DOCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 20
April
15, 2002
Copy 1

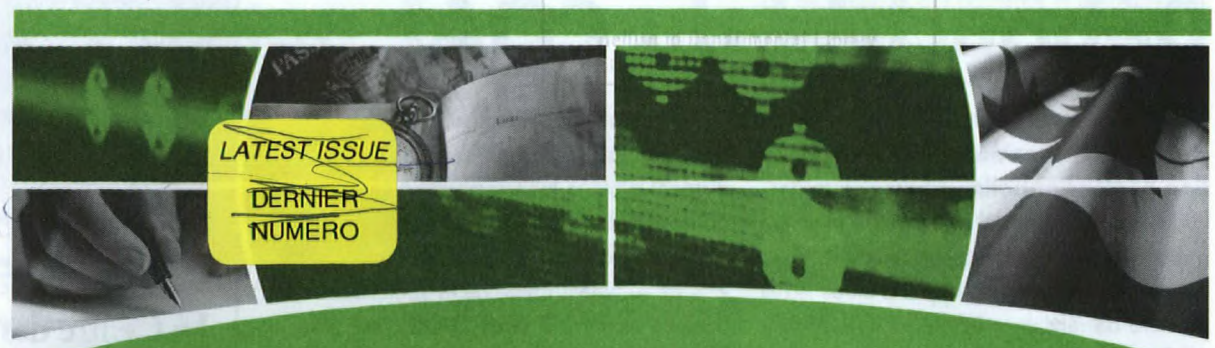
Ministère des Affaires étrangères
du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères
AVR 2 4 2002
APR

Canada

CanadExport



Dans ce numéro

2 Occasions d'affaires
4 L'automatisation industrielle en Allemagne
6 Carrefour É.-U. : branchez-vous sur Sell2USGov
7 CCC : la protection contre les risques à l'exportation
8 Logement, matériaux de construction au R.-U.
9 Les bâtiments en Italie
10 L'environnement au Kansai (2e partie)
11 L'agroalimentaire dans le sud de la Chine (1ère partie)
12 Contrats décrochés : Med-Eng et Lea International
13 Foires et missions commerciales : Malte, Chypre

Vol. 20, nº 7
15 avril 2002

Supplément : L'ALECI A CINQ ANS : CÉLÉBRATION D'UN SUCCÈS DISCRET (Voir l'encart)

Chaud et ensoleillé cet été

Mission au Mexique

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a décidé de ne pas se soumettre aux hasards de la météo : il a choisit la période du ***3 au 7 juin 2002*** *pour la* ***mission commerciale canadienne*** *de cette année à* ***Mexico*** *et à* ***Monterrey****. En effet, en janvier 1998, la tempête de verglas avait empêché le Premier ministre de réaliser son projet de mener une mission commerciale à Mexico avec des représentants de 250 entreprises; donc c'est le Gouverneur général qui avait dû le remplacer. Mais les conditions météorologiques — et économiques — seront certainement chaudes et ensoleillées quand M. Pettigrew conduira les représentants d'une centaine d'entreprises canadiennes à Mexico en juin.*

Mission commerciale du Canada — Canada Trade Mission

Depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA en 1994, le Mexique (100 millions d'habitants) a connu une croissance rapide qui en a fait l'un des principaux marchés d'exportation du Canada. En 2001, non seulement les exportations canadiennes au Mexique ont enregistré une hausse, mais la part de marché du Canada a aussi augmenté. Le Mexique est donc l'un des rares marchés dans le monde où le Canada ait amélioré sa position.

Les statistiques qui suivent montrent clairement pourquoi, dans son bulletin de mars 2002, Exportation et développement Canada déclarait que le Mexique «... était au premier rang pour le potentiel de croissance des exportations. »

voir page 14 — **Mission**

Contrat de 500 millions de dollars au CNA

Le Canada est premier de classe au Qatar

Le Canada et le Qatar — deux pays situés aux antipodes l'un de l'autre — viennent de s'associer dans le domaine de l'éducation. Dans le cadre d'un contrat de partenariat de dix ans évalué à 500 millions de dollars, des enseignants canadiens — et les normes canadiennes — mettront le cap sur le Qatar l'automne prochain. Ce contrat, qui prévoit l'établissement au Qatar d'un campus du ***College of the North Atlantic*** *(CNA) [****www.northatlantic.nf.ca****] de Terre-Neuve-et-Labrador, est le fruit de deux années d'efforts du Bureau canadien de l'éducation internationale (BCEI) [****www.cbie.ca****].*

voir page 3 — **CNA**

Débouchés du COAI

ÉGYPTE — Cours pour le programme des écoles secondaires de formation professionnelle — Le ministère de l'Éducation a décidé d'améliorer le programme des cours techniques de ses écoles secondaires et lance un appel d'offres (numéro de référence B/F/EGY/EDU/89/16/Training-4) pour l'enseignement de cours de formation dans les quatre disciplines suivantes : 1) Automobile (moteurs, systèmes d'injection électronique, boîtes de vitesses, etc.); 2) Matériel électrique (générateurs, réseaux de lignes de transmission, machines, etc.); 3) Électronique (systèmes de contrôle, matériel informatique et logiciels, matériel de communications et de réseau, électronique industrielle, instrumentation, etc.); 4) Réfrigération et climatisation (matériel et méthodologies). Le prix des documents d'appel d'offres (non remboursable) est de 500 livres égyptiennes. Le cautionnement de soumission ne doit pas être inférieur à 2 % de la valeur totale de la soumission. Date de clôture : **7 mai 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Tarek Abdel Meguid, agent commercial, ambassade du Canada au Caire, tél. : **(011-20-2) 794-3110 poste 3352**, téléc. : **(011-20-2) 794-7659**, courriel : **tarek.meguid@dfait-maeci.gc.ca** *(Avis communiqué par l'ambassade du Canada au Caire).*

RÉPUBLIQUE DOMINICAINE — Planification urbaine et aménagement paysager du parc métropolitain de Santiago — Le ministère de l'Environnement a publié un appel d'offres ouvert à l'intention des entreprises de planification urbaine et d'aménagement paysager pour la création du parc métropolitain de Santiago, d'une superficie de 48 hectares, à Santiago, la deuxième plus grande ville de la République dominicaine. Les entreprises étrangères peuvent soumissionner, mais elles doivent être associées avec des personnes ou des entreprises autorisées à travailler en République dominicaine. Coût des documents de soumission : 1 000 $ RD. Date de clôture : **30 mai 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Janys Grullon, Secretaria de Medioambiente, Av. Tiradentes, Edif. La Cumbre, 10e étage, Saint-Domingue, République dominicaine, tél. : **(809) 567-4300 poste 256**. Communiquer également avec Mme Elizabeth Junco, agente de commerce, ambassade du Canada à Saint-Domingue, téléc. : **(809) 682-2691**, courriel : **elizabeth.junco@dfait-maeci.gc.ca** en mentionnant le numéro de dossier **020320-01243**. *(Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Saint-Domingue).*

THAÏLANDE — Compteurs de sortie (TOU meters) — La Metropolitan Electricity Authority a lancé un appel d'offres public (numéro MP5-8950-WBX) pour la fourniture de compteurs de sortie (TOU meters). Coût des documents de soumission (y compris la messagerie) : 35 $ US. Date de clôture : **23 mai 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec la Metropolitan Electricity Authority, Wat Liab District office, Building No.4 ground floor, 121 Chakpetch Road, Bangkok 10200, Thaïlande. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Pradit Suveeranont, directeur, Metropolitan Electricity Authority, Purchases & Stores Department, 121 Chakpetch Road, Bangkok 10200, Thaïlande, tél. : **(011-66-2) 221-2841**, téléc. : **(011-66-2) 225-9990**, courriel : **suporn@mea.or.th** internet : **www.mea.or.th** Communiquer également avec Mme Veena Ngaoharoenchitr, agente commerciale, ambassade du Canada à Bangkok, téléc. : **(011-66-2) 636-0568**, courriel : **veena.ngaoharoenchitr@dfait-maeci.gc.ca** en mentionnant le numéro de dossier **020314-01160**. *(Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Bangkok).*

Occasions d'affaires du COAI, cliquer sur ***www.iboc.gc.ca***

COAI
Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à **www.coai.gc.ca**

CanadExport

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

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

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

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

Pour un changement d'adresse, renvoyer l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à :

CanadExport (BCS)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

CNA au Qatar

— suite de la page 1

Principaux acteurs

Le CNA, fournisseur de premier plan dans le domaine de la formation technique avancée, offrira au Qatar des services éducatifs par le truchement de quelque 2 000 années-personnes. Une installation temporaire accueillera les étudiants dès septembre 2002, et la construction d'un campus permanent devrait être achevée en septembre de l'année suivante. Selon les modalités de l'entente, le Qatar fournira toutes les installations et équipera les laboratoires suivant les spécifications du CNA.

Les étudiants qui fréquenteront le campus du Qatar recevront une formation internationale très pertinente sur le plan technique qui les préparera à prendre une part active dans l'économie locale et mondiale. Le nombre d'inscriptions devrait passer de 300 à plus de 3 000 au cours de ces dix années. Le CNA offrira un large éventail de programmes de formation technique d'une durée de trois ans menant à l'obtention de diplômes.

« Ce nouvel établissement d'enseignement sera unique en son genre en ce qu'il intégrera la culture qatarienne à ses composantes et ses cours canadiens », de dire M. James Fox, président du BCEI.

Le BCEI est un organisme sans but lucratif voué à l'éducation, qui regroupe quelque 200 conseils scolaires, collèges et universités. Il participe à des projets éducatifs bénéficiant d'un soutien financier et liés au commerce dans le monde entier : le soutien financier provient dans une large mesure de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), tandis que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), par le biais de ses missions à l'étranger et de son Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), fournit son appui aux initiatives commerciales du BCEI.

Le BCEI obtient une note parfaite

S'il compte à son actif 25 années d'expérience en tant que fournisseur de services éducatifs au Liban, en Égypte, en Libye, en Iran, au Koweit, aux Émirats arabes unis, en Ouzbékistan et au Nigéria, le BCEI n'en réalise pas moins une première avec ce partenariat, puisque c'est la première fois qu'il exporte tout un système d'enseignement collégial.

Le partenariat avec le Qatar est l'aboutissement de deux années d'efforts déployés par le BCEI — grâce au soutien du MAECI et au financement du PDME — notamment dans le cadre d'une stratégie de commercialisation régionale visant le ministère de l'Éducation du Qatar et les hauts dirigeants du Qatar, particulièrement le bureau de l'émir.

Cérémonie de signature au palais Wajba, à Qatar, le 3 juin 2001, du contrat de partenariat entre le BCEI, CNA et Qatar (assis de gauche à droite) : la présidente de CNA, Mme Pamela Walsh; le cheikh Abdullah Bin Mohamed Bin Saud Al-Thani, chef du divan de l'émir; et M. James Fox, président du BCEI. Debout (de gauche à droite) : M. Mohamad Saleh Abdulla Al-Sada, directeur technique, Qatar Petroleum; et l'ancien secrétaire d'État canadien aux Sports amateurs, actuellement ministre de la Citoyenneté et de l'Immigration, M. Denis Coderre.

M. Fox a aidé le gouvernement du Qatar à choisir le collège canadien qui répondrait le mieux à ses exigences sur le plan des coûts et des programmes : « Le CNA est un excellent choix, dit-il, parce que l'institution, qui compte 18 campus à Terre-Neuve-et-Labrador, est bien établie et parce qu'elle peut offrir — au bon prix — des services et des programmes de formation technique et axée sur le marché de grande qualité dans les domaines du pétrole et du gaz. »

Une visite grandement profitable effectuée au Canada par la très enthousiaste Sheika Mozah bint Nasser al Misnad, épouse de l'émir du Qatar — ainsi que des visites subséquentes au Canada de représentants quatariens afin de déterminer quel établissement serait retenu — ont été déterminantes dans le choix du Canada pour la réalisation de ce projet et ont confirmé le bien-fondé de ce choix.

Travail d'équipe

Accueillie par Mme Sandra C. Kelly, ministre des Services à la jeunesse et de l'Éducation postsecondaire de Terre-Neuve et du Labrador, la délégation quatarienne en visite au Canada a eu droit au traitement royal — notamment à l'irrésistible hospitalité des Terre-Neuviens — suite à la réaction enthousiaste de Mme Pamela Walsh, présidente de CNA, face à ce défi stimulant. Vu que Mme Kelly a participé à la cérémonie de signature du contrat au Qatar témoigne de l'engagement ferme du gouvernement provincial vis-à-vis de ce projet.

M. Fox a vanté les mérites de la Sheikha Mozah qui, selon lui, était le pilier de ce projet. « C'est vraiment grâce à sa direction et à sa volonté de doter le Qatar de ce qu'il y a de mieux en matière d'éducation internationale, que le projet s'est réalisé. »

« En outre, a-t-il ajouté, l'ambassade du Canada au Koweit a joué un rôle déterminant sur toute la ligne. J'ai travaillé étroitement avec l'ambassadeur, M. Richard Mann, qui nous avait présenté des hauts dirigeants à Doha, il y a environ trois ans, et les conseils prodigués par M. Doug Bingeman et Mme Ibtissam Hajj de la Section des affaires commerciales, m'ont été très utiles. »

Formation continue

Selon les modalités du contrat signé avec le Qatar — le plus important partenariat jamais conclu par le Canada en matière d'éducation — le BCEI fournira des services consultatifs et des services d'assurance de la qualité au Qatar et appuiera le CNA pour garantir le succès du projet.

