permette de mettre au point les meilleurs produits qui soient.»

Mitel Corporation est un fabricant international de systèmes de communication d'entreprise, de systèmes de commutation publics, de semi-conducteurs et de produits de télématique, de produits d'extension réseau et pour passerelles, ainsi que de composants pour outils logiciels de développement. Au cours de son exercice 1994, la société a enregistré des revenus de 496,4 millions de dollars canadiens et vendu plus de 173 000 autocommutateurs privés dans plus de 80 pays.

NADEAU

(Division, Shermag Inc.)

Les six éléments-clés du credo de la réussite en matière
d'exportation selon M. Nadeau : produit, personne, prix,
promotion, endroit et efficacité à l'usine.

E n misant sur les six «p» du marketing, **Nadeau** (division, Shermag Inc.) s'est donné un avantage concurrentiel dans les marchés d'exportation.

«Produit, personnel, prix, promotion, position et productivité — nous nous efforçons de devancer nos concurrents dans ces six catégories, révèle M. Aurèle Turcotte, président de **Nadeau**. Nous fabriquons un produit de qualité, nous croyons aux vertus du travail d'équipe, nous offrons un excellent rapport qualité-prix, nous connaissons bien nos marchés, nous faisons bon usage de nos outils de vente et nous exploitons une usine de fabrication qui tourne rondement. Voilà en grande partie la clé de nos succès, au Canada comme aux États-Unis.»

Entreprise fondée en 1946, **Nadeau** conçoit et fabrique du mobilier de haute qualité, construit en érable massif et revêtu de placages, pour salle à manger, chambre à coucher ou chambre d'enfant. Ses installations de fabrication sont établies à St-François-de-Madawaska (Nouveau-Brunswick) et son bureau de vente, à Boucherville (Québec). L'entreprise a réalisé une rapide percée du marché américain depuis qu'elle a commencé à y commercialiser sa collection «Atlantique», il y a à peine trois ans. En 1993, les exportations vers les États-Unis ont représenté 41 p. 100 du chiffre d'affaires de **Nadeau**; ce pourcentage n'était que de 7 p. 100 en 1991.

«Nos produits meublent des chambres à coucher de la Nouvelle-Angleterre jusqu'en Californie, dit M. Turcotte, parce qu'ils répondent aux exigences des consommateurs.»

Selon lui, le consommateur veut autre chose que des meubles fabriqués en grande série et recherche du mobilier adapté à ses

exigences personnelles. «Notre catalogue comprend 250 articles livrables dans un choix de 20 couleurs, précise M. Turcotte. Nos stylistes s'inspirent des tendances et des couleurs en vogue dans le monde de la haute couture. Aujourd'hui, un meuble est plus qu'un produit de masse, c'est aussi un article de mode qui répond à des exigences tant fonctionnelles qu'esthétiques.»

La société mère de **Nadeau**, le Groupe **Shermag**, est un chef de file dans l'industrie du mobilier résidentiel. Plus grande société du genre au Canada, **Shermag** emploie plus de 700 personnes dans ses six filiales. **Nadeau**, division du groupe qui affiche la croissance la plus rapide, emploie quant à elle 130 personnes.

M. Turcotte signale que la réussite de son entreprise tient aussi à d'autres facteurs, outre des produits de qualité : choisir les marchés, saisir les occasions et offrir un prix concurrentiel.

«Nous participons aux grandes foires du meuble, nous restons à l'affût des tendances, explique-t-il. Nous surveillons de près l'évolution des goûts des consommateurs nord-américains — ce qu'ils veulent en 1994, c'est un meuble de la meilleure qualité vendu à un prix abordable, et c'est ce que nous leur offrons. Nous ne produisons pas en grande série comme nos concurrents américains; la souplesse de nos méthodes nous permet de modifier un produit de manière à satisfaire aux exigences spéciales du client. Voilà ce que le consommateur attend de nous.»

ULTIMATE TECHNOGRAPHIQUES INC

Une société montréalaise répond à des besoins « urgents »
et permet à ses clients d'économiser de l'argent
et un temps précieux.

Une entreprise montréalaise, fondée il y a cinq ans, a transformé à elle seule l'industrie mondiale de l'imprimerie par la mise au point d'un logiciel innovateur. **Ultimate Technographiques Inc** conçoit, met au point et commercialise des systèmes électroniques de pré-presses destinés aux industries des arts graphiques et de l'imprimerie. Son produit vedette est *Impostrip*, logiciel d'imposition électronique qui permet aux imprimeurs d'effectuer le montage automatiquement à partir d'un micro-ordinateur Macintosh ou PC ou encore d'un poste de travail Sun Unix. L'imposition consiste à disposer les pages sur des films ou des plaques en vue de l'impression, ou encore à « monter » les pages en fonction des caractéristiques particulières des presses; si le texte n'est pas monté correctement, il ne pourra s'adapter aux dimensions de la presse ou de la plieuse.

Offert en sept langues, *Impostrip* est le premier et le seul logiciel professionnel d'imposition et de montage qui, à partir des systèmes de micro-édition et de publication, dispose les pages dans des cahiers finis prêts à imprimer. Grâce à ce logiciel, les imprimeurs peuvent imposer les pages de six à dix fois plus rapidement qu'à la main et exécuter ce travail à l'interne plutôt que le faire à façon.

«Le montage est un procédé manuel peu économique, qui nécessite beaucoup de temps et de main-d'œuvre, souligne M. David Watson, président d'**Ultimate Technographiques**. Ayant moi-même œuvré dans le secteur de l'imprimerie, je me suis aperçu que je pouvais aider les imprimeurs en mettant au point un produit qui permettrait d'automatiser ce procédé.

À l'époque, personne d'autre ne songeait à mettre sur le marché ce genre de logiciel pour l'industrie de l'imprimerie. Pour moi, il s'agissait d'un créneau tout à fait logique.»

Conscients du potentiel d'un tel produit, M. Watson et quatre de ses collègues ont décidé de se lancer résolument sur les marchés étrangers. «Nous étions convaincus d'avoir une idée géniale et un produit de niveau international, qu'il fallait lancer sur le marché les premiers avant que d'autres ne prennent l'initiative.»

Ils ont été récompensés de leur persévérance. Après seulement cinq années d'existence, le logiciel d'**Ultimate Technographiques** est installé dans 4 600 établissements et l'entreprise compte sur une centaine de distributeurs dans 35 pays, notamment aux États-Unis, au Japon, en Angleterre, en Italie, en Allemagne, en France, en Suède, au Mexique, en Australie et en Russie. Les exportations représentent 97 p. 100 de son chiffre d'affaires. Plus de 40 employés travaillent actuellement pour **Ultimate Technographiques**, une hausse de 60 p. 100 depuis trois ans.

Selon M. Watson, le succès d'**Ultimate Technographiques** sur les marchés étrangers est en partie attribuable à l'aide obtenue du MAECI et de la Société pour l'expansion des exportations. «Ils nous ont aidés à choisir les foires internationales pertinentes, et ils nous ont donné de bons conseils dans le domaine de la commercialisation.»

Mais le succès rapide de l'entreprise repose en définitive sur un principe très simple : faire épargner temps et argent aux clients. «Pour un nombre croissant d'utilisateurs d'*Impostrip*, l'investissement a été extrêmement profitable. Grâce à notre produit, ils ont amélioré leurs bénéfices, la qualité de leurs produits ainsi que leur productivité, tout en réduisant les coûts liés aux heures supplémentaires, aux matériaux, aux locaux et à l'équipement et en éliminant les engorgements de production, ajoute M. Watson. Par exemple, l'un de nos clients a réussi à réduire de deux semaines le délai d'impression de manuels d'utilisateur produits pour une société informatique d'envergure internationale. Comme son client a pu avancer le lancement de son produit, il a réalisé des ventes supplémentaires de plusieurs millions de dollars. Mon client était très satisfait, son client à lui aussi. Tout le monde y a gagné.»

VERSATILE FARM EQUIPMENT OPERATIONS (Ford New Holland Canada Ltd.)

Une entreprise de Winnipeg continue de récolter
des prix pour ses exportations et
la qualité de ses produits.

Quand **Versatile Farm Equipment Operations** ouvre les gaz sur la route des marchés extérieurs, ses concurrents tendent l'oreille.

Division de **Ford New Holland Canada Ltd.**, **Versatile** conçoit et fabrique de gros tracteurs à deux et à quatre roues motrices destinés à l'agro-industrie. En 1993, les exportations de cette entreprise établie à Winnipeg (Manitoba) ont connu un bond de 600 p. 100 par rapport à 1992 et représentent maintenant plus de 85 p. 100 de son chiffre d'affaires. **Versatile** est le seul fabricant canadien de tracteurs agricoles.

L'entreprise trouve aux États-Unis son plus grand marché.

Cependant, la machinerie agricole de Versatile est aussi vendue en Europe, dans la région Asie-Pacifique, en Australie, en Afrique, au Moyen-Orient et en Amérique latine, dit M. Paul Soubry, directeur général de l'entreprise.

«Nous sommes très satisfaits de la hausse importante de nos exportations depuis deux ans, dit M. Soubry. Notre succès est le résultat de ce que nous avons pu lancer de nouveaux tracteurs intégrant les derniers perfectionnements, et aussi du fait que nous profitons d'un réseau de distribution s'étendant à plus de 100 pays, celui de notre société mère, New Holland n.v. (filiale en propriété exclusive de Fiat S.p.a.)»

De plus, l'usine de Winnipeg s'est vu confier récemment le mandat mondial pour la conception technique et la fabrication d'un nouveau modèle de tracteur à deux roues motrices, le Genesis 70. «La nouvelle a eu un effet positif sur nos ventes, explique M. Soubry, particulièrement sur le marché nord-américain où nous affrontons une vive concurrence de la part d'autres fabricants d'envergure mondiale.»

En 1993, New Holland n.v. remettait à Versatile son prestigieux prix d'excellence Qualitas, décerné aux établissements du groupe qui ont fait preuve d'une amélioration continue et ont obtenu la plus haute cote de satisfaction de la clientèle.

Construit sur un terrain de 45 acres, l'établissement de Versatile couvre une superficie de 773 500 pieds carrés et abrite les installations de fabrication et les bureaux de l'entreprise. Versatile exploite également un centre d'essai de 75 acres à Sanford (Manitoba), à 30 minutes de route de son siège de Winnipeg. Fondée en 1945, l'entreprise emploie actuellement 760 personnes.

Autre facteur de sa réussite, Versatile consulte sans cesse ses employés, ainsi que ses clients, fournisseurs et distributeurs, au sujet des améliorations à apporter à ses produits afin de mieux répondre aux exigences du marché. «Qualité et esprit d'équipe, voilà la clé du succès, conclut M. Soubry. Ainsi, la mise au point des tracteurs de la série Genesis 70 a été un travail d'équipe dès le début.»

WATERSPRING BED COMPANY INC.

Les beaux rêves d'un exportateur de Mississauga,
en Ontario, se traduisent par une augmentation
considérable de son chiffre d'affaires.

La société WaterSpring Bed Company Inc. promet de beaux rêves aux habitants du globe.

Au cours des huit dernières années, l'entreprise de Mississauga (Ontario) a conçu et fabriqué des lits d'eau souples et des couvre-matelas d'eau qu'elles a vendus dans plus de 20 pays, dont les États-Unis, le Japon, l'Angleterre, l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Allemagne, la Suisse, le Portugal et l'Australie. Les exportations de WaterSpring constituent 84 p. 100 de son chiffre d'affaires, qui atteindra plusieurs millions de dollars cette année, en hausse de 136 p. 100 par rapport à l'an dernier.

