

61926937^S

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

FEB 20 1995

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

JAN 11 1993

CANADEXPORT

Vol. 11 N°1

15 janvier 1993

Les coentreprises avec la Thaïlande : un bon investissement

David Summers, Conseiller (Affaires commerciales) de l'Ambassade du Canada à Bangkok

Les canadiens désireux d'investir à l'étranger ou de mettre sur pied une coentreprise ont tout avantage à faire des affaires en Thaïlande.

Malgré dix-huit mois d'incertitude politique dans ce pays, l'économie thaïlandaise affiche une croissance exceptionnelle. En effet, la croissance réelle, qui s'est élevée à 11 % en moyenne entre 1987 et 1990 et à 7,5 % en 1991, devrait se situer à 7,6 % en

1992, tandis que le taux d'inflation atteint à peine 4,2 %.

Les économistes attribuent ce succès économique au fait que les exportations, la consommation nationale et, en particulier, les investissements publics et privés demeurent élevés.

La Thaïlande offre de nombreux avantages aux entreprises canadiennes. Mentionnons que le marché national affiche un excellent potentiel de crois-

sance, du fait que la Thaïlande compte près de 60 millions d'habitants. Par ailleurs, la facilité d'accès aux pays membres de l'ANASE, qui regroupent 260 millions de consommateurs, deviendra un avantage plus intéressant encore si les négociations sur un accord de libre-échange entre ces pays portent fruit.

En outre, la Thaïlande constitue une véritable porte ouverte sur l'Indochine, dont la population est très nombreuse, et sur les nouveaux débouchés dans le marché vietnamien en pleine expansion.

Non seulement l'État thaïlandais attire-t-il les investisseurs étrangers en leur offrant des stimulants fiscaux attractifs et en facilitant le rapatriement des bénéfices réalisés, mais aussi offre-t-il aux entreprises établies dans certaines régions ou vouées expressément au commerce d'exportation d'autres stimulants généreux. Par ailleurs, le Canada et la Thaïlande ont conclu une convention de double imposition qui simplifie certaines questions relatives aux échanges. En outre, le niveau très peu élevé des frais de main-d'oeuvre et, d'une manière générale, du prix des terrains et des autres facteurs de production nécessaires constitue un avantage appréciable. Enfin, fait non négligeable, presque tous les gens d'affaires parlent l'anglais.

Bien que le transport puisse parfois
(Voir page 2— La Thaïlande.)

Le répertoire du Service des délégués commerciaux : une source de renseignements à portée de la main

Les exportateurs ou futurs exportateurs auront sous la main la liste des responsables fédéraux chargés de la promotion du commerce, de l'investissement et du tourisme, au Canada et à l'étranger, à condition, bien sûr, qu'ils soient en possession de la dernière

version du *Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada* (série des renseignements sur les exportations, volume III).
il se divise en deux grandes parties : les bureaux commerciaux au Canada (centres du commerce international, directions sectorielles d'expansion du commerce, directions des politiques commerciales, directions géographiques d'expansion du commerce) et le Service des délégués commerciaux à l'étranger (missions, consuls honoraires et des représentants commerciaux honoraires à votre disposition). Cette dernière section contient également des renseignements utiles sur la façon dont les délégués commerciaux peuvent venir en aide aux exportateurs et sur la façon de travailler avec le délégué commercial canadien.

Enfin, une section séparée présente d'une part *CanadExport*, bulletin bimensuel du Ministère qui compte 33 000 lecteurs (on explique aussi comment s'y abonner), et d'autre part le service *InfoExport*, qui offre des conseils aux exportateurs ou futurs exportateurs.

Vous pouvez vous procurer un exemplaire du *Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada* en communiquant avec *InfoExport* (voir encadré au bas de la page 12).

Pacifique 2000

Supplément : pp. 5 - 8

Produit par la Direction des services de communication sur le commerce d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, le *Répertoire* contient les noms, adresses et numéros de téléphone et de télécopieur de plus de 818 agents répartis dans quelque 120 villes à l'étranger et 13 villes au Canada.

Ce *Répertoire* facile d'emploi comporte un aperçu des services offerts (guide méthodique qui indique au lecteur où s'adresser pour résoudre ses problèmes d'ordre commercial). Puis,

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Traitement des eaux au Chili	4
Démystifier la loi brésilienne	9
Foires commerciales	10-11

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

La Thaïlande *(Suite de la première page.)*

présenter certaines difficultés, les travaux de construction ou d'expansion dont font l'objet les autoroutes, les réseaux de transport en commun, les aéroports et les voies ferrées servant au transport des marchandises devraient atténuer les problèmes dans ce domaine.