Selon Mme Pamela Walsh, présidente de CNA, l'entente pourrait ouvrir d'autres portes non seulement pour la province, mais aussi pour le reste du Canada. « Étant donné que Terre-Neuve-et-Labrador, à l'instar du Qatar il y a quelques années, possède une industrie pétrolière et gazière en plein essor, je crois

voir page 7 — CNA

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

ALLEMAGNE

Le marché de l'automatisation industrielle

Présents dans 140 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer sur ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici un résumé d'un marché. Pour obtenir une étude approfondie de ce marché ainsi que plusieurs autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

www.infoexport.gc.ca

L'Allemagne dispose d'une forte capacité de production en matière d'automatisation industrielle et d'équipement de contrôle des procédés de fabrication. Malgré tout, la demande dépasse la production nationale. Cet écart ouvre donc des débouchés pour les entreprises canadiennes qui vendent des produits novateurs et concurrentiels. Les segments de marché les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes sont l'automatisation des usines, la robotique, la technologie des microsystèmes et les capteurs.

Aperçu du marché

Le marché de l'automatisation industrielle en Allemagne était évalué à 22,6 milliards $ en 2000, avec une progression de 2 à 3 % pour 2001. De nouveaux investissements en faveur de l'industrie et une plus grande concurrence entre les producteurs devraient permettre une croissance soutenue de ce marché à moyen et à long terme.

Automatisation des usines

En Allemagne, la part de l'industrie automobile dans le marché de l'automatisation est de 55 %, soit 12,5 milliards $. Après l'automobile, c'est le secteur énergétique et la construction d'usines qui emploient le plus d'équipements d'automatisation industrielle. Pratiquement tous les grands secteurs industriels intègrent des technologies de l'automatisation à leurs procédés de fabrication. Il existe en outre un potentiel commercial énorme pour les logiciels novateurs dans ce domaine.

Robotique

La robotique constitue une branche essentielle du segment de l'automatisation d'usines. L'Allemagne compte 109 000 robots. En 2000, 12 800 nouveaux robots y ont été installés, soit 21 % de plus que l'année précédente. Le chiffre d'affaires de l'industrie a atteint 2,1 milliards $ en 2000 — une augmentation de 10,5 % par rapport à 1999. À l'heure actuelle, la préférence va aux petits robots et aux robots à cinq ou six degrés de liberté.

Technologie des microsystèmes

Certaines grandes foires industrielles, comme celle de Hanovre qui se déroule tous les ans au printemps, ont commencé à faire une place à la technologie des microsystèmes et à montrer les avantages qu'elle présente pour l'automatisation industrielle. La croissance de ce secteur devrait se poursuivre car diverses industries voient dans la miniaturisation des procédés de fabrication la solution pour rester compétitives et maîtriser l'automatisation des usines.

Capteurs

Le marché allemand des appareils de mesure et d'analyse, des capteurs et de l'équipement de contrôle des procédés valait quelque 7,2 milliards $ en 2000. La demande de capteurs a progressé de près de 9 % en 2000. Les créneaux porteurs pour les entreprises canadiennes sont, entre autres, les capteurs intelligents et les capteurs fondés sur un bus. Ce marché s'élargira au fur et à mesure que l'exploitation industrielle nécessitera des outils de diagnostic de plus en plus sophistiqués.

Débouchés

Outre l'automatisation des usines, la robotique, la technologie des micro-systèmes et les capteurs, les débouchés devraient se multiplier dans d'autres secteurs. Les entreprises canadiennes devraient exploiter les perspectives qu'offrent notamment la technologie de montage et de manutention, le traitement industriel des images, l'automatisation des procédés de fabrication et des services publics, ainsi que le contrôle des procédés de fabrication. Le marché allemand du contrôle des procédés de fabrication avait, à lui seul, un chiffre d'affaires de 13,4 milliards $ en 1999; celui de la technologie de montage et de manutention était évalué à 4,4 milliards $ en 2000.

CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

www.infoexport.gc.ca

Accès au marché

La façon la plus courante et la plus efficace de pénétrer le marché allemand de l'automatisation industrielle est d'avoir recours à un agent commercial ou à un distributeur. Les entreprises intéressées devraient également envisager de participer aux grandes foires industrielles et se familiariser avec tous les aspects du marché, notamment les règles régissant les importations et les normes locales.

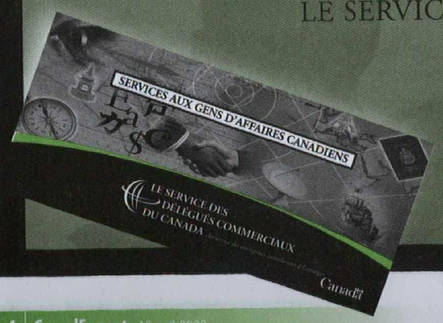
Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire *Le marché de l'automatisation industrielle en Allemagne*. Ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux sont disponibles au **www.infoexport.gc.ca**

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

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



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

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les industries des technologies de fabrication de pointe en Europe.

Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, communiquer par téléc. : **(613) 944-9119**, courriel : **commerce@dfait-maeci.gc.ca** Pour tout autre renseignement sur les exportations, appeler sans frais les Services de renseignements sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au **1 888 811-1119**.

Branchez-vous sur Sell2USGov

La chaîne d'approvisionnement du gouvernement des États-Unis

Quand votre client éventuel vous demande votre numéro GSA, savez-vous si vous en avez un — ou même ce qu'est ce numéro?

Quand quelqu'un propose « Buy American », savez-vous quoi faire?

***Sell2USGov (www.can-am.gc.ca/sell2usgov)** est le site le plus récent pour les entreprises canadiennes qui ont des questions de Canadiens à propos du plus grand marché du monde — et parfois le plus compliqué : le marché d'approvisionnement du gouvernement des États-Unis, d'une valeur de 200 milliards de dollars américains. Des centaines d'entreprises canadiennes obtiennent chaque année, de clients du gouvernement des États-Unis, des contrats de plusieurs millions de dollars ayant trait à des produits et des services offerts dans le commerce. Sell2USGov vous donne la clé de leur succès.*

Le site Sell2USGov concerne principalement la planification en vue de l'entrée sur le marché, l'obtention et la conservation de contrats et la résolution de problèmes. Les utilisateurs peuvent avoir accès à des liens directs pour présenter des soumissions en réponse à des appels d'offres et profiter d'abondantes sources de renseignements commerciaux et de spécialistes qui ont une expérience confirmée dans le domaine de l'aide apportée aux entreprises canadiennes pour l'obtention de marchés du gouvernement américain — processus qui commence longtemps avant la publication des avis d'appels d'offres.

« Aujourd'hui, nous recevons beaucoup d'appels d'entreprises qui offrent de très bons produits et services ayant trait à la sécurité du territoire », déclare Mme Judy Bradt, directrice du développement commercial pour le secteur de l'aérospatiale, de la défense et des technologies de l'information à l'ambassade du Canada à Washington (D.C). « Le site Sell2USGov est un tremplin pour les nouveaux venus qui se demandent comment tout cela fonctionne; il est aussi très utile aux clients chevronnés. »

Ce site riche en contenu précise d'importants facteurs de succès tels que s'assurer que les soumissions sont complètes et exactes.

« Nos clients ont toujours aimé utiliser notre *Solicitation Guide* pour rédiger une soumission », explique Mme Bradt. « Le site Sell2USGov en facilite l'utilisation et offre aussi des liens directs avec la réglementation.

« Cette partie du site explique étape par étape chacune des sections — de A jusqu'à M — du processus d'appel d'offres du gouvernement américain et soulève les questions que les entreprises canadiennes doivent prendre en considération pour y répondre. »

« La rédaction d'une soumission gagnante en réponse à un appel d'offres du gouvernement américain exige beaucoup de détails », ajoute Mme Bradt, « mais obtenir de bons conseils au moment où vous en avez besoin — même les fins de semaine — peut faire toute la différence. »

« On trouve des acheteurs du gouvernement américain dans chaque État. Les clients qui utilisent le site Sell2USGov seront encore mieux préparés à faire appel à leurs délégués commerciaux en poste partout aux États-Unis pour obtenir les noms de personnes importantes à contacter sur leurs marchés cibles parmi les acheteurs du gouvernement américain », indique M. John Kneale, directeur, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI.

Cliquer sur le site **www.can-am.gc.ca/sell2usgov** puis dites-nous ce que vous en pensez!

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Judy Bradt, ambassade du Canada, Washington (D.C.), tél. : **(202) 682-1740**, téléc. : **(202) 682-7795** ou **682-7619**, courriel : **judy.bradt@dfait-maeci.gc.ca**

Pour obtenir l'aide au sujet de débouchés précis, communiquer avec les agents de commerce responsables de la région où se trouve le bureau des acheteurs du gouvernement. On trouvera les coordonnées de ces agents sur l'internet à **www.infoexport.gc.ca**

*Consultez le site internet de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis (**www.can-am.gc.ca**)... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.*

Conseils de la CCC

La protection contre les risques à l'exportation

Depuis plus de 50 ans, la Corporation commerciale canadienne (CCC), organisme canadien de passation des marchés à l'exportation, réduit les risques pour les acheteurs et les vendeurs en établissant les meilleures modalités possible dans les contrats. Un contrat est une convention — légalement exécutoire — qui représente les intentions des parties et confirme leurs responsabilités. Toutefois, quand acheteurs et vendeurs relèvent de différents pays et sont parties à des conventions au-delà des frontières, ils ont besoin d'une protection supplémentaire contre les risques présumés.

Il est fort probable que toutes les parties sont plus satisfaites si elles exécutent le contrat, tant pour le produit que pour le paiement, conformément aux conditions générales stipulées dans le contrat auxquelles elles ont mutuellement consenti.

Dans les contrats à l'exportation, où le risque est perçu comme plus élevé, les exportateurs sont souvent tenus de verser une caution de bonne fin garantissant l'exécution des conditions générales du contrat. À titre d'entrepreneur principal dans un contrat à l'exportation, la CCC garantit à 100 % aux acheteurs que les conditions générales seront respectées; le vendeur peut alors être exempté de déposer une telle caution.

Protection-risques intégrée

La CCC donne aux exportateurs les conseils suivants pour négocier un contrat qui réduit les risques au minimum.

1) Envisager l'éventualité que l'une des parties — ou les deux — ne se conforme pas aux conditions générales du contrat :

- Prévoir des recours et des dédommagements en cas de manquement aux obligations contractuelles.
- Préciser les règlements d'arbitrage qui s'appliqueront en cas de litige, l'arbitre et le pays où il aura lieu.

2) Mettre les choses au clair pour éviter tout malentendu :

- Définir les caractéristiques des spécifications de produit, les modalités de paiement et les objectifs généraux du contrat.
- Préciser les mesures correctives ou les pénalités à imposer au cas où certaines conditions du contrat ne seraient pas remplies.

3) Étudier les processus susceptibles de retarder les expéditions sur les marchés étrangers avant de signer un contrat d'exportation :

- Faire la liste de toutes les licences d'exportation requises.
- Établir des calendriers de livraison en tenant compte des retards imprévus à la frontière, surtout dans les marchés réglementés.

4) Réduire au minimum les risques de défaut de paiement au cas où l'acheteur penserait que le produit ne répond pas à ses exigences :

- Définir une procédure d'inspection et d'approbation du produit.
- Établir une méthode de paiement qui tienne compte de la tolérance à l'égard des risques de l'exportateur et du fait que le produit ait été ou non déjà fabriqué par le passé conformément aux spécifications prescrites.

Pour plus de renseignements sur la façon d'intégrer la réduction des risques dans les contrats d'exportation, communiquer avec la Corporation commerciale canadienne, tél. : **(613) 996-0034**, sans frais (au Canada) : **1-800-748-8191**.

Des solutions commerciales pour nos exportateurs

Corporation Commerciale Canadienne

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

Les exportateurs canadiens qui font appel à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés et bénéficient d'un avantage concurrentiel en raison de l'expérience de la CCC en matière de passation de contrats et de sa formule unique de garantie d'exécution des marchés offerte par le gouvernement.

La CCC peut faciliter les ventes à l'exportation, et ses efforts permettent fréquemment aux exportateurs d'obtenir une dispense de caution de bonne exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables.

Au besoin, la CCC fait office de maître d'œuvre pour les opérations intergouvernementales et permet d'obtenir un financement des exportations avant livraison auprès de sources commerciales.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : **(613) 996-0034**, sans frais : **1 800 748-8191**, téléc. : **(613) 947-3903**, internet : **www.ccc.ca**

CNA — *suite de la page 3*

que cette collaboration entre le CNA et le Qatar débouchera sur d'autres partenariats. »

Vraiment, ce partenariat « livresque » mais bien livré, pourrait engendrer une belle amitié entre le Canada et le Qatar.