Qu'est-ce qui distingue les matelas et les couvre-matelas de WaterSpring? «L'innovation combinée à la qualité, tout simplement», dit M. Gordon West, qui, en compagnie de son épouse, Lisa, est l'unique propriétaire de WaterSpring Bed Company Inc.

«Par exemple, notre matelas souple possède toutes les caractéristiques d'un matelas ordinaire, en plus des avantages d'un lit d'eau. À la différence des lits d'eau conventionnels, notre produit s'adapte à n'importe quel cadre de lit choisi par le client. De plus, il contient environ 80 p. 100 moins d'eau qu'un lit d'eau conventionnel et ne nécessite aucun dispositif de chauffage parce que nous utilisons un isolant thermique qui réfléchit la chaleur corporelle. Nous offrons aussi le couvre-matelas AquaPad aux clients qui veulent tous les avantages d'un lit d'eau sans toutefois en payer le prix. AquaPad est un matelas capitonné mince en vinyle qui contient deux pouces d'eau. Il convient à n'importe quel matelas ordinaire.»

La demande mondiale pour ces produits a incité M. West à prendre de l'expansion. Il y a trois ans, WaterSpring employait 15 personnes — son effectif s'élève maintenant à 60.

Le succès de l'entreprise repose sur des principes qui sont devenus un mantra pour M. West. «Tout doit être fait à la perfection. On doit offrir la meilleure qualité et la meilleure conception. Il faut bien comprendre les acheteurs étrangers et faire tout ce qui est possible pour faciliter leurs achats chez nous, soutient-il. Il faut aussi s'entourer de personnes compétentes. Il faut gagner la confiance des clients, ce qui peut prendre des années. On doit sans cesse innover au plan technologique. Enfin, il faut implanter des méthodes de fabrication efficaces et saines.»

Dans sa recherche de nouveaux marchés, WaterSpring a exploité au mieux les programmes fédéraux. «Nous avons utilisé les fonds accordés par le MAECI dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation pour participer à des foires commerciales internationales, les fonds offerts par le gouvernement fédéral pour obtenir la certification ISO 9000, ainsi que l'appui de la Société pour l'expansion des exportations pour financer différentes transactions, précise M. West. Nous avons tiré le maximum des programmes gouvernementaux. Ils nous ont aidés à prospecter de nouveaux marchés.»

Bien que les produits pour lits d'eau représentent la plus grande partie de ses exportations, Gordon West ajoute que son entreprise, loin de se reposer sur ses lauriers, continue de marcher et débouche.

«Nous venons tout juste de lancer un couvre-matelas chauffant non électrique. La température d'un côté est de 12°F plus élevée que de l'autre côté, grâce à un tissu spécial que nous avons inventé et fait breveter. Ce produit est conçu pour réchauffer tous les matelas du monde à un coût très modique. Il révolutionnera l'art de dormir!»

La SEE – solutions financières pour les entreprises canadiennes

Société de services financiers axée sur le client, la SEE se consacre depuis 50 ans à aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés mondiaux grâce à la vaste gamme de services de financement et d'assurance novateurs et souples qu'elle offre aux exportateurs et à leurs clients de par le monde.

Les services de gestion des risques de la SEE sur les plans de l'assurance, des stratégies et des garanties sont devenus indispensables des stratégies d'exportation des entreprises canadiennes, grandes ou petites. La SEE désire établir des rapports à long terme avec ses clients et partenaires.

Elle favorise la croissance des PME et contribue à la création et au maintien des emplois par le soutien qu'elle apporte aux exportateurs et à leurs acheteurs du monde entier.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

AMÉRIQUE DU SUD — Une société internationale d'investissement établie dans une zone franche est à la recherche d'un fabricant intéressé à former une coentreprise. Elle est disposée à fournir une partie du capital-risque dans le cadre de ce projet qui aiderait les sociétés canadiennes à commercialiser leurs produits dans les pays sud-américains, notamment au Chili, en Uruguay, en Argentine et au Brésil. Communiquer avec Frankie Cheng, Global Reliance Group Inc., 2550 Kingston Road, Suite 1412, Scarborough (Ontario) M1M 1L7. Tél. : (416) 265-2707. Fax : (416) 265-7712.

ASIE-PACIFIQUE — Une société d'Ottawa comptant des bureaux à Hong Kong, au Sichuan, à Shanghai et aux Philippines possède le savoir-faire nécessaire pour faciliter la formation de coentreprises et d'alliances stratégiques ou le transfert de technologies au Sichuan, particulièrement dans les domaines des télécommunications, de la production d'électricité et de l'immobilier (construction). De plus, cette société est à la recherche d'occasions de participer à des projets de construction-exploitation-cession dans le secteur du traitement de l'eau potable et de l'épuration des eaux usées. Contacter H. Smith, Smith Williamson, 14 Clysdale Avenue, Kanata (Ontario) K2M 1W5. Fax : (613) 592-8470.

ÉTATS-UNIS — Une entreprise spécialisée dans la vente et la commercialisation, située dans la région américaine du Centre-Atlantique, est à la recherche de fabricants canadiens de machines-outils qu'elle pourrait représenter dans la région. Communiquer avec Manuel M. Ellenbogen, agent commercial, ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue N.W., Washington DC 20001. Fax : (202) 682-7619.

MEXIQUE — Une société qui s'implante au Mexique souhaite acheter une machine à recycler le papier. Contacter Moises Mesaraic, Florence #18-301, Col. Garrets, Mexico. Tél. : 011-525-207-6510. Fax : 011-525-207-6630.

MEXIQUE — Un fabricant de caoutchouc qui compte parmi ses clients des entreprises des secteurs du pétrole, du transport ferroviaire, de l'automobile et de l'exploitation minière désire entrer en contact avec des sociétés canadiennes dans le but de

discuter de la formation d'une coentreprise. S'adresser à Julio Nasta, directeur des ventes et du marketing, Altec Industrias, S.A. de C.V., Oficinas Corporativas, Paseo de la Reforma n° 250-403, Col. Juarez, Mexico DF. Tél. : 525-2080777. Fax : 511-1382.

Ligne de crédit de la SEE pour le gaz naturel en Argentine

Les entreprises canadiennes désirant vendre des biens et services dans le secteur du gaz naturel en Argentine bénéficieront d'une ligne de crédit de 5 millions \$ US que la Société de l'expansion pour l'exportation (SEE) a établie avec Transpor-tadora de Gas del Norte, S.A. (TGN). Les exportateurs canadiens qui veulent en savoir plus sur cette ligne de crédit et sur d'autres mécanismes peuvent s'adresser au bureau de la SEE à Vancouver, à Calgary, à Winnipeg, à London, à Toronto, à Ottawa, à Montréal et à Halifax.

AU CALENDRIER

Toronto — 19 novembre 1994 — Les gens d'affaires intéressés par le marché taïwanais auront l'occasion de rencontrer les membres d'une mission de 20 investisseurs qui assisteront à un dîner organisé par l'Association des gens d'affaires Canada-Taïwan. Contacter Elsie Lee, Chambre de commerce du Canada, à Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643.

North York — 23 novembre 1994 — Les ateliers sur la façon de tirer avantage des foires commerciales s'adressent aux coordonnateurs de foire, aux directeurs commerciaux ainsi qu'au personnel s'occupant de la participation de leur entreprise aux foires commerciales. Contacter la société International Training and Management Company. Tél. : (416) 483-3836.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Vancouver, votre passeport pour les marchés mondiaux

Vancouver — L'exposition-séminaire "Les marchés mondiaux à votre porte" s'arrêtera les 7 et 8 décembre prochains au Centre de congrès et de commerce mondial de Vancouver, après avoir remporté un énorme succès à Halifax, Montréal, Edmonton et Toronto.

Conçu à l'intention des fabricants et des transformateurs de Colombie-Britannique et des Prairies, elle vise à leur faire connaître le savoir-faire, les contacts et les réseaux internationaux des maisons de commerce et des sociétés de gestion des exportations tant canadiennes qu'étrangères. Plus de 125 entreprises participeront à l'événement.

On estime que les quatre expositions-séminaires précédentes ont été traduites par des ventes de 50 millions de \$ à l'étranger, la plupart étant réalisées par des PME.

Ces PME font état de résultats intéressants, notamment de possibilités de vente immédiate, d'accords de représentation, de coentreprises à l'étranger, d'accords de licence, de transferts de technologie et de possibilités d'investissement.

Les maisons de commerce traitent 60% des exportations canadiennes ailleurs qu'aux États-Unis, mais la plupart des fournisseurs canadiens connaissent mal leur rôle et la façon d'en choisir une.

Devant cela, la séance d'information prévue le 8 décembre en matinée comprendra des exposés sur les avantages de faire appel à une maison de com-

merce. Suivra une exposition sur table au cours de laquelle les entreprises sont invitées à exposer leurs produits et leurs brochures, à établir des contacts et à discuter des possibilités d'affaires avec les représentants des maisons de commerce. On pourra se procurer le répertoire des participants ainsi que les répertoires des fournisseurs et des maisons de commerce des événements précédents.

Pour renseignements, communiquer avec Joanne Emond, British Columbia

Institute for Studies in International Trade. Tél. : 1-800-318-1966 ou (604) 844-3195. Fax : (604) 660-3917.

Les personnes qui veulent en connaître davantage sur les maisons de commerce au Canada et l'aide qu'elles peuvent apporter aux exportateurs, ainsi que sur les séminaires prévus en 1995 à Montréal et à Calgary, sont priées de contacter Michael Reshitnyk, MAECI (TPS), 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-1862. Fax : (613) 996-1225.

Le Salon aéronautique reprend son envol

Le Bourget — Le Canada organise un stand national dans le cadre du plus grand et du plus prestigieux salon de l'aéronautique du monde.

Le Salon du Bourget 1995 se tiendra dans la région parisienne du 10 au 18 juin prochains.

Le MAECI a déjà commencé à recruter des participants en postant plus de 400 troupes d'invitation aux sociétés aéronautiques canadiennes.

Les responsables du commerce soulignent que le Salon du Bourget est la foire commerciale à laquelle les entreprises canadiennes du secteur de l'aéronautique se doivent de participer, si elles veulent tirer avantage de la présence au Bourget de plus de 128 000 visiteurs de l'industrie, provenant de 138 pays.

Lors de l'édition de 1993, il y a eu 38 participants canadiens au Salon, dont 16 PME et deux provinces. On attend cette année environ 40 exposants au stand canadien.

Le Canada participe depuis 1965 au Salon du Bourget, présenté en alternance avec celui de Farnborough, au Royaume-Uni.

Comme lors des deux dernières éditions, le gouvernement et l'entreprise partagent les coûts liés au stand canadien. Cette année, les troupes d'invitation contiennent de l'information sur le Programme pour les PME — autre mécanisme qui permet à la petite entreprise de participer, à condition de remplir certains critères.

Communiquer avec Louise Cameron, agent de projet, MAECI, à Ottawa. Tél. : (613) 996-3607. Fax : (613) 944-1008.

INFOCENTRE

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignements à Infifax, le service de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



Renforcement du soutien aux PME exportatrices

Le Gouvernement et les banques unissent leurs efforts

Une nouvelle initiative visant à faciliter l'accès au financement et à l'information aux PME exportatrices vient d'être annoncée par le ministre du Commerce international. Elle consiste en une série de mesures détaillées dans le rapport intitulé "Au service des PME exportatrices - Le gouvernement

et les banques veulent renforcer leur soutien", rendu public récemment par M. MacLaren.