L'État s'emploie aussi à revitaliser les autres infrastructures nécessaires, en particulier dans le domaine des télécommunications, à accroître le bassin de main-d'oeuvre qualifiée et technique et à favoriser l'expansion des secteurs ruraux.

Organisme créé par l'administration fédérale par l'intermédiaire de l'Agence canadienne de développement international, Entreprise Thaïlande Canada (ETC) favorise activement la création de sociétés en participation par des entreprises thaïlandaises et canadiennes.

ETC offre un vaste éventail de services aux entreprises désireuses de créer une société en participation. Cet organisme peut notamment trouver et évaluer des partenaires éventuels, fournir des renseignements sur divers secteurs de l'industrie, la situation économique, les milieux d'affaires ainsi que les règlements édictés par le gouvernement, offrir du soutien sur le terrain, notamment en tenant des séances d'information et en organisant des rendez-vous avec des gens d'affaires. La Banque Canadienne Impériale de Commerce, soit la CIBC, agit en qualité d'agent d'exécution pour ETC.

M. Mark Paetkau, directeur d'ETC à Bangkok fait observer : « Les Canadiens sont très bien accueillis en

Thaïlande. Les autres pays qui font des affaires ici n'adoptent pas toujours l'approche canadienne axée sur la recherche d'avantages mutuels. »

« En règle générale, les gens d'affaires thaïlandais, qui ont un grand esprit d'initiative et le sens des affaires, exer-

cent leurs activités sur un marché en pleine expansion où on favorise d'une manière soutenue les investissements étrangers; en outre, ils visent et atteignent un rendement auquel les gens d'affaires canadiens ne peuvent demeurer insensibles! », ajoute-t-il.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la Thaïlande :

Entreprise Thaïlande Canada
Commerce Court North, 15th Floor
Toronto (Ontario)
M5L 1A2
Tél. : (416) 861-3786
Fax : (416) 861-3787

400 Burrard Street, 5th Floor
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6C 3A6
Tél. : (604) 665-1518
Fax : (604) 683-6676

C.P. Tower, 19th Floor
313 Silom Road
Bangkok, Thaïlande 10500
Tél. : (66-2) 231-0894
Fax : (66-2) 231-0900

Direction de l'expansion
du commerce en Asie et
Pacifique sud (PST)
Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 992-0959
Fax : (613) 996-9028

Ambassade du Canada
12th Floor, Boonmitr Building
138 Silom Road
Bangkok, Thaïlande 10500
Tél. : (66-2) 237-4126
Fax : (66-2) 236-7119

Notre agent commercial à Cuba de passage au N-B et à l'IPE

Les exportateurs du Nouveau-Brunswick et de l'Île du Prince Édouard auront l'occasion ce mois-ci d'obtenir des renseignements de première main sur les débouchés et la façon de faire les affaires à Cuba.

José L. Callado, agent commercial en poste à l'Ambassade du Canada à la Havane, séjournera au Nouveau-Brunswick du 10 au 16 janvier, et à l'Île du Prince Édouard du 17 au 20. Il sera sur place pour répondre aux questions des exportateurs qui, souvent, ont des problèmes à rejoindre Cuba par fax, téléphone ou télex.

Les intéressés sont priés de prendre contact, à Moncton, avec Michael Healy, tél. : (506) 453-2214, fax: (506) 453-3409; à Charlottetown, avec Fraser Dickson, tél. : (902) 566-7400, fax: (902) 566-7450. Chacun de ces deux agents est à l'emploi du Centre de commerce international qui loge dans les bureaux d'Industrie, Science et Technologie Canada.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Avant de conclure un marché avec une entreprise, il faut s'assurer de la bonne foi des compagnies qui figurent dans le présent document.

AUSTRALIE — Un fabricant de systèmes intégrés de chauffage solaire de l'eau par panneaux capteurs, établi à Melbourne, souhaite mettre sur pied une société en participation avec une entreprise canadienne du secteur de l'énergie solaire en vue de pénétrer le marché nord-américain et de conclure éventuellement des en-

tentes de commercialisation en Asie. Ce fabricant, qui exerce ses activités en Australie depuis douze ans, possède un brevet canadien à l'égard d'un système de chauffage intérieur et de chauffage par le toit. Veuillez vous mettre en rapport avec M. Jim Ahearn, président d'Ahearn Main and Stott Pty., Ltd., P.O. Box 137, Hampton 3188, Victoria, Australie. Tél. et fax : (011-61-3) 521-9203.