Pour renseignements sur le BCEI, joindre Mme Jennifer Humphries, directrice, Services aux membres et services éducatifs, BCEI, tél. : **(613) 237-4820**, téléc. : **(613) 237-1073**, courriel : **jhumphries@cbie.ca** internet : **www.cbie.ca**

Pour plus de renseignements sur le CNA, communiquer avec M. Stephen Lee, agent d'information, CNA, tél. : **(709) 643-7928**, téléc. : **(709) 643-7932**, courriel : **stephen.lee@northatlantic.nf.ca**

Pour des renseignements généraux sur les possibilités d'affaires à l'étranger dans le domaine de l'éducation, communiquer avec M. Simon Williams, directeur adjoint, Service de commercialisation de l'éducation, MAECI, tél. : **(613) 996-2041**, téléc. : **(613) 995-3238**, courriel : **simon.williams@dfait-maeci.gc.ca**

Cet article est le premier d'une série que fera paraître CanadExport *pour faire connaître les réussites découlant des activités et occasions d'affaires nouvelles qu'encourage le MAECI dans le domaine de l'éducation au Moyen-Orient et dans d'autres régions. À suivre...*

Porte ouverte aux fabricants canadiens

Logement, matériaux de construction au R.-U.

Les relations commerciales du Canada avec le Royaume-Uni sont, à tous égards, les plus profondes en Europe — venant au second rang après celles avec les États-Unis. Le R.-U. est également pour le Canada le marché d'exportation qui affiche la plus forte croissance après celui des É.-U. Plus du quart des exportations canadiennes vers l'Union européenne sont destinées au R.-U., qui est maintenant le troisième plus grand marché d'exportation du Canada. Ce marché offre donc un important potentiel commercial aux constructeurs d'habitations et aux fabricants de matériaux de construction du Canada.

Aperçu du marché

L'industrie de la construction était évaluée à près de 60 milliards de livres en 2000, chiffre dont le secteur du logement représentait 40 % ou 24 milliards de livres. Ce secteur a progressé de 34 % entre 1996 et 2000, et l'on prévoit qu'il connaîtra une croissance de 11 % d'ici 2007.

Le secteur du logement peut être divisé en deux sous-secteurs : la construction neuve et la rénovation ou remise à neuf. Le sous-secteur de la construction neuve était évalué à 8,4 milliards de livres en 2000. Le nombre de mises en chantier est demeuré à peu près stable — de 180 000 à 190 000 par an depuis cinq ans.

Par ailleurs, le sous-secteur de la rénovation et de la remise à neuf annonce une période de croissance, étant donné que le R.-U. possède un des parcs immobiliers les plus vieux en Europe. La moitié des 23 millions de logements du pays ont de 50 à 100 ans — ou même plus. Entre 1996 et 2000, ce secteur a progressé de 11 % et avait atteint une valeur de 16 milliards de livres en 2000. Les prévisions annoncent une croissance de 11 % au cours des cinq prochaines années, tandis que s'amorce la remise à neuf, financée par l'État, de plus de 1,5 million de logements.

La construction commerciale et la construction industrielle ont l'une et l'autre affiché une croissance positive au cours des cinq dernières années. Le rendement du secteur des infrastructures a été faible. Les prévisions laissent supposer que l'activité va continuer de ralentir dans ce secteur.

En 1999, le R.-U. a déclaré un déficit de 2 milliards de livres dans ses échanges internationaux dans le domaine des matériaux de construction. Bien que le R.-U. satisfasse à la plupart de ses besoins en agrégats, il importe 80 % du bois dont il a besoin. La valeur des importations de bois d'œuvre est actuellement d'environ 1 milliard de livres par an — soit 20 % de tous les matériaux de construction importés.

Débouchés

Au R.-U., l'industrie de la construction traverse une période de changement rapide, qui est le plus manifeste dans le marché de la construction nouvelle. Le manque de logements neufs s'explique par plusieurs facteurs : pénurie de travailleurs compétents, hausse des coûts de construction, défauts associés aux travaux de maçonnerie effectués sur place et nouveaux règlements de construction qui rendent obligatoire une isolation thermique accrue.

Ces facteurs ont donc créé une tendance à produire les composants ailleurs que sur les lieux de construction et engendré une demande de produits novateurs qui rendent la compétence moins nécessaire sur les chantiers de construction, sans déroger aux nouvelles normes. Certains systèmes de charpente usinés, dont les charpentes en bois, sont de plus en plus acceptés.

À court terme, les fabricants canadiens seront en bonne position pour approvisionner ce marché, pendant que les fabricants britanniques se préparent à faire face à la demande. Le succès à long terme dépendra cependant de la création de partenariats d'approvisionnement avec des PME de construction d'habitations qui ne possèdent pas elles-mêmes les capacités voulues dans le domaine de la fabrication.

Un certain nombre de débouchés méritent d'être explorés : systèmes de revêtement extérieur et de toiture en matériaux légers, systèmes mécaniques, composants préfabriqués et fabriqués industriellement, produits en bois à valeur ajoutée tels que les portes, les fenêtres et les revêtements de sol.

L'accès au marché

Certains gros détaillants, commerçants et constructeurs sont disposés à acheter des produits directement d'un fabricant étranger, mais souvent il faut un partenaire local pour faire des affaires au Royaume-Uni. Ces partenaires offrent une indispensable compréhension des pratiques commerciales britanniques, des caractéristiques du marché et des stratégies commerciales, ainsi que des procédures concernant les aspects légaux et financiers et l'importation. Les entreprises doivent investir du temps (deux à trois ans) et des ressources pour établir des contacts et faire connaître leurs produits. Elles doivent aussi veiller à ce que leurs produits soient conformes aux normes européennes ou britanniques.

Pour devenir un fournisseur régulier des magasins d'articles de bricolage, les exportateurs de bois d'œuvre doivent faire certifier leurs produits par le Forest Stewardship Council (conseil d'intendance des forêts) ou par un organisme équivalent.

Principaux concurrents

Plusieurs entreprises britanniques et internationales de fabrication possédant un réseau de distribution intégré sont bien établies au Royaume-Uni, et la concurrence entre elles est très acharnée.

Les produits canadiens en bois doivent faire face à une forte concurrence du bois tendre provenant d'Écosse, de Scandinavie et des pays Baltes et du bois dur en provenance d'Extrême-Orient et d'Amérique du Sud.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jason Kee, agent à l'expansion des affaires, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : **(011-44-20) 7258-6664**, téléc. : **(011-44-20) 7258-6384**, courriel : **jkee@canada.com** internet : **www.infoexport.gc.ca/uk**

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA *Au service des entreprises canadiennes à l'étranger*

Au service des

industries des technologies de fabrication de pointe en Europe

Contactez-nous à **www.infoexport.gc.ca**

Allemagne
Berlin
Bruno Wiest
Agent commercial
Ambassade du Canada
Berlin, Allemagne
T : (011-49-30) 20312-363
F : (011-49-30) 20312-115

Düsseldorf
Harold McNairnay
Délégué commercial
Consulat du Canada
Düsseldorf, Allemagne
T : (011-49-211) 172-17-17
F : (011-49-211) 35-91-65

Autriche
Roland J. Rossi
Agent commercial
Ambassade du Canada
Vienne, Autriche
T : (011-43-1) 53138-3383
F : (011-43-1) 53138-3906

Belgique
Fabienne De Kimpe
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Bruxelles, Belgique
T : (011-32-2) 741-0620
F : (011-32-2) 741-0606

Bulgarie
Ivailo Savov
Agent commercial
Consulat du Canada
Sofia, Bulgarie
T : (011-359-2) 943-37-04
F : (011-359-2) 946-19-13

Espagne
Marc Gagnon
Agent commercial
Ambassade du Canada
Madrid, Espagne
T : (011-34) 91-423-32-50
F : (011-34) 91-423-32-52

Fédération de Russie
Lilya Panova
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Moscou, Russie
T : (011-7-095) 956-6666
F : (011-7-095) 232-9949

Finlande
Johan Nyman
Agent commercial
Ambassade du Canada
Helsinki, Finlande
T : (011-358-9) 2285-3354
F : (011-358-9) 601-060

Grèce
George Dimitriou
Agent commercial
Ambassade du Canada
Athènes, Grèce
T : (011-30-10) 727-3355
F : (011-30-10) 727-3460

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Department of Foreign Affairs and International Trade
Canada

DISCRET

CI). Les liens déjà serrés entre nos
de douane ont été éliminés sur
-alimentaires. L'ALECI, entré en
l'entente, tant le Canada qu'Israël.
plus de 30 %. En fait, en 2001, la
Le présent supplément montre les
nu, employé par les exportateurs

ent donne la priorité est la
r des télécommunications,
on de l'infrastructure du pays.

e du reste du monde, Israël traverse
ralentissement économique, lié, dans
que, au ralentissement économique
s le secteur de la haute technologie.
nomie d'Israël a fait preuve d'une
nt les fortes tensions. Les éléments
e ne sont pas touchés, tandis que le
es analystes que c'est la bonne voie qui
commercial va revenir dans une phase
e diversifiée d'Israël continue d'être
les principales économies du monde
ble, selon les prévisions des analystes,
e à long terme sera de 4 à 5 %.

cès préférentiel et sûr à un marché
raël, comme celle du Canada, repose
ux; elle offre d'immenses possibilités
ion.

E SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Canada

Porte ouverte aux

Logement, constructio

Les relations commerciales du Ca avec le Royaume-Uni sont, à to égards, les plus profondes en Eu — venant au second rang après celles les États-Unis. Le R.-U. est également le Canada le marché d'exportation q affiche la plus forte croissance après des É.-U. Plus du quart des exportatio canadiennes vers l'Union européenne destinées au R.-U., qui est maintenan troisième plus grand marché d'expor du Canada. Ce marché offre donc u portant potentiel commercial aux con teurs d'habitations et aux fabricants d matériaux de construction du Canada

Aperçu du marché

L'industrie de la construction était éva à près de 60 milliards de livres en 2 chiffre dont le secteur du logement re sentait 40 % ou 24 milliards de livres secteur a progressé de 34 % entre 1 et 2000, et l'on prévoit qu'il connaîtr croissance de 11 % d'ici 2007.

Le secteur du logement peut être di en deux sous-secteurs : la constructio neuve et la rénovation ou remise à n Le sous-secteur de la construction neu était évalué à 8,4 milliards de livres 2000. Le nombre de mises en chanti demeuré à peu près stable — de 18 à 190 000 par an depuis cinq ans.

Par ailleurs, le sous-secteur de la ré tion et de la remise à neuf annonce u période de croissance, étant donné c R.-U. possède un des parcs immobilie plus vieux en Europe. La moitié des 2 lions de logements du pays ont de 5 100 ans — ou même plus. Entre 199 2000, ce secteur a progressé de 11 avait atteint une valeur de 16 milliar livres en 2000. Les prévisions annon une croissance de 11 % au cours de prochaines années, tandis que s'amo remise à neuf, financée par l'État, de de 1,5 million de logements.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA *Au service des entreprises canadiennes à l'étranger*

Au service des

industries des technologies de fabrication de pointe en Europe

Contactez-nous à **www.infoexport.gc.ca**

Italie
Sandra Marchesi
Agente commerciale
Consulat général du Canada
Milan, Italie
T : (011-39-02) 6758-1
F : (011-39-02) 6758-3900

Norvège
Bjorn Just Hanssen
Agent commercial
Ambassade du Canada
Oslo, Norvège
T : (011-47) 2299-5300
F : (011-47) 2299-5301

Portugal
José Araújo Correia
Agent commercial
Ambassade du Canada
Lisbonne, Portugal
T : (011-351-21) 316-4651
F : (011-351-21) 316-4695

Roumanie
Valeriu Costea
Agent commercial
Ambassade du Canada
Bucarest, Roumanie
T : (011-401) 307-5092
F : (011-401) 307-5015

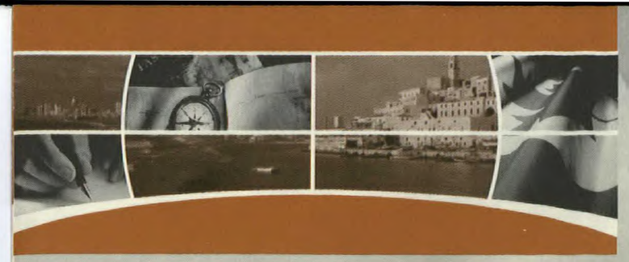
Royaume-Uni
Simon Smith
Agent commercial
Haut-commissariat du Canada
Londres, Royaume-Uni
T : (011-44-20) 7258-6600
F : (011-44-20) 7258-6384

Suède
Inga-Lill Olsson
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Stockholm, Suède
T : (011-46-8) 453-3019
F : (011-46-8) 453-3016

Turquie
Can Ozguc
Agent commercial
Ambassade du Canada
Ankara, Turquie
T : (011-90-312) 459-9353
F : (011-90-312) 459-9365

Ukraine
Yury Mardak
Agent commercial
Ambassade du Canada
Kyiv, Ukraine
T : (011-380-44) 464-1144, poste 3354
F : (011-380-44) 464-1133

Le Service des délégués commerciaux aide les sociétés novices ou expérimentées qui ont étudié et choisi leurs marchés-cibles.



SUPPLÉMENT CanadExport
Printemps 2002

L'ALECI A CINQ ANS : CÉLÉBRATION D'UN SUCCÈS DISCRET

Cette année marque le cinquième anniversaire de l'Accord de libre-échange Canada-Israël (ALECI). Les liens déjà serrés entre nos deux pays ont été encore plus fortement consolidés par cet accord, dans le cadre duquel les droits de douane ont été éliminés sur presque tous les produits industriels, et éliminés ou réduits sur 80 % des produits agricoles et agro-alimentaires. L'ALECI, entré en vigueur le 1er janvier 1997, a connu un succès discret mais incontesté pour les deux partenaires à l'entente, tant le Canada qu'Israël. Les échanges commerciaux bilatéraux ont doublé, et nos exportations vers Israël ont progressé de plus de 30 %. En fait, en 2001, la valeur des échanges bilatéraux devrait dépasser 1 milliard de dollars pour la toute première fois. Le présent supplément montre les succès et les débouchés créés par l'ALECI, accord destiné à devenir un outil d'exportation très connu, employé par les exportateurs de partout au pays pour pénétrer ce marché dynamique.