En vertu de cette initiative, l'information susceptible d'aider les exportateurs sera désormais disponible à travers les grands réseaux des banques canadiennes. Ces dernières colla-

boreront également avec la Société pour l'expansion des exportations (SEE) afin d'offrir un meilleur soutien aux PME exportatrices.

L'accent sera mis sur trois domaines où le soutien accordé aux exportateurs doit être amélioré : l'accès à l'information, le financement à court terme et le financement à l'exportation à moyen terme.

Renouveau économique en Ukraine

Un marché important à l'horizon

L'Ukraine se dirige prudemment, mais de manière déterminée, vers le chemin du renouveau économique.

Cette nouvelle orientation pourrait guider les exportateurs canadiens vers le marché ukrainien.

Le programme Renaissance Europe de l'Est, administré par le MAECI, a financé une quarantaine d'initiatives d'expansion du commerce entre le secteur privé canadien et des partenaires ukrainiens. De plus, le programme canadien d'assistance technique a soutenu plus de 60 projets dont la valeur totale dépasse les 27 millions de \$.

Étant donné le nouveau contexte marqué par la stabilisation de l'économie, la transition plus nette vers une économie de marché et la mise en oeuvre d'un programme ukrainien de réformes économiques accepté par le Fonds monétaire international, l'Ukraine est devenue un marché d'exportation qu'il vaut la peine de prospecter — malgré encore certains obstacles, notamment les fréquentes modifications apportées à la réglementation gouvernementale, les retards de toutes sortes et une surréglementation générale de l'économie.

Pour ces raisons, et peut-être aussi à

cause des intérêts naturels de l'importante communauté ukrainienne établie au Canada, plusieurs exportateurs canadiens sont déjà à l'oeuvre sur le marché ukrainien, dans le cadre d'une coentreprise ou à titre d'investisseurs directs.

Voici quelques exemples :

- Une coentreprise a vu le jour afin de construire un grand immeuble de bureaux à Kiiv.
- On a formé une coentreprise avec un important institut de recherche ukrainien dans le but de développer la production de méthanol et les technologies connexes.
- D'autres coentreprises ont été créées dans les domaines suivants :
 - production de boissons à Lviv, qui seront mises en marché un peu partout en Ukraine;
 - fabrication de fromage pour les restaurants Pizza Hut;
 - confection de chaussures;
 - production de cercueils;
 - fabrication de revêtements massifs en simili-marbre pour la salle de bain.
- De plus, une société canadienne se spécialise dans la confection de pirojki.

(Voir page 4 — Ukraine)

Information/ Accès à l'information

Cette composante renferme quatre nouvelles initiatives : 1) le Carnet de route pour l'exportation et le financement des exportations, qui est un guide conçu pour orienter l'exportateur vers les personnes-ressources pouvant l'aider; 2) les Dix grands programmes d'aide à l'exportation, soit une série de feuilles d'information résumant les renseignements disponibles sur les programmes et services fréquemment utilisés; 3) le Babillard électronique de l'InfoCentre, accessible par modem d'ordinateur personnel, fournira une foule de renseignements sur les débouchés internationaux et le financement à l'exportation et 4) la formation, sous forme d'un séminaire sur les exportations et le financement des opérations commerciales à l'intention

(Voir page 2 — Exportateurs)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|--------------------------------|------|
| LA SEE À LA RESCOURSE | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 3 |
| SUPPLÉMENT : AGEXPORT..... | I-IV |
| FOIRES COMMERCIALES | 5-7 |
| PUBLICATIONS/AU CALENDRIER.... | 7-8 |

Exportateurs (Suite de la page 1)

des banquiers et des institutions financières, qui sera élaboré pour tout le Canada par l'Institut des banquiers canadiens.

Financement à court terme

La SEE développe actuellement un système de garantie ayant pour objet d'inciter les banques à accorder plus de crédits de fonctionnement aux exportateurs canadiens en fonction de leur créances sur l'étranger. De son côté, la Corporation commerciale canadienne (CCC) a pris l'initiative d'élaborer un programme de paiements échelonnés, qui aidera à fournir un préfinancement aux exportateurs.

Financement à l'exportation à moyen terme

Deux projets de cadres de travail ont été élaborés, afin de renforcer le partenariat entre la SEE, les banques et les institutions financières canadiennes en vue d'accorder un financement à moyen et à long terme aux exportateurs canadiens et surtout aux PME : 1) le Cadre PME de partage des risques, axé sur les entreprises dont le chiffre de ventes annuelles à l'exportation ne dépasse pas 10 millions de dollars et 2) le Cadre général de partage des risques, qui vise les autres exportateurs.

Des copies du rapport sont disponibles à l'infoCentre du Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Voir l'encadré à la page 8.

Les trucs du métier

Conquérir un marché d'exportation n'est pas toujours chose facile. Que d'efforts à déployer et combien d'obstacles à surmonter. Et pourtant un jour, c'est la réussite : on paraphe une entente de principe avec un nouveau client ou mieux encore, on finit par signer ce contrat bien mérité.

A partir du prochain numéro, *CanadExport* mettra à votre disposition une nouvelle rubrique vous permettant de nous faire part des secrets de votre réussite dans les différents marchés d'exportation. Voici donc l'occasion d'échanger ces petits "trucs" du métier grâce auxquels on réussit à percer les marchés étrangers.

Les délégués commerciaux font de leur mieux pour expliquer aux gens d'affaires les ambiguïtés du marché dans leurs territoires respectifs. Cependant, votre vision personnelle, modelée par votre expérience du terrain, est irremplaçable. *CanadExport* vous offre ses colonnes pour la partager avec les autres joueurs de l'équipe Canada.

CanadExport attend vos récits avec impatience.

Garanties contractuelles à haut risque?

La SEE à la rescousse

CanadExport a appris que de nombreux exportateurs ne sont pas au courant de l'existence de la gamme de produits et de services disponibles auprès du groupe des assurances à moyen terme de la SEE. Etant donné leur importance pour les exportateurs, *CanadExport* est ravi d'en présenter les grandes lignes.

Fournir des garanties contractuelles dans le cadre d'un projet international, tel que souvent exigé par les acheteurs étrangers pour garantir la soumission ou l'exécution complète d'un contrat, peut comporter des risques et bloquer les ressources financières d'une entreprise. La SEE peut apporter son aide,

en protégeant l'exportateur, la banque ou la société de cautionnement. Voici comment :

Pour les garanties bancaires et les cautions, la SEE offre a) assurance-caution de soumission et assurance-caution de bonne exécution, qui protègent les exportateurs jusqu'à 90% des pertes résultant d'appels injustifiés ou d'appels justifiés pour des raisons indépendantes de la volonté de l'exportateur (par exemple, les situations de force majeure); et b) garanties-cautions de soumission et garanties-cautions de bonne exécution qui couvrent la banque à 100% contre les pertes résultant d'appels injustifiés ou justifiés.

Pour les cautions, la SEE réassure habituellement la société de cautionnement qui émet la caution et partage

(Voir page 3— Les cautions)

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : *CANADEXPORT* (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CHINE (République populaire de) — Une société publique chinoise ayant un bureau au Canada cherche des fabricants ou fournisseurs canadiens de **micro-ordinateurs, d'accessoires pour micro-ordinateurs, de produits de télécommunications ainsi que de composants électroniques.** Communiquer avec Edman Lau, C.H.Y. Electronics (Canada) Inc. Tél. : (905) 882-9300. Fax : (905) 882-2300.

MEXIQUE — Un conseiller en commerce d'exportation canado-mexicain établi dans les deux pays peut aider les nouveaux exportateurs en matière **d'entrée sur le marché, d'analyse commerciale, de formation de coentreprises, de sélection de personnel et d'établissement de contacts directs au plus haut niveau.** Contacter Michael Aleman de Lavergne, 131, rue Bloor ouest, bureau 1016, Toronto M5S 1S3. Tél. : (416) 968-1332. Fax : (416) 348-8622. Au Mexique, communiquer avec Sr Javier Zamora Rios Jr. Tél. : 011-52247-214-66.

ASIE DU SUD-EST — Une société asiatique est à la recherche d'un associé intéressé à **investir dans une entreprise exploitant des mines de charbon** dont les gisements totalisent environ 3 millions de tonnes. Communiquer avec Andi Winarta, directeur, ou GrandCan International. Tél. : (416) 223-9072. Fax : (416) 730-8985.

Les cautions *(Suite de la page 2)*

les risques. Ou encore, lorsque la réassurance est impossible, la SEE peut émettre les cautions directement au bénéficiaire! Dans un cas comme dans l'autre, la participation de la SEE pourrait faciliter les opérations de nantissement dans des industries et sur des marchés non traditionnels.

D'autre part, ces services de la SEE peuvent faciliter le financement. Parce qu'un exportateur doit offrir des sûretés suffisantes pour qu'une banque émette une garantie, l'exportateur risque d'avoir un fonds de roulement

insuffisant pour répondre à ses besoins. Les garanties-cautions de soumission et les garanties-cautions de bonne exécution, par contre, fournissent un soutien direct au fonds de roulement en protégeant entièrement la banque contre les risques. L'exportateur peut alors utiliser sa ligne de crédit ou ses liquidités, sans avoir à en engager une partie en nantissement envers la banque.

Pour renseignements complémentaires, contacter Kirk Anderson à la SEE, Ottawa. Tél. : (613) 598-2500. Fax : (613) 598-2775.

Marchés internationaux naissants

Nouvel appui de financement de la SEE

Un nouvel appui en matière de financement et de gestion des risques, grâce auquel les exportateurs canadiens pourront accroître leur compétitivité sur les marchés naissants, est désormais offert par la Société pour l'expansion des exportations (SEE).

En vertu de cet appui, la SEE envisagera d'examiner les projets et les transactions des secteurs public et privé dans des pays à l'égard desquels elle ne prenait jusqu'ici aucun engagement, tels l'Argentine, le Ghana, la Jamaïque, la Jordanie, le Kazakhstan, le Liban, la Roumanie et le Viet-Nam. Le Brésil, le Pérou et probablement l'Égypte pourraient également bénéficier de l'appui de la SEE aux projets et transactions de leur secteur privé.

La demande du marché, ainsi qu'un ensemble de facteurs financiers, déterminent le choix des pays par la SEE. La SEE prend également en ligne de compte certaines caractéristiques des projets tels, entre autres, les gains de

change, les autres partenaires financiers, le capital investi et la qualité des commencentaires. Les lois et règlements du pays considéré ainsi que des critères relatifs aux investissements étrangers sont également évalués par la SEE.

Pour renseignements complémentaires, contacter Rod Giles de la SEE, par téléphone au (613) 598-2904.

Nouvelle adresse

L'ambassade du Canada en République du Kazakhstan est toujours ouverte, mais a déménagé. Voici la nouvelle adresse : ambassade du Canada, 157 Prospect Abaya, 6e étage, 480009 Almaty, République du Kazakhstan. Tél. : 011-7-3272-509381. Fax : 011-7-3272-509380.

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



L'Ukraine *(Suite de la page 1)*

D'autres sociétés canadiennes travaillent à la remise en état des centrales thermiques ukrainiennes; Téléglobe a établi une station de télécommunications par satellite; et d'autres entreprises explorent les débouchés dans les secteurs du pétrole et du gaz naturel, de la transformation des aliments, de la frappe de la monnaie ainsi que de l'industrie légère.

Les responsables du commerce affirment que, bien que ces entreprises

soient déjà établies dans la région, les éventuels exportateurs canadiens en Ukraine doivent prendre conscience que le marché y est assez vaste pour accueillir toutes les entreprises canadiennes et que la porte reste ouverte.