CHINE (République populaire de Chine) — Une société désire connaître des fabricants canadiens de **scanners à infrarouges** (pour obtenir la température du point de contact des électrodes) et de **matériel d'essai par vibrations** dont voici quelques caractéristiques : charge utile (5 kg); accélération (100 g . kg/m²); fréquence (5-3500 Hz); exactitude de l'accélération (+/- 10 %); exactitude de la fréquence (+/- 2 % entre 5 et 500 Hz et +/- 0,1 % entre 500 et 3500 Hz). La liste complète des spécifications et de plus amples renseignements peuvent être obtenus auprès de Mme Liao Hui, Huayang Leasing Co. Ltd. Tél. : (011-86-1) 501-1593. Fax : (011-86-1) 501-1581.

CHINE (République populaire de Chine) — La même entreprise chinoise, Huayang Leasing Co. Ltd., recherche également des fabricants canadiens d'appareils pour tester la résistance de la soudure de deux pièces de métal et du **matériel de contrôle à**

basse température dont voici quelques caractéristiques: volume (200 litres); température minimale (-80° C); uniformité de la température (+/- 2,5° C); affichage numérique; imprimés automatiques. Communiquer avec Mme Liao Hui comme ci-dessus.

COLOMBIE — Les fabricants canadiens de **ponts flottants** qui souhaitent établir une **coentreprise** en Colombie sont priés de communiquer avec Alfred

Applied Instruments Group Ltd., C.P. 62010, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (011-64-9) 579-2633. Fax : (011-64-9) 579-2630.

COLOMBIE — La même compagnie recherche des fabricants canadiens intéressés à conclure un **accord de coentreprise pour la fabrication, l'assemblage et le distribution de matériel agricole**. Communiquer avec la personne dont le nom figure ci-dessus.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

RÉPUBLIQUE
FÉDÉ-

J. Gensorowsky, Merkur International Inc., Apartado Aereo 100046, Bogota 10, Colombie S.A. Tél. : 571-249-49-45. Fax : (571) 218-8035.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société s'occupant de contrôle de la qualité, dans le domaine microbiologique, cherche des fabricants canadiens de milieux de culture pour laboratoires (notamment de boîtes pour cultures et de matériel de base). Communiquer avec M. Paul Cook, directeur, Alpha Technologies Limited, section 3, 31, rue Ben Lomond, Pakuranga, C.P. 38-213, Howick, Nouvelle-Zélande. Tél./fax : (011-64-9) 534-4424.

NOUVELLE-ZÉLANDE — La seule entreprise de Nouvelle-Zélande qui se consacre uniquement à la vente de logiciels destinés au marché de l'éducation cherche des fournisseurs canadiens de **logiciels éducatifs**. Communiquer avec M. Ray Knight, Softime Publishing Co. N.Z., 22, chemin New North, pièce 2, Eden Terrace, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (011-64-9) 366-7011. Fax : (011-64-9) 303-1394.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise spécialisée dans le domaine de la mesure et du contrôle cherche des fournisseurs canadiens de **matériel de mesure à la fine pointe de la technologie** (indicateurs de niveau, capteurs thermiques, etc.). Communiquer avec M. Neil Stubbing, directeur des ventes,

RALE TCHÈQUE ET SLOVAQUE — Une société bien établie, installée à Prague et dans l'ancien Berlin-Est, souhaite nouer des relations avec des entreprises canadiennes expérimentées dans la production de techniques de pointe et (ou) la fabrication d'équipements utilisés dans l'industrie de la construction. S'adresser à Schmidt CSFR, Branicka 220, 14700 Praha 6. Tél. : 02-4721 360. Fax : 02-4721 360.

RÉPUBLIQUE FÉDÉRATIVE TCHÈQUE ET SLOVAQUE — Une entreprise fabriquant une vaste gamme de produits en plastique (y compris des revêtements de sol, des jouets gonflables, des tuyaux et des boyaux) cherche des **partenaires ou des investisseurs en vue d'une coentreprise**. Communiquer avec M. Jaroslav Surma, directeur, Fatra a.s. Napajedla, 763 61 Napajedla, République fédérative tchèque et slovaque. Tél./fax : (0042 67) 942-818.