Israël : l'histoire d'un succès économique

Israël est un pays moderne, diversifié et sophistiqué, de plus de six millions d'habitants. Les réformes économiques, les stimulants pour l'investissement étranger, une population active spécialisée et novatrice et une forte demande à la consommation, alliés à l'application d'accords de libre-échange avec plusieurs pays, dont le Canada, font d'Israël un pays où le contexte commercial est très attirant.

Israël a graduellement remplacé son industrie traditionnelle, qui était lourde et de faible technicité, par un secteur des services et par la production de biens de valeur plus élevée destinés à l'industrie de haute technicité, de sorte que le pays est devenu un foyer de haute technologie. Représentant plus de 50 % du PIB, le secteur de la haute technologie devrait continuer d'être le facteur déterminant de la croissance dans les prochaines années.

Ces dernières années, l'attitude générale d'Israël en matière économique a été caractérisée par une plus forte orientation vers les marchés et une plus grande ouverture à l'économie mondiale. Bien que la présence de l'État dans l'économie demeure forte, il y a eu certains progrès dans le sens de la privatisation. Un des buts auxquels le gouvernement donne la priorité est la déréglementation du secteur des télécommunications, parallèlement à l'amélioration de l'infrastructure du pays.

À l'instar d'une grande partie du reste du monde, Israël traverse actuellement une période de ralentissement économique, lié, dans son cas, à la situation politique, au ralentissement économique mondial et au marasme dans le secteur de la haute technologie. Néanmoins, la nouvelle économie d'Israël a fait preuve d'une remarquable résistance devant les fortes tensions. Les éléments fondamentaux de l'économie ne sont pas touchés, tandis que le sentiment prédomine chez les analystes que c'est la bonne voie qui a été choisie et que le cycle commercial va revenir dans une phase positive. En bref, l'économie diversifiée d'Israël continue d'être jugée saine, et, une fois que les principales économies du monde seront relancées, il est probable, selon les prévisions des analystes, que le potentiel de croissance à long terme sera de 4 à 5 %.

L'ALECI donne ainsi un accès préférentiel et sûr à un marché important. L'économie d'Israël, comme celle du Canada, repose sur les échanges commerciaux; elle offre d'immenses possibilités de partenariat et d'exportation.

Préparé par la Direction du Moyen-Orient (GMR)

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

DES DÉBOUCHÉS, ET ENCORE DES DÉBOUCHÉS

L'élimination ou la réduction des droits de douane dans le cadre de l'ALECI a eu pour effet direct d'instaurer des échanges commerciaux plus libres pour divers produits industriels et de consommation, et Israël offre d'excellents débouchés pour les entreprises canadiennes dans des secteurs importants.

Technologie de l'information et des communications

Souvent appelé « Silicon Wadi », le marché israélien des TIC est très compétitif — du fait de la présence de nombreuses multinationales et aussi des fortes capacités d'Israël. Le marché offre néanmoins des débouchés commerciaux très divers pour les entreprises canadiennes, en particulier à celles qui vendent des produits de haute qualité. Beaucoup de débouchés sont associés au projet gouvernemental de déréglementation du secteur des télécommunications. Le ministère des Communications prévoit des besoins dans les domaines suivants : téléphonie fixe sans fil (domaine dans lequel les entreprises israéliennes possèdent une expertise et dans lequel il est possible de créer des coentreprises), téléphonie par câble, fibre optique, services de télécommunications à large bande et systèmes de téléphonie cellulaire de deuxième et de troisième génération.

Agriculture et agro-alimentaire

L'ALECI a amélioré l'accès au marché pour 80 % des produits agricoles et agro-alimentaires, et des négociations sont en cours pour libéraliser encore plus les échanges commerciaux, en vue de renforcer la position concurrentielle du Canada par rapport à celle d'autres pays. La valeur des importations israéliennes de produits agro-alimentaires est de 3 milliards de dollars par an, la moitié de ces importations étant des aliments préparés et des légumes. La valeur totale des exportations canadiennes des cinq dernières années a dépassé 50 millions de dollars. Les céréales, les légumineuses, les aliments transformés, les aliments pour animaux et les produits de confiserie constituent la majorité des exportations canadiennes, mais il y a aussi des débouchés dans le domaine des aliments préparés, des produits du poisson et des fruits de mer, des produits de boulangerie, des fruits et des repas congelés, et des vins (en particulier des vins de glace). Les entreprises canadiennes trouveront aussi des débouchés dans le marché des produits vendus sous marque de distributeur, qui représentent 5 % du volume des ventes des grands supermarchés et dont le volume devrait doubler pendant l'année.

Biotechnologie

Le marché israélien de la biotechnologie est un marché naissant et encore petit, mais c'est un secteur très compétitif qui promet de bons débouchés pour les entreprises canadiennes, en particulier dans le cadre de partenariats sous forme de coentreprises avec des entreprises israéliennes de biotechnologie. On prévoit qu'Israël va devenir un centre de développement de produits biopharmaceutiques et de médicaments génériques. Les meilleurs débouchés s'annoncent dans les domaines suivants : bio-électronique, nanotechnologie, pharmacogénomique, protéomique, bio-informatique et conception rationnelle de médicaments basée sur la structure. Le gouvernement israélien apporte un fort soutien à l'industrie de la biotechnologie, avec des programmes pour le financement de la recherche, l'établissement d'incubateurs technologiques et la promotion de la coopération internationale.

Transports

L'extraordinaire croissance de la population d'Israël crée un lourd fardeau pour l'actuelle infrastructure de transport, de sorte que l'amélioration et l'extension de cette infrastructure sont une priorité pour le gouvernement d'Israël. La route transisraélienne, d'une valeur de 1,2 milliard de dollars, est un des grands projets en cours. Le gouvernement a aussi amorcé le processus d'appel d'offres pour un projet de construction du système de transport de masse de la région métropolitaine de Tel-Aviv, d'une valeur de 1,5 milliard de dollars. Les entreprises canadiennes, dont les capacités sont bien connues en Israël, sont encouragées à former des partenariats avec des firmes locales en vue de participer aux appels d'offres internationaux.

Et d'autres débouchés...

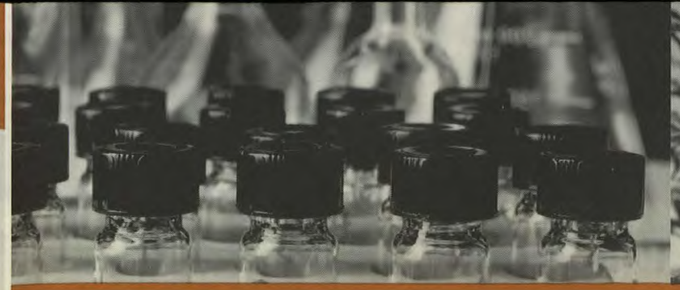
L'**aérospatiale** est une grande industrie en Israël, et l'excellente réputation du Canada dans ce secteur du marché ouvre aux entreprises diverses possibilités. La valeur totale des ventes canadiennes de pièces et de moteurs d'aéronefs à Israël a atteint 130 millions de dollars en 2001.

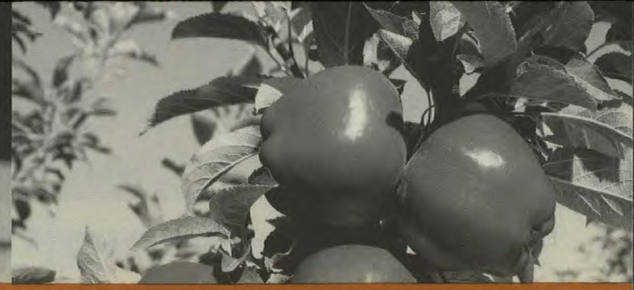
L'**industrie du bâtiment**, qui représente 7 % du PIB, est un des principaux secteurs de l'activité économique du pays, et la valeur du marché des matériaux de construction est estimée à 3 milliards de dollars. L'élimination des droits de douane sur les produits industriels dans le cadre de l'ALECI a créé d'importants débouchés pour les fournisseurs canadiens de composants de construction et de produits de quincaillerie.

Israël demeure un marché naissant pour les **produits et services environnementaux**. Les entreprises canadiennes peuvent entrer dans des consortiums qui font concurrence à d'autres pour gagner des appels d'offres en vue de la construction d'usines de dessalement selon la formule construction-possession-exploitation-transfert (CPET), de même que des appels d'offres pour la construction, selon la formule construction-exploitation-transfert, d'usines municipales de traitement des eaux usées et d'autres types d'installations de traitement des déchets. Tous les appels d'offres internationaux stipulent l'obligation d'avoir un partenaire local, et les entreprises israéliennes sont très ouvertes à la collaboration avec des entreprises canadiennes, dont l'expertise dans ce domaine est bien considérée.

Exportations de services

L'exportation de services est elle aussi devenue un élément important de nos échanges commerciaux avec Israël, en particulier du fait que le gouvernement israélien se prépare actuellement à améliorer l'infrastructure du pays. Les firmes canadiennes ont déjà découvert des débouchés dans les projets de transport. Les services professionnels tels que l'ingénierie, l'éducation, l'architecture et la technologie de la construction sont d'autres domaines où l'expertise canadienne peut avoir du succès sur ce marché.





LES SUCCÈS CANADIENS : LES ENTREPRISES S'EXPRIMENT

Les chiffres montrent que les succès de l'ALECI sont indiscutables, mais aucun fait n'est aussi convaincant que les témoignages des exportateurs canadiens eux-mêmes. Dans presque tous les secteurs importants, les entreprises canadiennes ont vu augmenter leurs ventes à Israël ou obtenu un avantage concurrentiel ou encore ont pu ne serait-ce qu'entrer sur le marché, grâce à l'Accord de libre-échange Canada-Israël. Voici la relation de quelques-uns seulement des succès de Canadiens en Israël.

Pour **Heinz Specialty Pet Foods** (Division de HJ Heinz Canada), les ventes ont fortement augmenté après l'entrée en vigueur de l'ALECI. L'entreprise vend ses produits alimentaires de spécialité par l'intermédiaire d'un distributeur israélien depuis douze ans. « Pendant les huit premières années, la croissance a été bonne, mais non pas remarquable », explique M. Colin Flint, représentant de commerce pour l'Europe et le Moyen-Orient. « Mais pendant les quatre dernières années, nous avons connu une forte croissance de nos ventes en Israël, à tel point que l'an dernier nous avons doublé nos ventes. » M. Flint attribue cette hausse récente des ventes de Heinz à l'entrée en vigueur de l'ALECI, qui a sensiblement réduit les droits de douane sur les aliments pour animaux.

Les produits **President's Choice**, de **Loblaws**, se sont rapidement répandus en Israël, quand ils sont pour la première fois apparus sur le marché, et ils représentent maintenant 8 % des ventes de produits sous marque de distributeur, grâce à la distribution qui en est faite dans les supermarchés de la chaîne Club Market. Ce niveau de pénétration a été favorisé par l'ALECI, qui a réduit les droits de douane sur plusieurs produits agro-alimentaires et rendu possible pour les produits canadiens de faire concurrence aux produits locaux ou fabriqués aux États-Unis.

L'ALECI a aussi eu pour effet d'égaliser les chances pour le fabricant de connecteurs de câbles **Stirling Connectors Ltd**. « Nos principaux concurrents, qui sont américains, bénéficiaient déjà d'un accord commercial des États-Unis avec Israël », explique le vice-président de Stirling, M. Bruce Buck. « Ainsi, l'ALECI nous a mis sur un pied d'égalité, du point de vue des prix; il nous a beaucoup aidé. » La société Stirling avait aussi la souplesse et la capacité nécessaires pour répondre aux exigences techniques strictes de son client israélien. Ainsi, l'entreprise profite d'un contrat lucratif et durable pour la fourniture de connecteurs de câbles pour le nouveau grand projet israélien de télévision par satellite, YES.

Pour **Thyme Maternity International Inc.**, l'ALECI a été le facteur le plus important dans le choix d'Israël comme un des premiers marchés mondiaux pour son concept unique de marque de détail. « La plupart du temps, l'expédition de marchandises au-delà d'une frontière soulève d'énormes difficultés. L'ALECI rend possible pour nos vêtements de fabrication canadienne de circuler librement, à des taux minimums », explique M. Clifford Halickman, directeur de la concession internationale de licences chez Thyme, en ajoutant qu'Israël offre aussi l'avantage d'avoir un contexte de commerce au détail et des pratiques commerciales semblables à ceux du Canada. Un grand détaillant israélien exploite maintenant une boutique de vente au détail de Thyme Maternity dans son réseau actuel de magasins.

L'ALECI a aussi permis de faire connaître les capacités canadiennes en général, et il n'y a pas de doute quant aux capacités du **Canadian Highways International Consortium (CHIC)**, qui a construit, en Ontario, l'autoroute ETR 407, première autoroute à péage électronique entièrement automatisé dans le monde. Au moment même où se déroulaient les négociations de l'ALECI, le consortium a été invité en Israël à présenter son système unique; puis il a fait partie d'un consortium international qui a obtenu le projet de construction de la route transisraélienne, d'une valeur de 1,2 milliard de dollars. « L'Accord a favorisé l'établissement d'une relation solide entre le Canada et Israël, relation qui a ensuite facilité l'obtention du projet », précise le président du CHIC, M. John Beck.