Ils ajoutent qu'il importe de saisir cette occasion dès maintenant.

Ce message était clair lors de la visite au Canada en octobre dernier du président ukrainien, Leonid Koutchma, élu en juillet. Il s'agissait de son pre-

mier voyage à l'étranger, ce qui témoigne de l'importance du Canada pour l'Ukraine.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Roman Hruby, MAECI. Tél. : (613) 944-1437. Fax : (613) 995-8783.

On peut également s'informer directement auprès de l'ambassade du Canada en Ukraine. Tél. : (011-7-044) 212-0212, 212-3550. Fax : (011-7-044) 291-8958.

Crédit de 20 millions de \$

L'Ukraine s'intègre à l'économie mondiale

Une ligne de crédit de 20 millions de \$ accordée à l'Ukraine par la SEE privilégiera les transactions ayant un effet positif sur la position du pays en matière de devises étrangères.

« La ligne de crédit encouragera l'Ukraine à s'intégrer à l'économie mondiale et aidera les entreprises canadiennes à exploiter de nouveaux débouchés sur ce marché naissant », a déclaré Roy MacLaren, ministre du Commerce international, lors de l'annonce faite à l'occasion de la visite de cinq jours au Canada du président ukrainien Leonid Koutchma.

Pour que l'Ukraine en retire des avantages immédiats, la ligne de crédit sans conditions de faveur sera utilisée en priorité pour les contrats dont l'exécution se fera dans l'année; seuls les biens d'équipement et assimilés y seront admissibles.

M. Koutchma a également assisté à la Conférence du G-7 sur le partenariat pour la transformation économique de l'Ukraine, tenue le 27 octobre dernier à Winnipeg. « Le Canada entretient des relations étroites avec l'Ukraine et voudrait lui venir en aide pour faciliter la transition à une

économie de marché », a précisé M. MacLaren. « C'est pourquoi nous sommes heureux d'accueillir la Conférence à Winnipeg. Celle-ci ne pourra que donner plus d'élan au processus de réformes économiques. »

Bien qu'il soit encore modeste, le commerce bilatéral Canada-Ukraine ne cesse de croître.

Des débouchés à l'exportation ont été repérés dans nombre de secteurs, dont les plus prometteurs sont l'énergie, l'industrie minière, l'agriculture, les télécommunications et l'environnement.

CANADA-UKRAINE : une série de premières!

- **1992** : Le Canada accorde le traitement du Tarif de préférence général à bon nombre d'importations ukrainiennes.
- Le Canada est le premier pays occidental à établir une ligne de crédit de 50 millions de \$ pour l'Ukraine, par l'entremise de la Société pour l'expansion des exportations.
- Le Canada et l'Ukraine signent une déclaration conjointe de coopération économique.
- **1993** : Le Canada exporte vers l'Ukraine des marchandises pour une valeur de 28,6 millions de \$ et en importe de ce pays pour 15,7 millions de \$. Les principales exportations canadiennes se composent de billets de banque et de timbres-poste, de textiles et de vêtements, de bétail d'élevage, de produits pharmaceutiques et de matériel informatique.
- **1994** : Un Accord commercial Canada-Ukraine est conclu. Il fixe le cadre des règles relatives à la conduite des relations commerciales bilatérales, règles compatibles avec l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT).
- À l'heure actuelle, les fonctionnaires des deux pays sont sur le point de conclure une convention en matière de double imposition, un accord de protection de l'investissement étranger ainsi qu'une entente de coopération économique.



SUCCÈS COMMERCIAUX

Serres Les grands vents

Une serre de St-Mathieu, au Québec, a constaté que les industries du parfum et de l'alimentation peuvent constituer un marché pour les roses coupées cultivées sans produits chimiques.

Les Serres Les grands vents parvient à vendre les fleurs qui ne respectent pas les normes esthétiques des fleuristes (soit environ 10 % d'entre elles). Depuis deux ans, la société vend ces roses à un fabricant de parfums et à un fabricant de gelées, au Québec.

Le marché a été développé avec l'aide d'Agriculture et Agro-alimentaire Canada et de l'Institut québécois du développement de l'horticulture ornementale. On considère que la technologie mise au point pour ce produit pourrait être exportée.

Renseignements : Réjean Anctil, Serres Les grands vents, Téléphone : (418) 738-2093, Télécopieur : (418) 738-2047

Eastern Sea Products

Une société de Scoudouc, au Nouveau-Brunswick, Eastern Sea Products, vend à l'étranger 90 % des poissons fumés qu'elle produit.

Cette entreprise, qui existe depuis dix ans, met à profit les techniques européennes les plus modernes de fumage du poisson et son approvisionnement facile en poisson frais de l'Atlantique pour exporter du saumon, de l'anguille et du maquereau fumés de haute qualité, notamment en Californie, à New York, à Boston et en Russie. La société offre depuis peu à ses clients canadiens un service d'expédition de saumon fumé le lendemain de la commande.

Renseignements : Maurice Allain, Eastern Sea Products, Téléphone : (506) 532-6111, Télécopieur : (506) 532-9111, Sans frais : 1-800-565-6364

Les tendances des marchés et le défi de l'agro-alimentaire

D'après le sondeur Martin Goldfarb, la globalisation des marchés et les transformations de la société vont avoir des conséquences considérables sur les habitudes d'achat des consommateurs, sur les méthodes de commercialisation et sur la capacité des sociétés agro-alimentaires de répondre aux défis des vingt prochaines années.

Dans une allocution prononcée lors d'un congrès international sur les défis en matière de commercialisation de produits et de services alimentaires à Montréal, M. Goldfarb a déclaré que les chocs que vont subir au cours des prochaines années les transformateurs de produits alimentaires nord-américains constitueront des tests sérieux de la rapidité de leurs réflexes corporatifs.

Vu la forte immigration en provenance des pays du Pacifique, l'intolérance au lactose sera de plus en plus répandue, ce qui pourrait poser des problèmes à l'industrie laitière. La diminution de l'importance de la classe moyenne va elle aussi influencer sur les tendances de consommation de nombreux produits alimentaires en renforçant la demande pour des aliments peu onéreux qui devraient être produits en quantités encore plus grandes pour faire baisser les coûts. La réduction des coûts de distribution sera la voie de l'avenir, estime M. Goldfarb.

Les stratégies de la commercialisation des produits alimentaires établissent depuis longtemps des liens entre les modes de vie et les produits alimentaires. Mais au cours des prochaines années, les produits alimentaires devront obéir aux nouvelles tendances.

Les gens souhaitent être en mesure de contrôler leur horaire et accordent de plus en plus d'importance aux rapports familiaux. Les habitudes vont changer.

Les repas devant la télévision vont céder la place à des repas plus structurés auxquels prendront part, au moins une fois par jour, tous les membres de la famille.

De plus, les fabricants de produits alimentaires vont se heurter à une opposition de plus en plus vive à l'égard du gras dans les aliments. M. Goldfarb croit que le gras va devenir un ennemi aussi détesté que la cigarette et qu'il devra être évité à tout prix. Ainsi, les produits allégés vont continuer à se multiplier.

Selon lui, la commercialisation des produits qui contiennent du gras devra tenter d'éliminer la culpabilité et préconiser une alimentation équilibrée.

La commercialisation emploiera des couleurs plus naturelles et plus neutres. Néanmoins, le « sex-appeal » conservera son attrait éternel, ainsi que les virages de la mode. Les projets dépourvus de style éprouveront des difficultés en empêchant le consommateur d'afficher son individualité et sa liberté par ses habitudes d'achat.

Dans bien des cas, la satisfaction des clients sera un élément décisif du succès des entreprises. La concurrence étant si vive, la principale différence entre les produits sera la satisfaction des clients. Et celle-ci dépend en grande partie du service à la clientèle tant dans la compréhension des exigences en matière de valeur, de qualité et de prix que de l'attention qu'on y porte.

Pour plus de renseignements :

Marc Chénier
Agriculture et

Agro-alimentaire Canada
Téléphone : (514) 283-3815
poste 508

Télécopieur : (514) 283-8794

Profil de marché : Chine

La République populaire de Chine est le cinquième plus important partenaire commercial du Canada. Cependant, nos relations avec ce pays pourraient revêtir plus d'importance, car la Chine continentale semble en voie de devenir un marché dynamique d'ici quelques années. Actuellement, il est difficile de connaître la demande de ce marché potentiel, car la Chine a besoin de matières premières et doit moderniser ses procédés et technologies dans pratiquement tous les secteurs. Les produits occidentaux à valeur ajoutée auront donc, dans l'ensemble, moins d'attrait, bien que les habitants de certaines villes prospères du sud disposent d'un revenu disponible bien supérieur et ont développé le goût de tels produits.

Bon nombre des exigences chinoises en matière d'importation et d'infrastructure peuvent être facilement comblées par ce que le Canada a de mieux à exporter, notamment les produits agricoles. Le Canada et les États-Unis sont les principaux

fournisseurs de blé de la Chine. Le Canada détient d'ailleurs 35 % de ce marché. Il exporte également en Chine de gros volumes d'orge brassicole et devrait conserver ce débouché, car les Chinois connaissent de mieux en mieux ce produit. La Chine devrait accroître ses importations de grains au cours de la prochaine décennie, en raison de la demande de viande, ainsi que de produits du bétail et de la volaille à la consommation. Vu la demande de viande, la Chine devrait importer la technologie liée aux aliments pour animaux, aux installations d'élevage des bestiaux et aux systèmes de conduite. Les secteurs canadiens qui pourraient exporter leurs produits ou transférer leur technologie sont ceux des bovins laitiers, des porcs, de la viande et des intrants agricoles, ainsi que ceux de la transformation, de l'entreposage et de la commercialisation des produits agro-alimentaires. Les Chinois sont très favorables aux projets mixtes et veulent accroître leur production et adopter la technologie de pointe dans de nombreux

secteurs. Les domaines qui se prêtent à des projets de collaboration sino-canadienne et au transfert de la technologie sont la manutention et l'entreposage des grains, l'utilisation agricole durable des surfaces pastorales, la transformation des aliments, la machinerie agricole, la technologie forestière et la lutte contre les maladies animales et végétales. Cependant, les exportateurs canadiens devront apprendre à commercer à la chinoise et devront se montrer prudents dans leurs tentatives pour conquérir ce marché. Ils devront donc notamment se fier aux renseignements et aux recommandations que leur fournira l'ambassade canadienne à Beijing pour les aider à comprendre la culture commerciale chinoise.

Pour plus de renseignements :

Randy Nelson

Agriculture et

Agro-alimentaire Canada

Téléphone : (613) 995-9554

Télécopieur : (613) 995-0949

Hong Kong

La conquête du marché de Hong Kong peut s'avérer un tremplin pour le marché chinois. Les produits qui obtiennent la faveur populaire à Hong Kong réussissent souvent à se frayer un chemin en Chine. Hong Kong est aussi une source importante de renseignements sur les tendances économiques pour la Chine.

Hong Kong est le principal passage vers la Chine et un important portail par lequel ce pays transige avec le monde. Environ 37 % des échanges commerciaux internationaux de la Chine et 60 % des investissements chinois se font via l'île.

Hong Kong offre surtout aux exportateurs canadiens des débouchés pour les nouilles de toutes sortes et l'huile de canola. Les secteurs du boeuf et du porc pourraient aussi y trouver des clients, en particulier dans la transformation des aliments si les exportateurs peuvent produire des denrées particulières au marché visé et conditionnées pour ce dernier.