RÉPUBLIQUE FÉDÉRATIVE TCHÈQUE ET SLOVAQUE — Une société cherche un **partenaire en vue d'un projet de coentreprise, en vue de la production de condensateurs électriques**. Pour renseignements, communiquez avec M. Miroslav Sklenar, ZEZ Zamberk, 564 22 Zamberk, République fédérative tchèque et slovaque. Tél. : (0042 446) 24 26-9. Fax : (0042 446) 36 65.

*Traitement des eaux résiduaires au Chili***Nos sociétés invitées à canaliser leurs efforts**

Les sociétés canadiennes sont invitées à prendre une part plus active sur le marché chilien, et ce dans un secteur qui fera l'objet, d'ici l'an 2002, d'investissements de l'ordre de 500 millions à 1 milliard de dollars US. Cette invitation est lancée par M^{me} Raquel Alfaro, directeur général d'Empresa Metropolitana de Obras Sanitarias (EMOS), qui fait expressément allusion au secteur du traitement des eaux usées de la capitale de son pays, Santiago.

Mme Alfaro fait certes observer qu'aucune entreprise canadienne n'est en lice pour la réalisation de l'étude technique détaillée sur le système de traitement des eaux résiduaires surchargé de Santiago, mais s'empresse d'ajouter que les perspectives commerciales sont « alléchantes » pour les sociétés canadiennes, au dire des agents commerciaux de l'ambassade du Canada.

L'EMOS est déterminée à diversifier ses sources d'approvisionnement en matériel et en technologie - quels que soient les résultats de l'étude, qui doit être rendue publique vers le milieu de 1993.

Par ailleurs, même si les taux élevés de typhoïde et d'hépatite (qui, selon l'EMOS, sont nettement supérieurs à la moyenne latino-américaine) font que le traitement des eaux résiduaires a la cote de priorité la plus élevée, ce dossier ne recevra que le quart de l'attention de l'EMOS, laquelle doit en outre mener à bien les missions suivantes : augmenter la capacité d'eau potable (notamment par la construction d'une nouvelle usine d'épuration — pour laquelle l'appel d'offres international ne sera pas lancé avant mars 1993); prolonger le réseau d'aqueduc de Santiago; mettre en place un système d'élimination des déchets industriels.

Les sociétés canadiennes intéressées sont invitées à communiquer avec M. Patricio Mardones Franke, Gerente de Proyectos y Construccion, ou Mme Amparo Nunez Sandoval, Gerente de

Planes de Desarrollo, EMOS, Avenidas Bulnes 129, Santiago de Chile. Tél. : 56-2-696-4201. Fax : 56-2-672-2481.

Les responsables conseillent aux sociétés canadiennes oeuvrant dans le secteur du traitement des eaux résiduaires de s'inscrire auprès de l'EMOS, de se procurer la liste des projets à venir et de communiquer avec le bureau d'experts-conseils retenu pour effectuer l'étude.

Ce bureau — des Canadiens ne sont pas en lice — doit être choisi avant la fin de 1992. Les résultats de l'étude ne seront pas traités comme confidentiels et seront communiqués aux intéressés.

Les sociétés spécialisées dans l'épuration des eaux, la construction d'aqueducs et l'élimination des déchets industriels sont également invitées à manifester leur intérêt et à se renseigner sur les projets particuliers.

Le secteur qui offre le potentiel le plus

élevé est celui de l'épuration des eaux, en raison notamment du projet de construction d'une nouvelle usine. Comme l'appel d'offres ne sera pas diffusé avant mars 1993, les sociétés canadiennes qui prendront la peine de prendre contact dès maintenant auront une longueur d'avance. Il est à noter que si l'EMOS est la plus grande société du genre au Chili, elle est l'une des treize entreprises publiques de travaux municipaux qui, toutes, relèvent du CORFO (ministère chilien du Développement industriel).

Pour les sociétés intéressées par des projets analogues dans d'autres régions du Chili, le principal responsable de la gestion des treize entreprises publiques, au sein du CORFO, est M. Herman Arvera, Sub-Gerente, Empresas Sanitarias, Morande 921, Santiago de Chile. Tél. : 56-2-638-0512. Fax : 56-2-671-1058.

Un nouveau consulat au Japon pour desservir le marché régional

Depuis le 9 novembre, le Canada compte un nouveau Consulat à Nagoya, au Japon, avec M. Robert Mason comme Consul canadien et Délégué commercial.