AU SERVICE DES ENTREPRISES CANADIENNES EN ISRAËL

EDC
Exportation et développement Canada
Export Development Canada

Exportation et développement Canada (EDC) — principale source au Canada pour la fourniture de services de financement du commerce extérieur et de gestion du risque aux exportateurs — est disposée à assurer et à financer des projets en Israël. Avec ses banques locales et étrangères qui prêtent à des taux concurrentiels, Israël se voit attribuer une bonne cote d'évaluation d'investissements par trois agences internationales de notation financière. EDC a des lignes de crédit dans trois banques israéliennes — United Mizrahi, Leumi et Hapoalim — et peut être un partenaire important pour le soutien des exportateurs canadiens dans un marché israélien très fortement axé sur les échanges commerciaux. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site **www.edc.ca**

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du MAECI offre une assistance financière aux exportateurs canadiens pour les aider à explorer de nouveaux marchés à l'étranger, par exemple sous forme d'assistance pour le développement de stratégies de commercialisation ou pour assister à des foires commerciales. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site **www.infoexport.gc.ca** ou communiquer avec le Centre du commerce international le plus proche (**www.dfait-maeci.gc.ca**).

Accord-cadre canado-palestinien de coopération économique et commerciale

En vertu du Protocole de Paris (1995) de l'Accord d'Oslo, Israël et l'Autorité palestinienne ont convenu d'établir une union douanière. L'ALECI s'applique à la région couverte par cette union douanière et confère ainsi les avantages de la circulation en franchise de droits, prévus dans l'Accord, aux marchandises produites en Cisjordanie et dans la bande de Gaza.

Après que le Canada eut manifesté son intention de conclure une entente commerciale séparée avec l'Autorité palestinienne, l'Accord-cadre canado-palestinien de coopération économique et commerciale a été signé en 1999. L'Accord-cadre est complémentaire à l'ALECI; il adopte les règles d'origine de l'ALECI et énonce l'intention des deux parties d'avoir des relations commerciales sur la base du libre-échange. Le Canada a un bureau de représentation à Ramallah pour aider les entreprises canadiennes qui souhaitent améliorer leur connaissance de l'activité commerciale dans ce marché en développement.

Foires commerciales à venir

Les foires commerciales de divers secteurs offrent aux entreprises canadiennes d'excellentes occasions de montrer leurs produits. Voici quelques-unes des foires commerciales qui auront lieu en 2002. Pour d'autres foires commerciales, on peut visiter le site suivant : **www.israel-trade- fairs.com/2000/english/index.html**

Accueillant plus de 300 exposants d'Israël et de l'étranger, l'**exposition Do-It-Yourself and Home Improvement (DIY 2002)** — qui aura lieu du 20 au 22 mai 2002 à Tel-Aviv — sera une vitrine pour le matériel et les produits les plus récents d'un des secteurs qui ont la plus forte croissance dans le monde. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site suivant : **www.diy-israel.com**

Sous le thème « **Life AdvancesTM », la convention et exposition internationales de biotechnologie (BIO 2002 International Biotechnology Convention & Exhibition)** — qui aura lieu du 9 au 12 juin 2002 à Toronto — présentera les progrès du développement des produits de la biotechnologie. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site **www.bio2002.org/index.asp**

L'industrie israélienne des télécommunications va présenter ses dernières innovations à **Telecom Israel 2002** — qui aura lieu à Tel-Aviv du 4 au 7 novembre 2002. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site **www.telecom-israel.com/2002/intro.html**

FRDICI : favoriser les partenariats canado-israéliens dans la R-D

Avec l'impressionnante infrastructure de recherche d'Israël, les entreprises israéliennes conviennent parfaitement aux firmes canadiennes comme partenaires de R-D. La Fondation pour la recherche et le développement industriels Canada-Israël (FRDICI) a été créée en 1994 pour promouvoir la collaboration entre les firmes des deux pays dans le domaine de la R-D. Depuis la création de la Fondation, le gouvernement d'Israël et celui du Canada ont engagé chacun 1 million de dollars par an jusqu'en 2005. La FRDICI s'est donné pour mission de promouvoir la collaboration dans la R-D, d'offrir des services de liaison et d'apporter une aide financière à des projets. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site Web de la FRDICI à **www.ciirdf.ca**

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS...

Pour plus de détails sur l'ALECI et sur le marché israélien, on peut visiter le site Web de l'ambassade du Canada à Tel-Aviv à **www.dfait-maeci.gc.ca/telaviv** ou communiquer avec **Mme Suzanne Szukits**, déléguée commerciale principale, **courriel :** suzanne.szukits@dfait-maeci.gc.ca

Par l'intermédiaire de son Centre des études de marché et de ses bureaux à l'étranger, le Service des délégués commerciaux du Canada a préparé plus de 600 études de marché, que l'on peut se procurer gratuitement sur le site Web du Service. Visitez le site **www.infoexport.gc.ca** pour avoir accès aux études de marché et à d'autres renseignements qui peuvent vous aider à explorer des débouchés commerciaux particuliers en Israël et dans d'autres marchés internationaux.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Au service des

industries des technologies de fabrication de pointe

Événement(s) à venir au Canada

Assembly Canada
les 3 et 4 avril 2002
Mississauga, Ontario
www.reedexpo.ca/assembly

Le salon national
de l'automatisation industrielle
du 13 au 15 mai 2002
Montréal, Québec
www.reedexpo.ca/montreal

Événement(s) à l'extérieur du Canada

International Conference on Robotics and Automation - ICRA 2002
du 11 au 15 mai 2002
Washington, D.C.
États-Unis d'Amérique
www.icra2002.org

Automated Manufacturing Exposition - AM 2002
du 8 au 10 octobre 2002
Worcester, Massachusetts
États-Unis d'Amérique
www.am-expo.com/NewEngland/main.htm

Associations nationales

Alliance canadienne
pour les technologies avancées
www.cata.ca

Association des manufacturiers
de machineries et d'équipements
du Canada
www.memac.org

En pleine rénovation

Les bâtiments en Italie

constructions non résidentielles : béton, 84,6%; brique et pierre, 5 %; acier, 3,4 %; acier/béton, 4,9 %; et autres matériaux, 2,1 %.

Débouchés

La reprise qui se produit dans le secteur italien du bâtiment annonce des débouchés d'exportation pour les matériaux de construction canadiens à valeur ajoutée.

Les Italiens, de plus en plus soucieux de l'environnement, s'attendent à ce que les normes du logement soient respectueuses de l'environnement. Le gouvernement a offert aux Italiens des incitatifs financiers pour améliorer leurs logements et économiser l'énergie, qui ont eu pour effet de stimuler la demande des caractéristiques suivantes : systèmes photovoltaïques, meilleure insonorisation et construction parasismique, systèmes de ventilation, de reprise d'eau et de récupération de la chaleur, peintures dans solvants et systèmes de construction en bois.

Bien que l'utilisation de technologies traditionnelles reste très répandue pour les constructions de grande hauteur, il y a beaucoup de potentiel pour les systèmes plus novateurs et plus économiques tels que les charpentes légères en acier pour le cloisonnage intérieur.

L'accès au marché

Dans le cadre de son programme d'uniformisation en vue d'établir des normes communes pour ses pays membres, l'Union européenne a entamé le long processus de réglementation des matériaux de construction et de la conception des structures de génie civil. En 2000, des normes harmonisées (**www.cenorm.be/sectors/construction.htm**) ont été établies pour les produits en ciment et en géotextile et, en 2001, des Eurocodes pour les structures ont été rendus publics pour les structures de béton, d'acier, de bois, de maçonnerie et d'aluminium.

En tant que pays membre de l'Union européenne, l'Italie est légalement tenue d'appliquer les normes, les codes et les processus de certification relatifs aux produits élaborés par l'Union. Les entreprises qui exportent vers l'Italie doivent aussi prendre en considération les normes et les codes nationaux établis par le bureau national des normes de l'Italie (**www.uni.com** – UNI). Pour déterminer quelles normes s'appliquent à leurs produits, les exportateurs canadiens devraient consulter les organismes de certification ou les distributeurs ou agents locaux officiellement reconnus par le gouvernement italien.

Les exportateurs canadiens devraient aussi noter que le secteur italien du bâtiment et des matériaux de construction est principalement composée de petites entreprises ayant des réseaux de distribution très fragmentés, et très peu d'activités commerciales qui englobent plusieurs régions.

Sites internet utiles

Foires commerciales à Bologne

- SAIEDUE (annuelle) : **www.on-nike.it/SAIEDUE/**
- SAIE — 16 au 20 octobre 2002 : **www.bolognafiere.it/SAIE**

Organisations

- Association italienne des entrepreneurs en bâtiment [ANCE]: **www.ance.it**
- Association italienne des firmes d'experts-conseils en génie [OICE]: **www.oice.it**
- Association italienne des fabricants de carreaux de céramique et de matières réfractaires [ASSOPIASTRELLE]: **www.ceramictiles.it/**

Pour connaître les débouchés sur le marché du bâtiment en Albanie et à Malte, joindre l'ambassade du Canada à Rome, section commerciale et économique (Centre d'information), courriel : **rome-td@dfait-maeci.gc.ca**

Pour plus de renseignements, joindre Mme Lucia Tubaro, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : **(011-39-02) 6758-3359**, téléc. : **(011-39-02) 6748-3900**, courriel : **lucia.tubaro@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.infoexport. gc.ca/it**

AU SERVICE DES ENTREPRISES CANADIENNES EN ISRAËL

Exportation et développement Canada (EDC) — principale source au Canada pour la fourniture de services de financement du commerce extérieur et de gestion du risque aux exportateurs — est disposée à assurer et à financer des projets en Israël. Avec ses banques locales et étrangères qui prêtent à des taux concurrentiels, Israël se voit attribuer une bonne cote d'évaluation d'investissements par trois agences internationales de notation financière. EDC a des lignes de crédit dans trois banques israéliennes — United Mizrahi, Leumi et Hapoalim — et peut être un partenaire important pour le soutien des exportateurs canadiens dans un marché israélien très fortement axé sur les échanges commerciaux. Pour plu
site **www.edc.ca**

Le Programme de dével
(PDME) du MAECI o
teurs canadiens pour le
l'étranger, par exemple
ment de stratégies de c
foires commerciales. Po
le site **www.infoexport**
commerce internationa

Accord-cadre canado-palestinien de coopération économique et commerciale

En vertu du Protocole de Paris (1995) de l'Accord d'Oslo, Israël et l'Autorité palestinienne ont convenu d'établir une union douanière. L'ALECI s'applique à la région couverte par cette union douanière et confère ainsi les avantages de la circulation en franchise de droits, prévus dans l'Accord, aux marchandises produites en Cisjordanie et dans la bande de Gaza.

Après que le Canada eut
entente commerciale sépa
cadre canado-palestinien
a été signé en 1999. L'Acc
il adopte les règles d'origi
parties d'avoir des relatio
Le Canada a un bureau d
entreprises canadiennes q
de l'activité commerciale

Foires commerciales à venir

Les foires commerciales de divers secteurs offrent aux entreprises canadiennes d'excellentes occasions de montrer leurs produits. Voici quelques-unes des foires commerciales qui auront lieu en 2002. Pour d'autres foires commerciales, on peut visiter le site suivant : **www.israel-trade- fairs.com/2000/english/index.html**

Accueillant plus de 300 exposants d'Israël et de l'étranger, l'**exposition Do-It-Yourself and Home Improvement (DIY 2002)** — qui aura lieu du 20 au 22 mai 2002 à Tel-Aviv — sera une vitrine pour le matériel et les produits les plus récents d'un des secteurs qui ont la plus forte croissance dans le monde. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site suivant : **www.diy-israel.com**

Sous le thème « **Life Adva
internationales de biotec
Biotechnology Conventi**
juin 2002 à Toronto — p
produits de la biotechnolo
visiter le site **www.bio200**

L'industrie israélienne des
innovations à **Telecom Isr**
novembre 2002. Pour plus
www.telecom-israel.com/

FRDICI : favoriser les partenariats canado-israéliens dans la R-D

Avec l'impressionnante infrastructure de recherche d'Israël, les entreprises israéliennes conviennent parfaitement aux firmes canadiennes comme partenaires de R-D. La Fondation pour la recherche et le développement industriels Canada-Israël (FRDICI) a été créée en 1994 pour promouvoir la collaboration entre les firmes des deux pays dans le domaine de la R-D. Depuis la création de la Fondation, le gouvernement d'Israël et celui du Canada ont engag
2005. La FRDICI s'est do
tion dans la R-D, d'offrir
financière à des projets. Po
site Web de la FRDICI à

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS...