Cependant, les Canadiens ont la réputation de produire des denrées trop coûteuses et de ne pas s'intéresser au développement à long terme du marché. Ils devront donc s'efforcer de changer cette perception.

Pour de plus amples renseignements :

Randy Nelson

Agriculture et Agro-alimentaire Canada

Téléphone : (613) 995-9554

Télécopieur : (613) 995-0949

Corée

La Corée est le quatrième plus important débouché des produits agro-alimentaires canadiens et le troisième plus important marché d'Asie, après la Chine et le Japon. En 1993, les exportations agro-alimentaires canadiennes dans ce pays ont totalisé 391 millions de dollars (83 % de grains non transformés). Le niveau de vie des Coréens s'améliore et leurs habitudes alimentaires s'occidentalisent peu à peu, ce qui crée de nouvelles occasions d'exporter dans ce marché en plein développement.

La Corée importe de plus en plus de produits alimentaires transformés. Le marché des aliments et des produits alimentaires (à l'exclusion de celui du riz) s'est développé au taux annuel moyen de 12 % de 1990 à 1992.

(Voir page IV—CORÉE)

Les beautés de la nature au Canada font vendre de la bière au Japon

En 1993, les exportateurs de bière canadiens ont découvert que la beauté de la nature canadienne fait vendre, au Japon.

Et l'été torride de cette année, alors que les températures ont dépassé de 3°C la moyenne des 30 dernières années, a encore amélioré la performance des bières importées au Japon.

Pour la période de janvier à juillet 1994 seulement, la part de marché des bières importées a plus que doublé, passant à 3,4 % par rapport à 1,6 % en 1993.

Les quatre grands brasseurs japonais (Kirin, Asahi, Sapporo et Suntory) qui occupent 90 % du marché japonais ont vu leurs ventes augmenter de 3,5 % pour les sept premiers mois de 1994 comparativement à la même période l'an dernier.

Plusieurs brasseries canadiennes dont Moosehead, Banff Springs, Pacific Western et Labatt ont pu trouver des marchés spécialisés qui dépassent leurs prévisions de ventes parce que leurs produits sont, dans l'esprit des consommateurs

japonais, des produits propres, naturels et de qualité.

La brasserie Drummond Breweries prévoit vendre plus d'un million de canettes de bière cette année après avoir adopté le nom de Banff Springs. Le nom de Banff est bien connu au Japon et la commercialisation a insisté sur le fait que la bière est fabriquée avec de l'eau pure des Rocheuses et avec de l'orge cultivé dans les terres fertiles des Prairies.

Moosehead vend mille caisses de bière par mois en faisant valoir la majesté de la nature et la beauté du Canada.

D'autres facteurs ont permis aux ventes de ces marques de bière de dépasser les prévisions, dont la force du yen et la présence de milliers de résidents canadiens et américains au Japon. Même si le Japon compte plusieurs brasseries importantes, on prévoit que les sociétés canadiennes vont prendre de l'importance sur ce marché. Ceci permettra à l'exportation à destination du Japon de devenir rentable.

Les exportations canadiennes en Asie : marché d'avenir pour la valeur ajoutée

Dans les cinq premiers mois de 1994, 51 % des exportations de produits agro-alimentaires canadiens à haute valeur ajoutée qui ont été vendues à des pays autres que les É.-U. se sont retrouvées sur le marché nippon. Ce chiffre est supérieur à l'ensemble des exportations vers l'Europe de l'Ouest (24 %) et l'Amérique latine (14%). Sont exclues des exportations agro-alimentaires à haute valeur ajoutée les denrées en vrac telles les céréales en vrac et les oléagineux.

Les exportations canadiennes des produits agro-alimentaires à haute valeur ajoutée vers l'Asie dans les cinq premiers mois de 1994 se chiffraient à 382 millions \$, un gain de 3,5 % par rapport à l'an dernier. Le porc, le porc transformé et les produits du porc représentent 18 % de ces exportations à haute valeur ajoutée vers l'Asie, en hausse de 4,3 % par rapport à 1993. Les cuirs, les peaux et les fourrures représentent 14 % de ces exportations. Les produits de luzerne et de fourrage, issus en grande partie des Prairies, représentent 12 % des exportations vers l'Asie, une hausse de 5,8 % par rapport à l'an dernier. Les exportations de malt ont chuté à 26 % de la valeur de 1993 et représentent sept % des produits à valeur ajoutée exportés vers l'Asie. Parmi les autres produits importants dans cette catégorie, notons la hausse de 72 % des exportations de whisky, quatre fois la valeur de 1991. Les exportations de frites surgelées ont augmenté de 10 %. Les exportations de ginseng vers cette région sont en baisse.

Le Japon demeure le marché privilégié pour nos produits à haute valeur ajoutée et représentait 60 % de ces exportations en 1994. Plusieurs régions spécifiques du Japon offrent des débouchés intéressants. Les exportations vers le Japon sont en baisse de 3 % par rapport à l'an dernier. La Corée est devenue notre second marché en Asie pour les produits à valeur ajoutée, en hausse de 64 % en raison d'une croissance de ventes de fourrures, de fourrage, de boeuf et d'autres produits. Les pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE) ont importé 28 % plus de produits à haute valeur ajoutée que l'an dernier. Les exportations vers Taiwan ont chuté vu la diminution des expéditions de peaux et de fourrures, tandis que les exportations vers Hong Kong demeurent inchangées. Les exportations de produits à haute valeur ajoutée vers l'Inde sont passées de un million \$ à 18 millions \$ dans les cinq premiers mois de 1994 comparé à la même période en 1991, grâce aux exportations de légumineuses et d'huile de canola. Le Vietnam est le dixième acheteur en importance pour nos produits agro-alimentaires à haute valeur ajoutée, jusqu'ici en 1994.

Vers l'an 2000, 60 % de la population mondiale sera issue de l'Asie et consommera 40 % des biens et services mondiaux. Cette donnée combinée avec des salaires à la hausse, créent un potentiel exponentiel pour des produits à haute valeur ajoutée dans plusieurs marchés cibles de l'Asie.

L'après-GATT et l'accord de Visegrad

Les pays signataires de l'accord commercial de Visegrad, soit la Hongrie, la Pologne, la République tchèque et la Slovaquie, offrent aux exportateurs canadiens des possibilités commerciales qui valent la peine d'être explorées, étant donné l'aboutissement fructueux de l'Uruguay Round des pourparlers du GATT.

Ces pays comptent ensemble environ 75 millions d'habitants et ont plus que doublé leurs importations de produits agro-alimentaires canadiens en 1993 par rapport à 1992 pour un total d'environ 70 millions de dollars. Ceci indique que la classe moyenne, en progression constante, prend goût aux produits occidentaux.

Les nations signataires de l'accord de Visegrad élargissent les droits de la nation la plus favorisée à d'autres pays membres du GATT, dont le Canada.

Les exportateurs canadiens qui s'intéressent au transfert de la technologie, à des projets mixtes et aux exportations de produits dans cette région devraient y trouver des débouchés.

Les pays d'Europe centrale peuvent aussi constituer un passage pour les produits et denrées alimentaires à valeur

ajoutée canadiens vers l'Union européenne, le Moyen-Orient et les autres nations d'Europe centrale et d'Europe de l'Est.

Des projets mixtes pourraient porter sur l'emballage, la mise en conserve et la distribution des viandes exportées aux pays tiers et sur l'introduction de produits à valeur ajoutée par l'entremise de certaines chaînes d'alimentation de l'Union européenne qui ont des établissements dans les pays signataires de l'accord de Visegrad.

Les possibilités de transfert de la technologie visent le matériel génétique animal (bovins de boucherie, bovins laitiers, volailles et porcs) et la gestion de la production.

Les produits canadiens susceptibles de percer ces marchés sont le blé, le maïs, l'orge, les haricots, les pois, les lentilles, le canola, les aliments pour animaux, les cubes et les agglomérés de luzerne, ainsi que le tabac.

Par ailleurs, les besoins de sujets de reproduction et du matériel génétique dans les secteurs des bovins de boucherie et des bovins laitiers, ainsi que dans celui de la volaille, pourraient aussi donner lieu à des échanges. En outre, les pommes de terre de semence et les

aliments transformés et semi-transformés, comme la viande, les fruits, les légumes et les produits laitiers, sont également en demande.

Pour plus de renseignements :

John Smiley

Agriculture et

Agro-alimentaire Canada

Téléphone : (613) 995-9554

Télocopieur : (613) 995-0949



Question de goût

Les exportateurs font fréquemment appel à Compusense pour tenter de cibler leurs produits destinés à l'étranger. L'évaluation sensorielle de produits d'exportation représente une part importante de ses activités. La compagnie participe à la mise au point de la saveur des produits alimentaires afin de leur permettre de résister au temps de transport entre le fabricant et le consommateur. La société envisage également la possibilité de procéder parmi les divers groupes ethniques du Canada à des évaluations pour des marchés d'exportation précis.

Renseignements : **Chris Findlay**,
Compusense, Téléphone : (519) 836-9993, Télocopieur : (519) 836-9898

L'essentiel

La société Prairie Essential Oils Ltd. va bientôt extraire, près de Kipling en Saskatchewan, des huiles de cultures telles que la coriandre, le fenouil et le cumin. L'usine est le fruit de la collaboration des sociétés de développement Pipestone Valley, Gateway et Moose Mountain Central Rural.

Renseignements : **Jason Zhu**, *Prairie Essential Oils Ltd.*, Téléphone et télocopieur : (306) 736-8399

Corée (suite de la page II)

Sur le plan de la consommation des aliments, on a surtout observé une tendance à la hausse de la consommation de viande et de produits carnés, ainsi que de fruits et de légumes, y compris de fruits et légumes frais importés. On constate aussi une demande accrue d'aliments transformés, comme les viandes transformées et les aliments en conserve. Les Coréens sont de plus en plus conscients de leur alimentation et exigent des aliments « sains » et des produits de marque. Ils fréquentent de plus en plus les établissements de restauration rapide et mangent plus

souvent à l'extérieur de la maison.

Les produits dont les possibilités d'exportation semblent bonnes sur ce marché sont le boeuf, le porc, les fruits de mer, les sous-produits animaux, le soja, les produits laitiers, l'eau embouteillée, les confiseries et les viandes transformées.

Pour de plus amples renseignements :

May Chow

Agriculture et

Agro-alimentaire Canada

Téléphone : (613) 995-9554

Télocopieur : (613) 995-0949

Instruire avant de bâtir

Les entrepreneurs canadiens qui envisagent d'aller construire des maisons à ossature de bois en Espagne doivent d'abord se préoccuper des fondations culturelles de pareille entreprise et s'atteler à la tâche de sensibiliser les consommateurs espagnols.

En effet, bien que le marché espagnol offre un potentiel certain (*voir l'article sur CONSTRUMAT 1995 opposé*), il faut y proposer aux consommateurs une image plus juste de la maison à ossature de bois : non, ce n'est pas nécessairement une cabane délabrée cachée au fond des bois, ni même seulement une maisonnette où goûter aux charmes de la vie rustique...

Voilà en deux mots le message central d'un nouveau rapport qui nous arrive du consulat du Canada à **Barcelone, Introduction de la maison à ossature de bois en Espagne : Un travail de longue haleine.**

Pour solliciter le marché espagnol et s'y implanter, l'exportateur canadien doit s'attaquer à un terrain en friche où tout reste à faire, à commencer par la sensibilisation. Le succès repose sur une connaissance approfondie des coutumes espagnoles et sur la maîtrise de la langue du pays, sans compter qu'il faudra disposer des ressources humaines et financières voulues.