L'ouverture de ce Consulat s'inscrit dans la stratégie canadienne du renforcement de notre présence régionale dans ce pays. L'annonce en avait été faite en mai 1991 par le premier ministre Brian Mulroney, lors de sa visite au Japon pour inaugurer notre nouvelle Ambassade. Par ce geste, le Canada reconnaît le dynamisme et la vitalité des régions nippones. Avec une population de 2,5 millions d'habitants, Nagoya est la quatrième ville en importance au Japon après Tokyo, Yokohama et Osaka. Elle est située entre Tokyo et Osaka sur d'importants réseaux de transport dans la préfecture Aichi, coeur

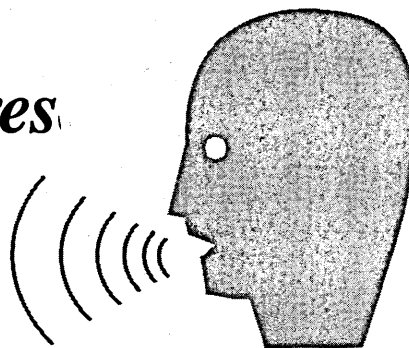
industriel du Japon et qui fournit 2% de la production industrielle mondiale. Les sociétés basées à Aichi comme Toyota Motors, Brother Industries et NHK exportent dans le monde entier.

Le PIB d'Aichi représente à lui seul 10% de la production japonaise et dépasse celui de la Corée. Ce marché de plus de 10 millions d'habitants offre d'excellents débouchés pour les matériaux de construction, les aliments transformés et les produits de consommation. La région compte en outre quantité de petites entreprises, dont beaucoup d'importateurs et de détaillants. Les Canadiens peuvent également profiter de la prédominance de Nagoya dans le domaine de la fabrication pour établir des coentreprises en machinerie, en aérospatiale et en matériaux industriels.

PACIFIQUE 2000 :

Pour resserrer des liens d'affaires

Souhaitant resserrer les liens et améliorer les communications interculturelles entre le Canada et la région Asie-Pacifique, le Premier ministre du Canada a annoncé le lancement d'un programme énergique et voyant en 1989, dans le but d'encourager les entreprises canadiennes à profiter au maximum des possibilités qu'offrent les économies florissantes du bassin du Pacifique. Appelé «Pacifique 2000», ce programme vise plus précisément à aider les Canadiens à établir avec la région Asie-Pacifique des liens dans les domaines de l'économie, de la culture, des études universitaires et des compétences linguistiques qui sont nécessaires pour réussir là-bas.



Le programme **Pacifique 2000** consiste à tirer des avantages économiques à long terme de la concurrence mondiale et d'assurer l'adaptation à celle-ci.

Les milieux d'affaires canadiens ont toujours envisagé avec beaucoup de circonspection l'idée de se lancer sur le marché de la région Asie-Pacifique. Le programme **Pacifique 2000** aide à accroître la présence commerciale du Canada dans cette région, notamment par l'intermédiaire du **Fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon** et du **Fonds pour l'apprentissage des langues et des réalités asiatiques**.

Il ne fait aucun doute que la région Asie-Pacifique est devenue une grande

puissance économique qui, à bien des égards, marque de son empreinte l'évolution de l'économie mondiale. Entre 1970 et la fin des années 80, le produit intérieur brut (PIB) des pays de la région a quadruplé en termes réels, la croissance moyenne ayant atteint dans l'ensemble près de 8 % au cours de la dernière décennie. Aujourd'hui, la région affiche un revenu national global qui est le double de celui de la Communauté européenne et elle compte pour environ 28 % du commerce mondial.

Il est clair que la région Asie-Pacifique est une région avec laquelle on doit compter et que l'avenir du Canada en est tributaire. Pour permettre aux entreprises canadiennes d'être plus

concurrentielles sur le marché de la région Asie-Pacifique, il faut créer un cadre général des relations économiques et sociales entre le Canada et le reste de la région, dans lequel nos entreprises pourront tirer parti de ce marché.

Comme il ressort de ces pages, un vaste éventail d'entrepreneurs canadiens font appel au programme **Pacifique 2000** afin d'entreprendre des initiatives novatrices et efficaces, qu'il s'agisse de transmettre à son personnel des connaissances de base sur les langues et les différentes cultures asiatiques ou de mettre de l'avant des projets canado-japonais de recherche scientifique et technique concertée de grande complexité.

Les lecteurs de *CanadExport* sont invités à se joindre aux rangs de ceux qui ont recours au programme **Pacifique 2000** pour profiter des possibilités du marché de la région Asie-Pacifique.