Pour plus de détails sur l'ALECI et sur le marché israélien, on peut visiter le site Web de l'ambassade du Canada à Tel-Aviv à **www.dfait-maeci.gc.ca/telaviv** ou communiquer avec **Mme Suzanne Szukits**, déléguée commerciale principale, **courriel :** suzanne.szukits@dfait-maeci.gc.ca

Par l'intermédiaire de son
bureaux à l'étranger, le Se
a préparé plus de 600 étu
gratuitement sur le site W
gc.ca pour avoir accès aux
qui peuvent vous aider à
particuliers en Israël et d

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Personne-ressource au Service des délégués commerciaux

Wayne House
Délégué commercial
Technologies de fabrication de pointe
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario), K1A 0G2
T : (613) 996-3490
F : (613) 996-1267
C : wayne.house@dfait-maeci.gc.ca

Études de marchés* disponibles :

Europe

Allemagne

- Le marché des machines à transformer les matières plastiques et le caoutchouc
- Le marché de l'automatisation industrielle

Finlande

- Le marché de l'automatisation industrielle

Amérique latine et Antilles

Mexique

- Les composants électriques et électroniques

* Produites par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux du Canada. Pour les consulter, visitez :

www.infoexport.gc.ca

En pleine rénovation

Les bâtiments en Italie

Après trois années consécutives de croissance, le secteur italien du bâtiment voit enfin se dissiper le nuage qui planait sur sa tête depuis 1992. Le secteur a connu une croissance de 1,8 % en 1999, de 3,6 % en 2000 — la production cette année-là ayant dépassé 127,8 milliards de dollars — et de 2,5 % en 2001. Malgré certaines incertitudes économique et politiques, l'Association italienne des entrepreneur en bâtiment [ANCE] prévoit une croissance d'au moins 2,3 % pour 2002, si le gouvernement italien adopte une série de mesures visant à stimuler la demande.

Aperçu du marché

Il y a des signes annonciateurs de croissance dans tout le secteur italien du bâtiment.

Après une période de torpeur de sept ans, les investissements dans de nouvelles constructions résidentielles ont repris, stimulées par une hausse de l'immigration et par le resserrement du marché du logement dans les grandes villes. Les investissements dans les travaux publics ont progressé de 5 % en 1999, de 3 % en 2000 et de 2,5 % en 2001, mais ils n'ont pas encore retrouvé leur niveau élevé de 1991. Les investissements dans les constructions commerciales ont elles aussi augmenté.

Soutenus par des stimulants gouvernementaux, les travaux de rénovation (à l'exclusion de l'entretien de base) représentent plus de 50 % des investissements dans le logement. Cette tendance va vraisemblablement se maintenir, étant donné qu'il y un nombre estimatif de 3 500 immeubles d'habitation qui ont besoin de gros travaux en raison de leur âge (36,5 % ont plus de 40 ans) ou de la mauvaise construction (appartements en copropriété construits dans les années 1960, par exemple).

Bien que le béton soit le matériau de construction le plus utilisé, on s'intéresse de plus en plus à d'autres solutions telles que les structures en bois ou en acier. Voici la répartition des constructions selon le matériau utilisé dans les constructions neuves : béton malaxé chantier, 69,5%; béton préfabriqué, 1,9 %; brique et pierre, 23,8 %; et autres matériaux, dont le bois, 4,8 %. Voici la répartition pour les nouvelles constructions non résidentielles : béton, 84,6%; brique et pierre, 5 %; acier, 3,4 %; acier/béton, 4,9 %; et autres matériaux, 2,1 %.

Débouchés

La reprise qui se produit dans le secteur italien du bâtiment annonce des débouchés d'exportation pour les matériaux de construction canadiens à valeur ajoutée.

Les Italiens, de plus en plus soucieux de l'environnement, s'attendent à ce que les normes du logement soient respectueuses de l'environnement. Le gouvernement a offert aux Italiens des incitatifs financiers pour améliorer leurs logements et économiser l'énergie, qui ont eu pour effet de stimuler la demande des caractéristiques suivantes : systèmes photovoltaïques, meilleure insonorisation et construction parasismique, systèmes de ventilation, de reprise d'eau et de récupération de la chaleur, peintures dans solvants et systèmes de construction en bois.

Bien que l'utilisation de technologies traditionnelles reste très répandue pour les constructions de grande hauteur, il y a beaucoup de potentiel pour les systèmes plus novateurs et plus économiques tels que les charpentes légères en acier pour le cloisonnage intérieur.

L'accès au marché

Dans le cadre de son programme d'uniformisation en vue d'établir des normes communes pour ses pays membres, l'Union européenne a entamé le long processus de réglementation des matériaux de construction et de la conception des structures de génie civil. En 2000, des normes harmonisées (**www.cenorm.be/sectors/construction.htm**) ont été établies pour les produits en ciment et en géotextile et, en 2001, des Eurocodes pour les structures ont été rendus publics pour les structures de béton, d'acier, de bois, de maçonnerie et d'aluminium.

En tant que pays membre de l'Union européenne, l'Italie est également tenue d'appliquer les normes, les codes et les processus de certification relatifs aux produits élaborés par l'Union. Les entreprises qui exportent vers l'Italie doivent aussi prendre en considération les normes et les codes nationaux établis par le bureau national des normes de l'Italie (**www.uni.com** – UNI). Pour déterminer quelles normes s'appliquent à leurs produits, les exportateurs canadiens devraient consulter les organismes de certification ou les distributeurs ou agents locaux officiellement reconnus par le gouvernement italien.

Les exportateurs canadiens devraient aussi noter que le secteur italien du bâtiment et des matériaux de construction est principalement composée de petites entreprises ayant des réseaux de distribution très fragmentés, et très peu d'activités commerciales qui englobent plusieurs régions.

Sites internet utiles

Foires commerciales à Bologne

- SAIEDUE (annuelle) : **www.on-nike.it/SAIEDUE/**
- SAIE — 16 au 20 octobre 2002 : **www.bolognafiere.it/SAIE**

Organisations

- Association italienne des entrepreneurs en bâtiment [ANCE]: **www.ance.it**
- Association italienne des firmes d'experts-conseils en génie [OICE]: **www.oice.it**
- Association italienne des fabricants de carreaux de céramique et de matières réfractaires [ASSOPIASTRELLE]: **www.ceramictiles.it/**

Pour connaître les débouchés sur le marché du bâtiment en Albanie et à Malte, joindre l'ambassade du Canada à Rome, section commerciale et économique (Centre d'information), courriel : **rome-td@dfait-maeci.gc.ca**

Pour plus de renseignements, joindre Mme Lucia Tubaro, agent de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : **(011-39-02) 6758-3359**, téléc. : **(011-39-02) 6748-3900**, courriel : **lucia.tubaro@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.infoexport. gc.ca/it**

Les politiques environnementales au Kansai

Convertir en $ le ¥ visant l'environnement (2e partie)

Les sept préfectures du Kansai au Japon sont chargées des installations de traitement des eaux usées et des effluents ainsi que de la protection des ressources naturelles. Elles fournissent aussi le financement des projets d'édification, d'orientation et d'éducation sur l'environnement, et des projets de surveillance de l'environnement et de recherche sur de vastes questions sur l'environnement.

Osaka

Osaka lutte contre l'augmentation des polluants chimiques toxiques comme les dioxines et les perturbateurs du système endocrinien (produits chimiques dans l'environnemental affectant les hormones) en augmentant le financement de la recherche, en accroissant la surveillance et l'analyse de l'environnement et en adoptant des règlements plus rigoureux. De plus, la préfecture est en train de promouvoir activement les mesures visant à ralentir le réchauffement planétaire, à économiser l'énergie et à favoriser le recyclage.

Une grande partie (68 %) du budget total de 192,5 milliards de yens du gouvernement pour 2001 a été consacrée à des projets et des études techniques.

Kyoto

Kyoto était autrefois la capitale du Japon, mais aujourd'hui la région n'est pas très densément peuplée — les trois quarts de la superficie totale sont recouverts de forêt. Or, si elle jouit d'un riche patrimoine naturel, la région de Kyoto fait tout de même face à des problèmes environnementaux : contamination de l'eau, pollution par l'automobile et accumulation des déchets.

La préfecture est un ardent défenseur de l'environnement et aspire à devenir un chef de file dans ce domaine. En 1999, elle a adopté la Déclaration de Kyoto sur l'environnement planétaire et formulé le Plan-cadre environnemental de la préfecture de Kyoto.

Shiga

Ne comptant que 1 340 000 habitants et quelques grandes entreprises, Shiga peut sembler moins qu'idéale du point de vue des affaires et du marché. Toutefois, ses habitants s'intéressent activement aux questions environnementales et peuvent être considérés comme un marché éventuel pour les technologies et les produits environnementaux. En fait, comme le plus vaste lac du Japon, le lac Biwa, se trouve à Shiga, qui en a la garde, celle-ci est au premier rang en matière de préservation de l'eau douce, et elle demande un congrès international sur la préservation et la gestion des lacs.

Le Canada au Japon
Canada in Japan

En moins de quatre ans, l'exposition annuelle sur l'environnement, **Enviro-Shiga**, est devenue un événement international d'envergure, qui attire des entreprises et des institutions de recherche de partout dans le monde. Shiga accueillera sous peu l'Université de biotechnologie de Nagahama.

Nara

Nara, vieille ville jouissant d'un riche patrimoine historique, culturel et universitaire, se conforme aux normes environnementales établies pour les limites des niveaux de pollution atmosphérique par l'anhydride sulfureux, le dioxyde d'azote et les particules en suspension, mais les niveaux d'oxydants photochimiques excèdent les limites acceptables d'environ 100 jours chaque année.

Pour résoudre les problèmes des eaux usées domestiques — source importante de contamination de l'eau — le gouvernement de Nara subventionne les installations mixtes de traitement des eaux usées domestiques.

Wakayama

Le rendement des industries et des entreprises autrefois florissantes de Wakayama est faible depuis quelques années, et la pollution de l'air et de l'eau de la période de croissance industrielle a diminué progressivement

Wakayama résout actuellement ses problèmes de déchets par la réduction, le recyclage et l'amélioration de l'élimination.

Hyogo

Depuis quelques années, l'urbanisation croissante, en particulier à Kobe et dans la région de Hanshin, crée des problèmes de pollution de l'air et par le bruit, de contamination de l'eau, de ruissellement de l'eau des terrains de golf et d'accumulation des déchets.

Le riche milieu naturel de Hyogo doit être protégé (déboisement, chasse excessive).

Okayama

Malgré l'adoption de lois plus rigoureuses, l'air et l'eau restent de piètre qualité dans certains secteurs de Mizushima, seule zone industrielle d'Okayama. La préfecture résout actuellement certains de ses problèmes de qualité de l'eau, en particulier l'eutrophisation et la contamination du lac Kojima.

Assistance à la clientèle

Les entreprises qui vendent des technologies et des produits environnementaux au Japon doivent prendre d'autres mesures que d'aller simplement aux expositions et aux colloques. Les travaux de suivi et de support technique pour les produits sont primordiaux.

Dans une grande entreprise japonaise type, il est rare qu'un seul individu prenne une décision définitive au sujet d'un nouveau produit qui, dans la plupart du temps, est approuvé par une filière décisionnaire, qui commence par un patron et qui se termine par l'approbation au niveau de l'entreprise. Lorsque l'approbation finale est accordée, la négociation du contrat commence. Pendant cette partie, il se peut qu'on exige une preuve du rendement du produit, et qu'on demande d'y apporter des améliorations.

La communication continue avec le client est la clé de la conquête du marché japonais.

Pour plus de renseignements, joindre M. Jean-Pierre Petit, Direction du Japon, MAECI, tél. : **(613) 996-2467**, téléc. : **(613) 944-2397**, courriel : **jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca**

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

Alimenter la réflexion

L'agroalimentaire dans le sud de la Chine (1ère partie)

Il y a, à propos de la Chine, un enseignement de base que les exportateurs de l'étranger devraient comprendre : le vaste marché chinois n'est pas un marché unique, mais plutôt une diversité de marchés, segmentés en régions géographiques, linguistiques, culturelles et économiques, un peu comme l'Europe. Le succès obtenu dans une région n'est pas une garantie de réussite dans une autre. La région du sud de la Chine, par exemple — et la province du Guangdong en particulier — a appliqué sa politique de portes ouvertes il y a plusieurs dizaines d'années, avec le résultat qu'elle a aujourd'hui un niveau de vie et une économie de marché inégalés n'importe où ailleurs en Chine.

La Chine méridionale, avec une population de 175 millions d'habitants (13,5 % de la population chinoise), comprend quatre provinces : le Guangdong, le Guangxi, le Fujian et le Hainan; elle comprend aussi les zones économiques spéciales de Shenzhen, Zhuhai, Shantou, Xiamen et de l'île d'Hainan. Le Guangdong, où vit la moitié de la population de la Chine méridionale et qui est la seule province à avoir une frontière commune à la fois avec Hong Kong et Macao, est la clé de voûte de l'économie de marché de la Chine.

Depuis une dizaine d'années, l'économie du Guangdong a connu une croissance de 13 % par an — l'équivalent d'un PIB de 5 000 dollars par habitant. En 2000, la valeur des échanges commerciaux du Guangdong a atteint 200 milliards de dollars — plus de 40 % du total pour toute la Chine.

Manger à Guangzhou

Capitale du Guangdong, la ville de Guangzhou est depuis longtemps considérée comme la grande porte du sud de la Chine. La politique d'ouverture sur le monde de la région et sa proximité géographique de Hong Kong ont fait de Guangzhou le cœur économique du sud de la Chine et le moteur économique du reste de la Chine.

Guangzhou, Beijing et Shanghai ont le revenu disponible par habitant le plus élevé en Chine, et les habitants de Guangzhou dépensent plus du tiers de leur revenu pour des produits liés à l'alimentation. Manger au restaurant fait partie de leur mode de vie et leur donne une force commerciale considérable en tant que consommateurs de services du secteur de la restauration collective. En Chine, chacun sait que Guangzhou est le paradis du gourmet et que manger dans cette ville signifie goûter à une bonne cuisine.