Seuls les constructeurs canadiens prêts à consentir les efforts nécessaires pourront tirer profit du potentiel offert par le marché espagnol.

Le marché de la construction résidentielle en Espagne

Il existe en Espagne à l'heure actuelle une pénurie aiguë de logements; le plan gouvernemental en matière d'habitation (dont une année reste encore à courir) prévoit des subventions pour la construction de 400 000 unités.

Les entrepreneurs et les promoteurs espagnols sont à la recherche des technologies et du savoir-faire qui pourront améliorer leur compétitivité dans le marché unique européen. La hausse

des salaires et la stagnation de la productivité favorisent le recours à de nouvelles techniques du bâtiment, qui viendraient compléter les méthodes traditionnelles.

Par exemple, les acheteurs espagnols ont, en matière de revêtement et de finition, des exigences différentes de celles des consommateurs canadiens. Dans le choix des matériaux, la brique et la pierre s'imposent; la moquette n'est pas une solution acceptable : en Espagne, on revêt les murs de la cuisine et de la salle de bains de carreaux de céramique.

Pareilles exigences ne sauraient pourtant constituer un obstacle qui puisse arrêter nos constructeurs, dont la souplesse en matière de techniques du bâtiment est bien connue. Par ailleurs, les entrepreneurs canadiens attirés par le marché espagnol n'ont pas vraiment à s'inquiéter de la concurrence des autres constructeurs européens dans le secteur de la maison à ossature de bois.

Pour renseignements complémentaires, contacter René-François Désamoré, au consulat du Canada à Barcelone. Fax : (343) 410-7755.

Barcelone accueille CONSTRUMAT 95 ...

Barcelone — CONSTRUMAT 1995, l'une des plus grandes foires européennes du secteur du bâtiment et la plus importante du genre dans le bassin de la Méditerranée, se tiendra à Barcelone du 3 au 8 avril 1995.

Cette foire est présentée tous les deux ans, et le MAECI organise, une fois de plus, un stand canadien et recrute actuellement des participants.

L'édition de 1993 a attiré 3 321 exposants et 210 135 visiteurs de l'industrie. On attend autant de participants à **CONSTRUMAT 1995**, où seront exposées les innovations et les technologies les plus récentes dans 18 des différents domaines du secteur de la construction.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Gaston Thompson, du MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Fax : (613) 944-1008.

... Et Bruxelles BATIBOUW 1995

Bruxelles — Les fabricants de matériaux et composants de construction désirant entrer dans des marchés étrangers ou en développer de nouveaux seront intéressés à participer à la foire **BATIBOUW 1995**, qui se tiendra dans la capitale du 2 au 12 mars 1995.

Le Canada aura son pavillon à cette 36^e édition annuelle du Salon international du bâtiment, de la rénovation et de la décoration. La délégation canadienne est organisée par Rhéal Leroux et Associés, en collaboration avec l'ambassade du Canada à Bruxelles.

Les participants, que l'on est en train de recruter, viendront présenter leurs produits et services, par exemple la construction à ossature de bois, les

maisons en bois rond, le bois d'ébénisterie, les systèmes de bâtiment et les services-conseils. De plus, ils seront invités à décorer leurs stands à l'aide de leurs produits : couvre-sol, armoires de cuisine, clôtures.

Les organisateurs de **BATIBOUW 1995** soulignent que leur salon est une porte d'entrée sur de nouveaux marchés en Belgique (où les ventes canadiennes dépassent aujourd'hui le milliard de \$ par année) ou d'autres marchés européens (la Belgique possède des ports bien aménagés et un excellent réseau de transports vers les pays voisins).

Pour participer ou obtenir de plus
(Voir page 6 — Batibouw)

Secteur minier

Une combinaison gagnante

Lima — Les sociétés oeuvrant dans le secteur de l'équipement minier et des services connexes ont l'occasion d'explorer le marché péruvien dans le cadre d'une foire commerciale qui se tiendra dans la capitale du Pérou du 24 au 29 avril prochains.

Les entreprises intéressées peuvent aussi prendre part à la mission commerciale (du 1er au 5 mai 1995) qui se rendra par la suite à Santiago du Chili afin d'y prospecter le secteur de l'exploitation minière.

La foire péruvienne, **TECNOMIN 1995**, comptera un stand canadien mis sur pied par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) qui cherche actuellement des participants.

Les organisateurs de la foire considèrent que le moment est particulièrement bien choisi pour les fournisseurs canadiens de s'y distinguer, car le Pérou prévoit dépenser annuellement 400 millions de \$ US en équipement minier et services connexes au cours des trois prochaines années.

La mission commerciale qui se rendra à Santiago du Chili donnera aux Canadiens l'occasion d'entrer en contact avec le premier producteur et exportateur mondial de cuivre.

Avec une demande annuelle estimée à 500 millions de \$ US, le Chili constitue le principal marché d'exportation du Canada en Amérique latine dans le domaine de l'équipement minier et des services connexes. Ceux qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur ce marché peuvent se procurer la publication *L'offre et la demande dans le secteur chilien de l'équipement et des services miniers* au Centre de commerce international de leur région.

Pour plus de renseignements au sujet de **TECNOMIN 1995** et de la mission commerciale à Santiago, communiquer avec Paul Schutte, du MAECI. Tél. : (613) 996-5358. Fax : (613) 944-0479.

Priorité aux plastiques à São Paulo

São Paulo — **BRASILPLAST 1995** est le lieu international de rendez-vous des fabricants de résines, de machinerie, de matériel et de produits finis.

BRASILPLAST 1995 est la sixième plus importante foire mondiale dans le secteur des matières plastiques et la plus grande dans l'hémisphère sud.

Les organisateurs de cet événement bisannuel attendent cette année un nombre record d'exposants des quatre coins du monde, soit 700, ainsi qu'environ 72 000 visiteurs.

Événement réservé à l'industrie, **BRASILPLAST 1995** se tiendra du 18 au 24 mai prochains et comprendra un stand canadien pour lequel le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) cherche actuellement des participants.

BRASILPLAST 1995 offre d'excellentes possibilités de commercialisation pour les fabricants de machines de transformation des matières plastiques ou même de machinerie d'emballage et d'étiquetage pouvant s'adapter aux plastiques.

Huitième plus grande économie du monde, le Brésil a entrepris ces dernières années d'ouvrir son éco-

nomie en réduisant de beaucoup les droits de douane, à 6,5 % en moyenne. Par conséquent, le marché le plus vaste et le plus industrialisé d'Amérique latine s'ouvre peu à peu à un plus grand nombre de produits importés.

Le secteur brésilien des matières plastiques ne fait pas exception; c'est même l'un des secteurs industriels qui connaissent la croissance la plus rapide au pays. Animée en grande partie par les modernisations nécessaires pour rivaliser avec les importations et par un regain des activités dans les secteurs de l'emballage, de l'automobile et de la construction, l'industrie brésilienne des plastiques affiche actuellement des ventes annuelles de près de 7,5 milliards de \$ CAN.

Pour des renseignements de nature commerciale, communiquer avec Charles E. Perry, agent commercial, consulat général du Canada, São Paulo, SP, Brésil. Fax : 011 (55-11) 251-5057.

Pour s'inscrire à la foire, contacter Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, MAECI, Programmes et administration, Ottawa. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

20^e anniversaire**Rendez-vous culinaire à Tokyo**

Tokyo — La plus importante foire asiatique des aliments et boissons, **Foodex 1995**, sera présentée du 7 au 10 mars prochains dans la région de la capitale nipponne.

Foodex, qui fêtera en 1995 son 20^e anniversaire, attire plus de 86 000 gens d'affaires de 42 pays.

En 1994, les exposants canadiens ont réalisé des ventes de plus de 5 millions de \$; l'année précédente, les importations japonaises de produits alimentaires avaient augmenté de 5,5% pour dépasser les 40 milliards de \$.

Foodex offre une excellente occasion aux exportateurs canadiens d'accaparer

une plus grande part de ce marché.

Pour renseignements, communiquer avec Lorraine Elworthy, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 992-6185. Fax : (613) 943-8286.

Batibouw

(Suite de la page 5)

amples renseignements, communiquer avec Rachel Gauthier, agent de projet, Rhéal Leroux et Associés, Ottawa. Tél. : (613) 741-9397. Fax : (613) 741-9906.

On décortique la terre à Cologne

Cologne — Du 2 au 5 mai prochains se tiendra dans la ville allemande de Cologne **GEOTECHNICA 1995**, l'une des plus importantes foires commerciales d'Europe, qui attire de nombreux organismes et entreprises oeuvrant dans les domaines des sciences de la terre et de la géotechnique.

Bien qu'ayant pour thème principal la conservation et la restauration de l'environnement, **GEOTECHNICA** a porté dans le passé sur plus d'une centaine de disciplines connexes ou apparentées.

Plus de 20 sociétés et organisations canadiennes ont participé aux deux dernières éditions de la foire en 1991 et en 1993. Les visiteurs et les exposants se sont montrés particulièrement intéressés par les instruments de géologie et de géophysique, les systèmes et logiciels d'information géographique ainsi que toute la gamme des technologies de la télé-détection et leurs applications.

En 1993, **GEOTECHNICA** a attiré plus de 600 exposants et plus de 20 000 visiteurs.

Cette foire est une excellente occasion pour percer les marchés aussi bien d'Europe de l'Est que d'Europe de l'Ouest, qui sont estimés à près de 1,5 milliard de \$ pour le seul domaine des SIG. Les sociétés canadiennes auront la chance de présenter leur savoir-faire et d'explorer les occasions d'affaires.

Le recrutement des entreprises désireuses de participer au stand canadien est en cours.

Pour plus de renseignements, contacter Gayle McCallum, Foires et missions commerciales (RWTF), Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie, Europe de l'Ouest, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-1530. Fax : (613) 944-1008.

Besoin de conseils? Appelez l'AEC

Le bureau torontois de l'Association des exportateurs canadiens (AEC) offre aux nouveaux exportateurs un service de parrainage informel.

Ce service permet aux exportateurs aguerris (appelés parrains) d'offrir à titre gracieux leur temps et de partager leurs connaissances afin d'aider les exportateurs moins expérimentés et les futurs exportateurs à surmonter les obstacles qu'ils pourraient rencontrer.

Le service, qui vise à promouvoir les exportations et l'AEC, est fourni sans frais et n'engage pas la responsabilité des parrains.

Les nouveaux exportateurs qui souhaitent obtenir des conseils peuvent téléphoner au bureau ontarien de l'AEC en Ontario [(416) 325-6396] pour discuter de leurs préoccupations et fournir une brève description de leur entreprise.

Après un entretien avec le parrain désigné, l'AEC fournira de manière confidentielle au futur exportateur le nom et le numéro de téléphone de son parrain. En règle générale, le processus ne demande pas plus de trois ou quatre conversations téléphoniques de 15 minutes chacune, réparties sur une période de deux mois.

Les membres de l'AEC, le ministère ontarien du Commerce ainsi que les Chambres de commerce sont quelques-uns des organismes qui accordent leur soutien et font la promotion du service de parrainage.

Pour obtenir des renseignements ou pour offrir vos services à titre d'exportateur chevronné, communiquer avec l'Association des exportateurs canadiens, pièce 539A, immeuble Hearst, 900, rue Bay, Toronto M7A 2B1. Tél. : (416) 325-6396. Fax : (416) 325-6509.

PUBLICATIONS

Répertoire du Service des délégués commerciaux

L'édition 1994 du *Répertoire du Service des délégués commerciaux canadiens* est disponible à l'Info-Centre du MAECI. L'ouvrage dresse la liste des délégués commerciaux en poste au Canada et dans les bureaux canadiens à l'étranger, dont le mandat est de prêter assistance aux exportateurs canadiens qui veulent se lancer sur les marchés étrangers ou y prendre de l'expansion. Pour se procurer un exemplaire du Répertoire, communiquer avec l'InfoCentre par téléphone ou fax (voir l'encadré au bas de la page 8), en indiquant le code 8XF.

Tout ou presque sur la distribution au Japon

Préparé à l'intention des exportateurs, des experts-conseils, des fonctionnaires responsables du commerce extérieur et des professeurs des universités et des facultés de commerce,

Tout ou presque sur la distribution au Japon est un guide complet de 400 pages qui a été compilé à partir de données à jour en septembre 1994.

L'auteur, James Keenan de la Fondation Asie Pacifique du Canada, a rédigé ce guide pour qu'il soit lu de la première à la dernière pages, tout en étant facile à consulter pour le lecteur qui recherche une information sur un sujet d'intérêt particulier, y compris le marketing direct, grâce à une table des matières et à un index détaillés.

Offert en versions française et anglaise, le guide contient notamment les rubriques suivantes : Comprendre les clients japonais, La distribution au Japon, Le travail préparatoire, Les contrats de distribution, Comment gérer vos relations avec les distributeurs et Planification et références.

On peut se procurer *Tout ou presque sur la distribution au Japon* (n° de catalogue K49-3-1994F) dans la plupart

(Voir page 8 — Publications

AU CALENDRIER

Toronto — 16-17 janvier 1995 — La conférence L'ALENA un an après : Les affaires au Mexique donnera l'occasion aux chefs d'entreprise canadiens de mieux se préparer à tirer parti des débouchés qui s'offrent à eux au Mexique. Le président mexicain sortant, Carlos Salinas de Gortari, prononcera l'allocution d'ouverture de la conférence, qui aura pour thème la libéralisation et l'intensification des relations commerciales Canada-Mexique. Les participants

à la conférence y trouveront des informations utiles pour mettre au point les détails de leur stratégie d'entrée dans le marché mexicain et mieux comprendre l'environnement commercial local, ses particularités en matière d'investissement étranger et ses règles fiscales, bancaires et juridiques; ils pourront aussi s'inspirer de l'exemple de sociétés qui ont réussi à percer au Mexique. En marge de la conférence sont prévus deux ateliers d'une demi-journée, qui se tiendront

simultanément. Les thèmes en seront respectivement Se préparer à l'environnement commercial mexicain : Rudiments de l'adaptation socio-culturelle et Partir du bon pied au Mexique : planification et mise en oeuvre de la stratégie d'entrée. Pour participer, contacter les organisateurs de la conférence, l'Institute for International Research, à Toronto. Tél. : (416) 928-1770 ou 1-800-461-2398. Fax : (416) 928-2994.

Publications (Suite de la page 7)

des librairies qui vendent les publications fédérales au prix de 39,95 \$, plus la TPS et les frais de manutention et d'expédition, ou le commander directement au Groupe Communication Canada. Tél. : (819) 956-4802. Fax : (819) 994-1498.

Guide et carte d'appel

Le *Guide d'appel international* et la carte format de poche *Canada DirectSM* pourraient bien devenir des outils indispensables pour les Canadiens en voyage à l'étranger.

Le Guide fournit tous les renseignements nécessaires aux utilisateurs qui veulent téléphoner ou recevoir un appel quel que soit le pays où ils se trouvent. Il porte sur plus de 230 pays, de l'Afghanistan à la Zambie, sur les fuseaux horaires et les différents décalages ainsi que sur la marche à suivre pour effectuer un appel numéro à numéro, avec assistance du téléphoniste, à frais virés ou par carte d'appel.

Le service *Canada DirectSM* offre de nombreux avantages, tels : les tarifs en

CONTRATS DÉCROCHÉS

Bell Canada International Inc. (BCI) a décroché un marché de 27 millions de \$ de l'Administration nationale des télécommunications de l'Uruguay (Antel), grâce à l'appui de la Corporation commerciale canadienne (CCC).

BCI fournira à Antel des services et des logiciels dans les domaines de l'implantation et de l'intégration de systèmes, de la culture et de la direction d'entreprises, du perfectionnement des ressources humaines et du service à la clientèle.

« Cette vente est la preuve que les exportateurs canadiens peuvent réussir dans les nouveaux marchés

d'Amérique latine et souligne la contribution de la CCC qui favorise les ventes aux gouvernements étrangers et aux organisations internationales », a déclaré M. Dingwall, ministre responsable de la CCC.

La CCC, société d'État fédérale, fournit une gamme de services dans le but d'aider les exportateurs canadiens à vendre leurs produits et services aux gouvernements étrangers et aux organisations internationales. Au cours des 10 dernières années, la CCC a facilité des ventes estimées à plus de 7,7 milliards de \$ pour le compte de fournisseurs canadiens.

vigueur au Canada; des téléphonistes canadiens qui répondront aux clients en français ou en anglais; le choix de facturer votre appel à votre Carte d'appelSM canadienne ou à frais virés si vous appelez au Canada; des économies en

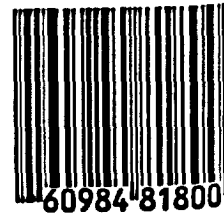
devises étrangères, puisque vos appels peuvent être facturés à votre domicile ou à votre bureau.

Pour renseignements, appeler Violaine Lacroix à Montréal. Tél. : (514) 868-7993. Fax : (514) 868-7275.



L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignements à InfoCentre de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



CANAD^{EX}PORT

Vol. 12 N° 21

19 décembre 1994

Un engagement à long terme

Le Viêt-nam, un marché prometteur

En transition vers l'économie de marché et cherchant à aplanir graduellement les obstacles bureaucratiques à l'instauration d'un régime de libre entreprise, le Viêt-nam, avec ses 72 millions d'habitants, est en train de devenir un marché très intéressant pour les entreprises occidentales.

Le Canada est déjà présent sur ce marché naissant et, qui plus est, entend s'y établir à long terme.

On a réitéré à maintes reprises au cours d'un séminaire (Le Viêt-nam : un Tigre d'Asie différent?) présenté à Ottawa le 7 novembre dernier et auquel assistait *CanadExport* qu'un

engagement à long terme est indispensable au succès des entreprises sur ce marché naissant de la région Asie-Pacifique.

Ce message a été repris lors de la visite au Viêt-nam du Premier ministre Jean Chrétien et d'une délégation de gens d'affaires canadiens en novembre dernier. Il s'agissait de la première visite officielle d'un Premier ministre canadien au Viêt-nam, symbolisant les relations grandissantes entre les deux pays.

Ces relations se sont développées depuis 1973, année où le Canada a établi des relations diplomatiques

avec le Viêt-nam du Nord (devenu en 1976 la République socialiste du Viêt-nam, après la réunification officielle avec le Viêt-nam du Sud).

De nombreux changements sont survenus depuis, notamment les suivants :

- la réouverture, en 1990, de l'ambassade du Viêt-nam à Ottawa;
- l'ouverture, l'année suivante, d'un bureau canadien à Hanoi (devenu une ambassade en 1993);



Le plan d'action révisé pour le Japon

Le 5 décembre dernier, le ministre du Commerce international, Roy MacLaren, a prononcé une allocution sur les débouchés commerciaux au Japon pour les sociétés canadiennes, à l'occasion d'un petit déjeuner d'affaires organisé à Toronto par la Fondation Asie Pacifique du Canada, la Société du Japon et la Société Canada-Japon. Le ministre a souligné que les transformations actuelles de l'économie japonaise fournissent aux exportateurs canadiens une excellente occasion d'accroître leurs ventes annuelles dans ce pays, qui s'élèvent en ce moment à 8,5 milliards de dollars. Bien que le Canada doive maintenir ses exportations « traditionnelles », M. MacLaren a précisé que ce sont les produits à valeur ajoutée qui offrent le meilleur potentiel de croissance à long terme.

C'est dans cette perspective que M. MacLaren a dévoilé le Plan d'action révisé du Canada pour le Japon. Le Plan est l'aboutissement des efforts concertés des gouvernements fédéral et provinciaux ainsi que du secteur

privé afin d'élaborer une stratégie qui permette au Canada d'accroître ses exportations dans son deuxième marché extérieur.

Les trois principes du Plan d'action révisé demeurent les mêmes : sensibiliser l'industrie aux débouchés commerciaux, adapter les produits au marché et promouvoir les produits sur le marché japonais. Le Plan révisé décrit les activités prévues au cours de l'année qui vient, dans chacun des secteurs prioritaires. Le Plan d'action a connu un succès remarquable dans le secteur des matériaux de construction; des représentants de notre industrie ont construit une maison témoin au Japon, ils ont sensibilisé aux produits canadiens les centrales d'achats groupant des constructeurs japonais et ils tentent présentement d'obtenir la reconnaissance au Japon des codes et des normes canadiennes dans le domaine du bâtiment.

Pour plus de renseignements, communiquer avec l'InfoCentre (voir l'encadré à la page 4).

- l'établissement, en 1994, d'un bureau commercial canadien à Ho Chi Minh-Ville (inauguré par le ministre du Commerce international, Roy MacLaren, au cours de la visite de novembre dernier);
- l'arrivée, en septembre dernier, du premier ambassadeur du Canada (Christine Desloges) à Hanoi.

Bien qu'il s'agisse là de jalons importants, c'est le commerce qui intéresse d'abord *CanadExport*. Et, dans ce domaine aussi, les choses ont beaucoup évolué au fil des ans.

Croissance des échanges commerciaux

Le commerce Canada-Viêt-nam s'est chiffré en 1993 à 42,5 millions de \$, en

(Voir page 4 — Viêt-nam)

DANS CE NUMÉRO

| | |
|---------------------------|------|
| LES TRUCS DU MÉTIER..... | 2 |
| OCCASIONS D'AFFAIRES..... | 3 |
| SUPPLÉMENT : ACCÈS..... | I-IV |
| FOIRE COMMERCIALE..... | 4 |

LES TRUCS DU MÉTIER

Avez-vous une histoire de réussite à nous raconter? Faites-la parvenir à CanadExport, et nous la publierons. Rappelez-vous que nous voulons savoir comment vous avez réussi sur un marché particulier. L'objectif de cette nouvelle chronique est de faire profiter les fabricants et fournisseurs canadiens de votre expérience des marchés d'exportation et des leçons que vous en tirez.

Indal Technologies Inc. (ITI) fabrique une gamme de systèmes de manutention perfectionnés, employés principalement à bord d'unités navales (bâtiments de surface et sous-marins). À l'heure actuelle, la société exporte vers 22 pays et ses exportations comptent pour 95 % de ses ventes annuelles (entre 35 et 40 millions de \$).

Vince Lacey, président et chef de la direction, attribue à deux facteurs l'immense succès d'ITI sur les marchés étrangers, dans un secteur en perte de vitesse.

Premièrement, ITI a consacré beaucoup d'efforts afin de connaître à fond les marchés étrangers et les meilleures façons de faire des affaires dans chacun d'eux.

Deuxièmement, l'entreprise a démontré qu'elle pouvait livrer des solutions efficaces et abordables à ses clients, malgré les milliers de milles qui souvent l'en séparent.

« Pour nous, il était essentiel de comprendre comment nous devons répondre aux besoins particuliers de chaque client étranger, à chacune des étapes d'un projet; de savoir comment entrer en contact ou signer un contrat avec eux et, en fait, comment les mettre à l'aise lorsque nous devons traiter ensemble malgré les distances. »

M. Lacey soutient que, pour réus-

sir dans son domaine, l'entreprise doit détenir des avantages comparatifs qui, chez ITI, se résument en un facteur clé : la connaissance du marché.