En outre, Guangzhou a toujours bien accueilli les produits importés. Il y a plus de mille ans, à l'époque de la dynastie Tang, la ville de Guangzhou était la plaque tournante du commerce extérieur, et les échanges se faisaient principalement avec les pays du Sud-Est asiatique. Aujourd'hui, les produits alimentaires de l'Ouest ont la faveur des consommateurs, et les restaurants et les établissements à service rapide tels que McDonald, PFK et Pizza Hut se trouvent un peu partout dans des villes comme Guangzhou et Shenzhen.

Les bons ingrédients au détail

L'industrie des aliments au détail est elle aussi très bien développée dans le sud de la Chine, en particulier à Guangdong. Les nombreux marchés de gros de Guangdong sont des centres de distribution pour environ 45 % des échanges commerciaux de la Chine. Panyu City, à Guangzhou, par exemple, est un centre de distribution pour les aliments congelés importés. Beaucoup des plus grandes entreprises de vente au détail et les plus connues dans le monde (Carrefour, Jusco, Makro, Park 'n Shop, Trust Mart, Wal-Mart et 7-11) sont installées à Guangdong.

Pour les exportateurs canadiens du secteur agroalimentaire, la ville de Guangzhou est une vitrine parfaite pour leurs produits et pour leur expertise : transport et distribution fiables et économiques, alliés à des installations d'entreposage qui conviennent bien.

Accès rime avec succès.

En 1961, les céréales étaient la seule exportation canadienne vers la Chine. Quarante ans plus tard, en 2001, les céréales ne représentaient plus que le tiers de ces exportations vers la Chine — évolution qui montre que des exportateurs canadiens d'autres secteurs se sont vigoureusement employés à développer les échanges commerciaux sur ce marché, le plus grand du monde.

Avec l'entrée de la Chine dans l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en décembre 2001, les exportateurs canadiens du secteur agroalimentaire peuvent espérer beaucoup de nouveaux débouchés. L'accès au marché chinois sera amélioré pour les huiles alimentaires, les céréales, les aliments pour animaux, les aliments de santé (par exemple le ginseng d'Amérique du Nord) et les vins (par exemple les vins de glace) en provenance du Canada. Dans le marché du sud de la Chine, les débouchés viseront les produits alimentaires à valeur ajoutée tels que les aliments de santé et les aliments fonctionnels.

La deuxième partie de ce rapport portera sur certains débouchés pour produits agroalimentaires dans le sud de la Chine.

Pour plus de renseignements, joindre M. Minster Li, agent de commerce, consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : **(011-86-20) 8666-0569 ext. 3354**, téléc. : **(011-86-20) 8667-2401**, courriel : **minster.li@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.canada.org.cn**

Équipe Canada inc • Team Canada Inc
1-888-811-1119
exportsource.gc.ca

Med-Eng Systems à l'œuvre en Tunisie

Un démineur tunisien, portant l'ensemble de déminage humanitaire — bottes « araignées », combinaison et casque protecteurs — de la société canadienne ***Med-Eng Systems Inc.****, (voir photo) a participé à une cérémonie dirigée par les forces armées tunisiennes au cours de laquelle un stock de 1 000 mines antipersonnel a été neutralisé. Cette cérémonie publique, à laquelle a également assisté un représentant du MAECI, a eu lieu en janvier dernier, à la base militaire Ras Injla (au nord-ouest de Tunis).*

La société Med-Eng Systems (**www.med-eng.com**), qui a son siège à Ottawa, fabrique des produits à la fine pointe de la technologie : ensembles casque-combinaison pour le déminage et la neutralisation de bombes; manipulateurs robotisés pour la manutention de matières explosives; systèmes de communication perfectionnés; boucliers pare-éclats et combinaisons pour refroidir le corps.

Lauréate du Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 1985, 1995 et 2000, Med-Eng Systems exporte depuis 1981. À l'heure actuelle, plus de 98 % de sa production est exportée dans plus de 130 pays et territoires.

Pour plus de renseignements sur les débouchés en Tunisie, communiquer avec M. André Landry, agent de pupître, MAECI, tél. : **(613) 944-8288**, téléc. : **(613) 944-7431**, courriel : **andre.landry@dfait-maeci.gc.ca** ou M. André Potvin, conseiller commercial, ambassade du Canada en Tunisie, tél. : **(011-216) 71-796-577**, téléc. : **(011-216) 71-792-371**, courriel : **andre.potvin@dfait-maeci.gc.ca**

Les bottes « araignées », combinaison et casque protecteurs de la société canadienne Med-Eng Systems Inc.

Des perspectives illimitées pour Lea International

La route du succès vers les débouchés en Inde

En Inde, où le secteur de la construction routière est en pleine expansion, la voie du futur est jalonnée de vastes projets pour la réalisation de grands travaux. Une des entreprises qui profitent de ce développement, Lea International Ltd. [www.lea.ca], en collaboration avec Lea Associates South Asia (qui a son siège social à New Delhi), vient de se voir attribuer un contrat de 5 millions de dollars par la National Highways Authority (administration nationale du réseau routier) de l'Inde. Le contrat prévoit la supervision des grands travaux de construction — élargissement et renforcement de la chaussée — sur la grande route nationale de l'Inde.

Avec le soutien de la Banque mondiale, l'Inde a entrepris la réalisation d'un audacieux programme de travaux d'amélioration et d'extension sur 13 000 km de son réseau routier national à forte densité. Ce projet engendre une énorme demande d'expertise internationale afin de maintenir les normes élevées et le respect des devis descriptifs et d'encourager ainsi le transfert de technologie dans le cadre de partenariats avec des entreprises indiennes — en particulier avec des entrepreneurs et des firmes de construction en Inde. Le pays a besoin de nouvelles technologies pour la gestion de la circulation, les systèmes de pesée et le pavage ainsi que pour du matériel spécialisé.

Il y existe aussi une demande de services de consultation concernant des fonctions très diverses du domaine de la construction, dont la supervision, la gestion et la coordination de projets, la sécurité routière et l'entretien des routes. Étant une des firmes de consultation canadiennes les plus connues, Lea International peut remplir cette mission.

À la récente séance de signature du contrat à New Delhi, on voit de gauche à droite : M. Deepak Dasgupta, président de la National Highways Authority de l'Inde; M. Asok Mookerjee, directeur général de Lea South Asia; et M. Benoît Préfontaine, conseiller principal (Affaires commerciales), haut-commissariat du Canada à New Delhi.

Préparer la voie

Le haut-commissariat du Canada à New Delhi a apporté son aide pour l'obtention de ce nouveau contrat. La présence des représentants du haut-commissariat à la séance de signature à New Delhi a mis la touche finale à des mois d'encadrement et de soutien, de rencontres et de lettres qu'ils ont fournis au nom de la firme Lea.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Janet Chater, MAECI, tél. : **(613) 944-1632**, téléc. : **(613) 996-5897**, courriel : **janet.chater@dfait-maeci.gc.ca** ou Mme Linda Brazeau, conseillère (Affaires commerciales), haut-commissariat du Canada à New Delhi, tél. : **(011-91-11) 687-6500**, téléc. : **(011-91-11) 687-5387**, courriel : **linda.brazeau@dfait-maeci.gc.ca**

Des îles pleines de promesses

Mission commerciale à Malte et à Chypre

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en partenariat avec les haut-commissariats du Canada auprès de Malte et de Chypre, invite les entreprises canadiennes à participer à une mission commerciale à ***Malte*** *et* ***Chypre*** *du* ***9 au 15 juin 2002****. Chypre et Malte sont parmi les pays les plus riches, par habitant, qui souhaitent se joindre à l'Union européenne (UE) en 2004. Une fois membres de l'UE, ces deux îles seront pour les entreprises canadiennes de nouveaux tremplins vers d'autres pays de l'UE.*

Chypre, une économie de services

Il existe à Chypre une économie de services très évoluée qui dépend des importations pour s'équiper et répondre aux besoins des consommateurs. En prévision de son accession à l'UE, Chypre actualise ses lois et modernise son infrastructure, ce qui ouvre des débouchés aux entreprises canadiennes dans divers secteurs : énergie et production d'électricité, communications, transports (ports et aéroports), sécurité (aux frontières, le long des côtes) et services de consultation.

À première vue, Chypre est un petit marché. Mais les apparences peuvent être trompeuses, car en réalité, l'île est un marché de consommation très dynamique, un carrefour commercial pour les pays du Moyen-Orient et de l'Europe de l'Est, et un lieu touristique de prédilection dont la population peut doubler pendant la haute saison. Les débouchés abondent dans les industries qui servent le tourisme (comme l'agroalimentaire, l'approvisionnement énergétique — plus de 90 % des hôtels et des résidences utilisent des énergies de remplacement — et les équipements) et dans celles qui réexportent.

Malte — petite île, grand potentiel

Les gens qui visitent Malte sont souvent surpris par le dynamisme de l'économie de cette petite île. Malte planifie une expansion d'envergure dans de nombreux secteurs, ce qui ouvre des débouchés aux entreprises canadiennes dans les domaines suivants :

Environnement — L'accession à l'UE obligera Malte à améliorer ses normes et ses technologies environnementales.

Santé et médecine — On est en train de construire un grand hôpital de 850 lits, avec laboratoires cliniques et de recherche.

Technologies de l'information — Malte est une île branchée qui s'intéresse aux technologies les plus performantes. Nortel Networks est le fournisseur de la téléphonie mobile « go-mobile », services de communication sans fil de Malte, qui s'intéresse notamment au système universel de télécommunications mobiles (UMTS) de 3e génération du Canada, et aux technologies d'infrastructure pour réseaux locaux sans fil, du cybercommerce mobile et aux systèmes mobiles de messagerie multimédia (MMS).

Technologies marines — Malte et en train de reconstruire plusieurs de ses ports, à des fins privées et commerciales.

Électricité et énergie — L'administration de l'énergie, EneMalta, doit être privatisée. Elle fait face à de gros problèmes, aussi bien au plan de la génération et de la distribution qu'en matière de protection de l'environnement, et elle est très ouverte aux technologies et aux investissements étrangers.

Privatisation des musées — L'État veut assurer la préservation et la mise en valeur de quelque 17 sites historiques et des structures qui s'y trouvent.

Info mission (à la fin du mois) : **www.infoexport.gc.ca/mission**

Pour plus de renseignements, joindre M. Serge Charbonneau, délégué commercial, MAECI, tél. : **(613) 996-4484**, téléc. : **(613) 995-8756**, courriel : **serge.charbonneau@dfait-maeci.gc.ca**

(On trouvera la version intégrale de cet article à ***www.infoexport.gc.ca/canadexport*** *puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».)*

La Chine méridionale au menu

Guangzhou, Chine — 26-28 juin 2002 — Le consulat général du Canada à Guangzhou invite les entreprises canadiennes des secteurs de l'alimentation et de l'hébergement à venir explorer les possibilités commerciales du marché du sud de la Chine à la foire **Food and Hotel South China 2002 (FHSC2002)** (**www.fhc-sc.com**) qui est organisée pour correspondre à la période du cycle d'achat du secteur de la vente au détail. Elle est la première manifestation de ce genre à avoir lieu à Guangzhou depuis l'accession de la Chine à l'OMC.

Capitale du Guangdong, province la plus riche de la Chine, Guangzhou est la clé d'une multitude de possibilités commerciales qui se sont créées sur le marché du Sud de la Chine après l'accession. Affichant une croissance plus rapide que celle de Shanghai et de Beijing et stratégiquement située près de Hong Kong, port le plus achalandé de Chine, Guangzhou est une des villes les plus importantes du sud de la Chine et une porte d'entrée vers les marchés effervescents de la République populaire de Chine.

Le consulat général offre aux entreprises canadiennes, à peu de frais, des stands et des services de promotion sur les lieux de la foire. Le facteur temps est cependant très important, de sorte que les entreprises devraient manifester leur intérêt le plus tôt possible, par télécopieur ou par courriel, auprès de la personne ci-dessous.

Pour plus de renseignements, joindre M. Minster Li, agent commercial, consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : **(011-86-20) 8666-0569**, téléc. : **(011-86-20) 8667-2401**, courriel : **minster.li@dfait-maeci.gc.ca**

(On trouvera la version intégrale de cet article à ***www.infoexport.gc.ca/canadexport*** *puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».)*

Mission au Mexique

— suite de la page 1

- Parmi nos 15 principaux marchés d'exportation en 2001, le Mexique avait affiché la plus forte croissance — 20 % en 2001 — et c'était notre principal marché d'exportation en Amérique latine (Statistique Canada).
- Le Canada est le deuxième plus important marché d'exportation du Mexique.
- Pour le Mexique, le Canada est le troisième plus important pays pour les investissements directs (Ministère de l'économie du Mexique).
- Pour le Canada, le Mexique est le quatrième plus important marché d'exportation (INEGI, bureau de la statistique du Mexique).
- Le volume des échanges commerciaux du Canada avec le Mexique se classe au cinquième rang, derrière les États-Unis, le Japon, la Chine et le Royaume-Uni. (Statistique Canada et l'INEGI).

Une carte postale économique

Le Mexique s'est distingué des autres économies en développement, en particulier de celles d'Amérique latine, en continuant d'afficher des valeurs solides pour les indices économiques de base. L'inflation et les autres variables financières désormais maîtrisées, le Mexique est devenu un marché à croissance régulière et mûre possédant une bonne crédibilité économique — son taux d'inflation est de 4,5 % et il a une notation financière de risque faible (investment grade) de Standard & Poor.

Quant à la croissance économique en 2002, c'est un climat d'optimisme qui prévaut — nettement associé à la perspective d'une reprise économique aux États-Unis. Le peso mexicain est demeuré fort et stable, les taux d'intérêt ont baissé et le gouvernement mexicain continue d'appliquer une politique budgétaire saine.

Les excellents débouchés qui s'ouvrent au Mexique reflètent cet optimisme :

- matériel et technologies de télécommunications;
- logiciel sur l'internet et autres technologies de l'information;
- matériel et services de sécurité;
- technologies relatives à l'environnement et au changement climatique;
- transports de surface, aéroports et autres projets d'immobilisations;
- produits agroalimentaires.

Des rapports détaillés sur les débouchés commerciaux paraîtront dans les prochains numéros de *CanadExport*.

La route du succès

La mission donnera le moyen d'accéder à ces débouchés, et à l'exportation vers un marché mexicain en plein développement. Le vaste programme d'activités comprendra des séances d'information sur les débouchés actuels et futurs, des conseils sur la manière de faire des affaires au Mexique et des liens vers des sources d'aide à l'exportation.

De même, il y aura dans les deux villes des ateliers qui feront connaître les capacités canadiennes dans chaque secteur et permettront de présenter à des clients et partenaires mexicains les participants à la mission. M. Pettigrew offrira aussi plusieurs réceptions officielles qui permettront aux exportateurs canadiens de faire du réseautage.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada, MAECI, tél. : **(613) 944-2520**, téléc. : **(613) 996-3406**, courriel : **team-equipecanada@msn.com** internet : **www.tcm-mec.gc.ca**

Salon Aid & Trade New York

New York — 19 et 20 juin 2002 — Le salon **International Aid & Trade New York 2002 (IA&TNY2002) (www.aidandtrade.com)**, qui en est maintenant à sa troisième année de réussite, sera une fois de plus un forum où les fournisseurs du marché des secours d'urgence et du marché de l'aide au développement pourront rencontrer le personnel d'approvisionnement et le personnel des opérations des principaux organismes internationaux d'aide humanitaire pour parler des débouchés commerciaux associés à la fourniture de secours. Le salon **IA&TNY2002** est l'exposition-conférence la plus importante dans le monde sur l'approvisionnement dans le domaine des secours d'urgence et de l'aide au développement.

De plus en plus de gouvernements et d'organisations établissent des politiques pour favoriser l'achat de produits qui ne nuisent pas à l'environnement. Le thème du salon — « Environmentally Responsible Procurement » (ERP), c'est-à-dire l'approvisionnement respectueux de l'environnement (ARE) — est donc conçu pour attirer de nombreux gestionnaires des achats et gestionnaires de projets de l'ONU, d'organisations non gouvernementales (ONG) et d'organismes gouvernementaux. Outre l'ARE, il y a d'autres questions au programme du salon **IA&TNY 2002** : secours d'urgence et aide au développement, opérations de maintien de la paix et TI.

Dans le cadre de colloques « Doing Business with the International Aid Community », il y aura des représentants d'organismes de l'ONU, d'institutions financières internationales et d'ONG qui parleront de la manière de réussir des opérations de commercialisation de biens et services destinés à leurs organismes.

L'exposition présentera des produits respectueux de l'environnement et autres achetés par des organismes d'aide humanitaire et par des organismes gouvernementaux. Cette année, le Canada sera officiellement représenté par un stand d'Équipe Canada.

Pour renseignements sur le stand d'Équipe Canada, joindre Mme Alexandra Wood, directrice adjointe, section IFI, Direction du financement à l'exportation, MAECI, tél. : **(613) 944-0910**, courriel : **alexandra.wood@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.infoexport.gc.ca/ifinet**

*(On trouvera la version intégrale de cet article à **www.infoexport.gc.ca/canadexport** puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».)*

Prêt au décollage à Doubaï

Doubaï, Émirats Arabes Unis — 3-5 juin 2002 — La rapidité avec laquelle l'expansion et le développement des aéroports ont été réalisés un peu partout au Moyen-Orient pour relever les défis posés par la sécurité et la sûreté aéroportuaires en ce nouveau millénaire a créé d'excellents débouchés dans la construction d'aérogares, de halls et de pistes répondant aux plus hautes normes internationales. Le consulat du Canada à Doubaï invite les entreprises canadiennes à venir explorer ces débouchés au salon **Airport Build & Supply Exhibition (www.theairportshow.com)**, où le Canada a réservé l'espace voulu pour l'aménagement d'un pavillon national.

Dans le plan consistant à faire de l'aéroport international de Doubaï l'une des grandes plaques tournantes aéroportuaires au monde, la phase 1, évaluée à 2,5 milliards de dollars américains, concerne la construction de halls et d'aérogares, tandis que la phase 2 engage l'aménagement d'une immense aérogare de fret. Les Émirats d'Abou Dhabi et de Foudjaïrah prévoient également agrandir leurs installations aéroportuaires, au coût de 500 et de 50 millions de dollars américains respectivement.

Cette année, le salon accueillera les autorités aéroportuaires d'autres pays (Égypte, Koweït, Oman et Qatar notamment) qui sont en train d'entreprendre des projets d'expansion semblables de plusieurs millions de dollars.

Pour détails sur le profil des exposants, cliquer sur **www.theairportshow.com**

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Sanam Shahani, agente commerciale, consulat du Canada à Doubaï, tél. : **(011-971-4) 352-1717**, téléc. : **(011-971-4) 351-7722**, courriel : **sanam.shahani@ dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.infoexport.gc.ca/ae**

Securité au Pérou

Lima, Pérou — 20-22 juin 2002 — La 7e édition du salon international des services et des équipements tactiques et de sécurité **Seguritec 2002 (www.thaiscorp.com/seguritec/english.htm)** attirera des visiteurs de l'Amérique latine et des Caraïbes, qui viendront prendre connaissance des développements technologiques les plus récents dans le domaine de la sécurité et de la sûreté. Les participants auront également la possibilité de prendre part à un colloque technique et à un programme d'ateliers.

Pour plus d'information, communiquer avec M. Mark Strasser, délégué commercial, ambassade du Canada à Lima, tél. : **(011-511) 444-4015**, téléc. : **(011-511) 444-4347**, courriel : **mark.strasser@dfait-maeci.gc.ca**

Mission commerciale à Washington

Environnement et efficacité énergétique

Washington (D.C.) — 5-7 juin 2002 — Le World Trade Centre Montréal (**www.wtcmontreal.com/wbenv**) et Équipe Canada inc (**http://exportsource.gc.ca/heading_e.cfm?HDG_ID=57**) ont le plaisir d'inviter les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux œuvrant dans le secteur de l'environnement et de l'efficacité énergétique à participer à une mission commerciale auprès de la Banque mondiale (BM) [**www.worldbank.com**] et de la Banque interamércaine de développement (BID) [**www.iadb.org**].

Cette mission doit présenter les participants aux spécialistes sectoriels et aux hauts représentants canadiens en poste à ces deux banques, qui leur expliqueront le fonctionnement des banques multilatérales de développement et leurs critères d'adjudication des contrats, et leur montreront comment ils peuvent, en tant que Canadiens, tirer parti des 35 milliards de dollars américains que le Canada investit chaque année dans les projets internationaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Élise Laferrière, WTC Montréal, tél.: **(514) 849-3593 / 1 (877) 590-4040**, courriel : **elaferriere@wtcmontreal.com**

Feu vert sur l'île d'Émeraude pour les entreprises ontariennes

Salon-conférence DBI 2002 en Irlande

Newry et Dundalk, Irlande — 24-31 mai 2002 — Le salon-conférence **Do Business in Ireland (DBI) (www.businesstoireland.com)** invite les entreprises du Nord de l'Ontario à explorer l'Irlande — porte d'accès au marché européen de 360 millions d'habitants — et marché d'Europe qui connaît à l'heure actuelle la plus vigoureuse croissance.

Les entreprises irlandaises envisagent déjà de nouer des relations avec le milieu des affaires ontarien. Les séances de réseautage-jumelage, les colloques d'information et les activités sociales prévues à DBI 2002 vont sans aucun doute permettre de renforcer le pont commercial établi entre ces deux parties.

Pour plus de renseignements ou de précisions sur la participation, communiquer avec M. Sean Madill, agent de développement, Sault Ste. Marie Economic Development Corporation (SSMEDC), tél. : **(705) 759-5431** ou **1-800-565-4507**, téléc. : **(705) 759-2185**, courriel : **s.madill@ssmedc.ca**

*Pour plus de détails sur les événements ci-dessus, voir canadexport en direct à **www.infoexport.gc.ca/canadexport** puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».*

Troisième mission canadienne du commerce et de l'investissement

Le Brunéi vous attend à bras ouverts

Brunéi Darussalam — 3-4 juin 2002 — Le haut-commissariat du Canada au Brunéi, en collaboration avec les associations sectorielles canadiennes dans le Sud-Est asiatique, organise la troisième mission canadienne du commerce et de l'investissement au Brunéi, petit pays de seulement 350 000 habitants mais qui affiche un PIB annuel de 21 000 $ par habitant — à peu près l'équivalent du Canada. La mission canadienne au Brunéi en mai l'an dernier a eu beaucoup de succès, étant donné que les représentants de 8 entreprises canadiennes y ont concrètement conclu des marchés ou bien trouvé de nouveaux filons.

Bien que la mission soit plurisectorielle cette année, l'accent sera mis sur les technologies de l'information, les télécommunications, les services financiers et les services de génie.

À la demande des entreprises canadiennes, le haut-commissariat pourra organiser des séances d'information individuelles ou des rencontres individuelles pour discuter de partenariat.

Pour plus de renseignements sur les relations entre le Canada et le Brunéi et sur la façon de faire des affaires dans ce pays, cliquer sur le site internet du haut-commissariat : **www.dfait-maeci.gc.ca/Brunei**

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Yap Mew Yee, agent commerciale, haut-commissariat du Canada au Brunéi, tél. : **(011-673-2) 220043**, téléc. : **(011-673-2) 220040**, courriel : **mewyee.yap@dfait-maeci.gc.ca**

Pétrole et gaz, métaux légers et aquaculture

Mission norvégienne au Canada

Lors de la prochaine visite officielle du roi et de la reine de Norvège au Canada, une mission commerciale norvégienne composée de 50 dirigeants doit les accompagner. Cette mission organisera un colloque d'affaires et d'investissements axé sur la libération de l'énergie et la technologie des métaux légers. Ce colloque se déroulera à l'hôtel Royal York à **Toronto** (Ontario), le **8 mai 2002**. Un autre colloque d'affaires et d'investissements sur le secteur du pétrole et du gaz et celui de l'aquaculture aura lieu à **Halifax** (Nouvelle-Écosse), le **10 mai 2002**.

Pour plus de renseignements sur les colloques, communiquer avec le bureau du Norwegian Trade Council à Toronto, tél. : **(416) 920-0434**.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Rick Stephenson, conseiller commercial et consul, ambassade du Canada à Oslo, tél. .: **(011-47) 2299-5330**, téléc. : **(011-47) 2299-5301**, courriel : **rick.stephenson@dfait-maeci.gc.ca**

*Pour plus de détails sur les événements ci-dessus, voir canadexport en direct à **www.infoexport.gc.ca/canadexport** puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».*

Salon du livre

Séoul, Corée — 7-12 juin 2002 — L'exposition canadienne de livres pour enfants, organisée par l'ambassade du Canada à Séoul au 8e salon international annuel du livre de Séoul, **Seoul International Book Fair SIBF 2002** (**www.sibf.co.kr**), va contribuer à faire connaître les livres d'histoires canadiens aux enfants coréens — qui forment une population de lecteurs avides représentant 11 % du marché coréen du livre, évalué à 1,5 milliard de dollars. En Corée, la part de marché de la littérature pour enfants, avec plus de 14 millions de nouveaux livres offerts aux jeunes Coréens, a enregistré une forte progression de 19,5 % en 2000.

Le **SIBF 2002** est le plus grand salon du livre en Corée — pays qui est la plaque tournante de l'Asie du Nord-Est et la porte d'entrée vers le marché de l'Asie pour le secteur du livre. En 2001, ce salon a attiré 260 000 visiteurs (10 % de plus que l'année précédente) et des éditeurs de 23 pays. Il a aussi donné lieu à des centaines d'« heureux dénouements » : contrats d'exploitation de droits d'auteur et autres négociations commerciales réussies. Le salon 2002 sera encore plus achalandé vu le championnat du monde de football, qui aura lieu à Séoul.

Les éditeurs canadiens qui souhaitent présenter leur documentation de commercialisation ou faire inscrire les ouvrages qu'ils éditent dans un catalogue de livres en langue coréenne peuvent exposer virtuellement au salon. Simplement, cliquer sur **www.korea.gc.ca/sibf2002**

Pour plus de renseignements, joindre Mme Hyun-Ju Lim, ambassade du Canada à Séoul, tél. : **(011-82-2) 3455-6058**, téléc. : **(011-82-2) 755-0686**, courriel : **hyun-ju.lim@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.korea.gc.ca/sibf2002**

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

SXCI/B1 1E 1F

Retourner en cas de non-livraison à
CanadExport
a/s MDS
2750, chemin Sheffield,
porte 1
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada
Numéro de convention 40064047