« Dans notre industrie, les renseignements sur le marché constituent un facteur déterminant de succès, dit-il. Nous cherchons à savoir quels projets sont réalisés un peu partout dans le monde et comment ils évolueront. Souvent, nous aidons un client à évaluer ses besoins dans le cadre de son programme, sans qu'il lui en coûte un sou. »

Ayant mis sur pied un réseau de représentants commerciaux en poste un peu partout dans le monde, ITI conclut des ententes de collaboration, sous une forme ou une autre, avec des chantiers navals, des fabricants de matériel et d'autres entreprises intéressées afin d'avoir de meilleures chances d'être invitée à soumissionner et d'être en mesure de fournir un soutien dans un pays donné.

M. Lacey souligne toutefois que la clé du succès à l'étranger dans les années 1990 repose encore sur l'adaptation culturelle. « Il y a un proverbe qui est encore vrai de nos jours : à Rome, il faut vivre comme les Romains », plaisante-t-il.

Marchés mondiaux : Les gouvernements adoptent l'approche Équipe Canada

La récente signature d'un protocole d'entente entre l'Ontario et le gouvernement fédéral permettra la suppression des doubles emplois, le partage des renseignements et l'augmentation de l'efficacité dans le domaine de la promotion du commerce et de l'investissement.

De plus, le protocole d'entente qui, espère-t-on, pourrait s'étendre à d'autres provinces, permettra de mieux coordonner les activités des deux parties en matière de développement du commerce international.

« Nous voulons assurer une plus grande coopération et une meilleure collaboration entre les deux paliers de gouvernement dans l'exécution des activités de promotion du commerce extérieur, a déclaré le ministre MacLaren. Voilà un excellent exemple de ce que nous pouvons réaliser quand nous décidons d'adopter l'approche Équipe Canada en matière de marchés mondiaux. »

La signature du protocole a été annoncée par le ministre du Commerce international, Roy MacLaren, le ministre de l'Industrie, John Manley, et la ministre du Développement économique et du Commerce de l'Ontario, Frances Lankin.

Pour de plus amples renseignements ou pour obtenir un exemplaire du protocole d'entente, communiquer avec le Service des relations avec les médias, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 995-1874.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi
Rédacteur : Don Wight
Mise en page : Don Wight
Publication : LEAHY C&D

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Tirage : 38 500 exemplaires.

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 communication sur le commerce (BCT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CHINE (République populaire de) — Une société chinoise cherche un fabricant de fontaines d'eau froide et d'eau chaude et de refroidisseurs d'eau qui serait intéressé à former une coentreprise ou à fournir la technologie, les pièces et le savoir-faire nécessaires à la fabrication de ces produits en Chine. Communiquer avec C.Y. Hung, directeur général, Sahari Trading Limited, Suite 101, 416 Sixth Street, New Westminster (C.-B.) V3L 3B2. Tél. : (604) 521-7008. Fax : (604) 521-4007.

PORTUGAL — Une entreprise oeuvrant dans le domaine de la formation du personnel et du perfectionnement professionnel souhaite entrer en contact avec des homologues canadiennes en vue de projets coopératifs au Portugal, en Angola et au Mozambique. Communiquer avec José N. Moreira Ramos, associé directeur général, Humasel, R. Elias Garcia 313 r/c Dto, 2700 Amadora, Portugal. Tél. : 351-1-493-6379. Fax : 351-1-493-8972.

TAÏWAN — Un important représentant et importateur taïwanais est à la recherche de fournisseurs de produits pharmaceutiques, de fournitures médicales ainsi que de suppléments nutritifs et vitaminiques. Contacter M. Chih-Hui Lin, directeur, Gerent International Trading Co. Ltd., 20 Ren Yin St., Taichung 402, Taïwan. Tél. : 886-4-2878859. Fax : 886-4-2859985.

La participation canadienne à l'APEC

La participation d'entreprises canadiennes à la première édition de la Foire commerciale de l'APEC (Coopération économique Asie-Pacifique) et au Congrès annuel sur les débouchés commerciaux mondiaux (G-BOC), tenus simultanément du 24 au 27 octobre derniers à Osaka au Japon, a déjà donné lieu à deux résultats concrets :

- la signature d'un accord de jumelage entre la Chambre de commerce de Vancouver et la Chambre de commerce et d'industrie d'Osaka (OCCI) et
- la planification, en 1995, d'une mission de l'OCCI au Canada et d'un forum Kansai-Ouest canadien. Le Kansai est l'un des marchés régionaux japonais qui prend de plus en plus d'importance dans les échanges commerciaux Canada-Japon.

Autre résultat, moins tangible mais très prometteur, il y a les contrats et les marchés qui pourraient découler des entrevues individuelles arrangées à l'avance entre des participants étrangers et des partenaires potentiels aux intérêts similaires.

Un chiffre record de 6 700 entrevues avaient été programmées, dont 600 mettaient en présence des inter-

venants canadiens. Ces rencontres ont été particulièrement appréciées par les nouveaux venus sur le marché japonais, où la crédibilité des premiers contacts commerciaux est essentielle.

Visant à encourager les membres de l'APEC à exporter leurs produits au Japon et à développer les échanges entre eux, la foire a attiré 260 sociétés provenant de 16 pays et territoires.

L'APEC est un organisme consultatif régional réunissant l'Australie, le Brunei, le Canada, le Chili, la Chine, Hong Kong, l'Indonésie, le Japon, la Malaisie, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, la Papouasie-Nouvelle-Guinée, les Philippines, Singapour, la Corée du Sud, Taïwan, la Thaïlande et les États-Unis.

Pour obtenir des renseignements sur la foire de l'APEC ou sur la région du Kansai, communiquer avec Brian Oak, directeur adjoint, Direction du commerce avec le Japon, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-2458. Fax : (613) 943-8286.

Les personnes intéressées peuvent également contacter Mme Ikbal Demirdache, délégué commercial adjoint au consulat général du Canada, Osaka, Japon. Tél. : (816) 212-4910. Fax : (816) 212-4914.

Les alliances commerciales Canada-Indonésie

Les alliances commerciales à long-terme entre les entreprises privées canadiennes et indonésiennes devraient prendre un nouvel élan avec la récente ouverture du **Bureau de promotion du commerce Canada-Indonésie (CIBDO)**. Annoncé le mois dernier par le Premier ministre Jean Chrétien, ce projet auquel contribue la Division de la coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) sera dirigé par le bureau d'Ottawa de l'Association des exportateurs

canadiens (AEC) et trois conseillers en poste à Djakarta.

« Le CIBDO facilitera une vaste gamme de projets de coopération commerciale avec les entreprises privées d'Indonésie, a déclaré Michel Plante, directeur des projets internationaux à l'AEC. Nous pourrions prêter notre concours aux projets de coentreprises, de transfert de technologie, de formation et d'investissement, aux accords de franchisage et de licence et autres formes de coopération commerciale.

(Voir page 4 — CIBDO)

WIN Exports — À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.



Le Viêt-nam, un marché prometteur (Suite de la page 1)

hausse par rapport aux 31 millions enregistrés en 1992. Parmi les principales exportations canadiennes figuraient les produits pharmaceutiques, la machinerie et la pâte à papier.

Au cours de la visite du Premier ministre canadien, on a notamment signé des contrats mettant en cause des sociétés canadiennes pour une valeur de près de 110 millions de \$, dont 68 millions dans les domaines des télécommunications, de la gestion du trafic maritime et de la vente de matériel pharmaceutique.

Les investissements annoncés, pour un total de 40 millions de \$, comprenaient notamment l'exploration en coentreprise d'un champ pétrolier en mer de Chine méridionale et la construction d'un complexe résidentiel et commercial à Ho Chi Minh-Ville.

On a en outre signé une entente de 35 millions de \$ qui permettra à l'Agence canadienne de développement international (ACDI) de mener un projet de formation et d'assistance technique dans les domaines de la gestion de l'environnement, de la gestion économique, de la réforme législative

et administrative, de la planification économique et de la technologie de l'information.

Débouchés commerciaux

Plus de 200 délégations et dirigeants d'entreprises canadiennes ont visité le Viêt-nam l'an dernier — preuve incontestable que les Canadiens s'intéressent de plus en plus à l'établissement de liens plus profonds avec ce pays, au plan aussi bien du commerce que de l'investissement.

Nos gens d'affaires ont découvert, entre autres choses, que le Canada est en bonne position pour contribuer aux réformes économiques en cours au Viêt-nam. Ils ont également appris que le savoir-faire et les compétences du Canada répondent aux besoins des Vietnamiens dont le développement est jugé prioritaire, notamment les ressources humaines, les transports, les télécommunications et l'énergie.

Par ailleurs, il existe au Viêt-nam des débouchés fort intéressants pour les sociétés canadiennes en mesure de participer à la reconstruction des infrastructures du pays, en particulier

les routes, les ports, les réseaux de communications, les aéroports et les chemins de fer.

Le ministre du Commerce international, Roy MacLaren, lors d'une allocution prononcée devant les gens d'affaires de Ho Chi Minh-Ville, a dit : « J'encourage les entreprises canadiennes à solliciter le marché vietnamien, à poursuivre leurs recherches afin de trouver des partenaires vietnamiens et à continuer leurs efforts en vue de fournir des produits et des technologies de calibre mondial sur un marché vietnamien très réceptif. »

« Le Canada est au Viêt-nam pour y rester. Nous nous sommes engagés à long terme envers ce marché », a conclu M. MacLaren.

Pour obtenir des renseignements sur les marchés vietnamiens, communiquer avec David Edwards, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 995-8649. Fax : (613) 996-1248.

CIBDO (Suite de la page 3)

De plus, nos services sont gratuits.»

Outre sa situation idéale favorisant l'accès aux autres marchés de l'ASEAN, l'Indonésie offre aux entreprises canadiennes de bonnes possibilités pour les alliances commerciales dans de nombreux secteurs où nos compétences sont démontrées, notamment l'agriculture, le pétrole et le gaz, les produits forestiers, les ressources minérales (cuivre, nickel), la fabrication, la protection de l'environnement, l'énergie et l'électricité, la transformation des ressources naturelles (engrais, ciment, pâtes et papiers, acier).

Pour de plus amples renseignements sur le CIBDO, communiquer avec Katherine Came, directrice des communications, AEC, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888, poste 234.

Salon des produits de protection

Mexico — Un Salon des produits de protection et de sécurité se tiendra au Centre canadien des affaires à Mexico du 20 au 24 février 1995.

Le Salon, visant à profiter des possibilités d'un marché mexicain en croissance, est organisé par la société montréalaise Interexpo Canada Inc. en collaboration avec le MAECI.

L'événement portera en particulier sur les produits de protection et de sécurité suivants : les systèmes

d'alarme, le matériel de lutte contre l'incendie, les systèmes de contrôle des accès et d'identification, les dispositifs de communications et de sécurité pour les commerces et les résidences, le matériel anti-balistique, les vêtements de protection, les logiciels de protection et les services-conseils en matière de sécurité.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec L.D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Montréal. Tél. : (514) 482-1946. Fax : (514) 483-6595.



L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les sociétés désirant obtenir des renseignements de nature commerciale peuvent contacter InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944 au (613) 996-9709. On peut également transmettre une demande de renseignements à l'InfoCentre de télécopieur 24 heures du Ministère, au (613) 944-4500.

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



POSTE
Société canadienne des postes
Port payé
NBRE
24888
OTTA