Le Fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon

L'un des foyers de la recherche-développement axée sur le commerce, le Japon a mis beaucoup de ses concurrents devant la rude alternative de soutenir le rythme de la recherche ou de se voir éventuellement distancer dans la course à la prospérité. Voilà pourquoi une gigantesque société américaine comme IBM a conclu une entente de développement de produits avec Sony et pourquoi de plus petites entreprises du Canada et du monde entier s'intéressent aux Japonais pour voir s'il y a des possibilités de coopération.

Le hic, c'est que les accords de transfert de technologie et les alliances stratégiques peuvent parfois être difficiles à gérer et que certains exportateurs canadiens se sentent trop
(Voir page 6: Coopération scientifique.)

Le Fonds pour l'apprentissage des langues et des réalités asiatiques

Le commerce avec les pays d'Asie exige patience et persévérance. Les obstacles sont suffisamment nombreux pour qu'il ne soit aucunement nécessaire d'en ajouter en vous entourant de gens qui ignorent tout de la langue ou des règles culturelles de vos vis-à-vis. Le programme d'apprentissage des langues et des réalités asiatiques de **Pacifique 2000** a pour objet d'aider les milieux d'affaires canadiens à se doter des compétences nécessaires pour profiter des occasions qui s'offrent dans la région Asie-Pacifique.

Comme l'explique Bronwyn Best, du bureau torontois de la Fondation Asie-Pacifique (FAP), «une fois acquise une certaine familiarité avec une langue et une culture asiatiques, les rapports professionnels et
(Voir page 7: Langues.)

Le fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon (FCSTJ)

Le FCSTJ est un fonds quinquennal de 25 millions de dollars visant à favoriser le développement et la recherche scientifiques et technologiques et contribuer à établir des partenariats stratégiques dans des secteurs primordiaux pour le Canada. Le FSTJ est administré conjointement par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Industrie, Sciences et Technologie Canada et le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada.

Volets du programme

Le FCSTJ est accessible aux scientifiques et aux ingénieurs canadiens, y compris les résidents permanents, ainsi qu'aux organismes de recherche canadiens du secteur privé, des universités et du gouvernement. Le Fonds soutient des activités dans tous les domaines de la recherche — depuis les recherches fondamentales jusqu'aux projets d'application technologique précédant la commercialisation —, dans le cadre de trois programmes distincts :

Visites de chercheurs : Des visites pouvant durer jusqu'à quatre semaines, dans des entreprises ou des établissements japonais, pour amorcer des travaux de coopération ou accroître sensiblement la coopération existante.

Échanges de chercheurs : Appui aux chercheurs canadiens travaillant au Japon, dans des installations de recherche du secteur privé, des universités ou du gouvernement, pour une période de six à dix-huit mois. Dans certains cas, une aide financière supplémentaire peut être accordée à des chercheurs menant des études postdoctorales et participant à un programme d'échanges financé par le Japon.

Projets bilatéraux de R et D : Appui au volet canadien des projets bilatéraux de recherches, nouveaux ou élargis, dans le cadre desquels le partenaire japonais fournit les compétences ou les installations essentielles; ou les projets de développement des connaissances de base nécessaires pour une gamme de produits ou de procédés nouveaux ou améliorés, les risques et les bénéfices étant partagés avec un partenaire japonais.

Coopération scientifique (suite de la page 5.)

intimidés devant toute l'étendue des connaissances japonaises.

Au Canada, certains entrepreneurs ont appris qu'ils pouvaient établir plus facilement des relations fructueuses en recourant au Fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon (FCSTJ).

L'expérience de M. Gary Albach, vice-président exécutif de Vortek Industries de Vancouver, est instructive à cet égard. Vortek conçoit et fabrique des lampes — les plus puissantes au monde selon le Livre des records Guinness — qui servent à des fins industrielles et dans le secteur de l'aérospatiale.

Fondée en 1976, Vortek fait l'essentiel de ses affaires avec l'industrie aérospatiale, dans laquelle ses lampes sont utilisées pour l'essai des pièces d'engins. «La lumière d'une lampe Vortek est comme un laser, explique M. Albach. Elle sert à chauffer la surface des matériaux à de très hautes températures; nous les vendons à la NASA et à ses sous-traitants pour les essais de simulation thermique sur la pointe avant des engins spatiaux pendant la rentrée dans l'atmosphère et pour d'autres applications de ce genre.»

Depuis quelques années, Vortek élargit l'application de sa technologie au secteur de l'industrie manufacturière. Le chauffage à haute température a son utilité, par exemple, dans la trempe des métaux et dans l'application de revêtements métalliques.

«Le FCSTJ nous a aidé à travailler en étroite collaboration avec les aciéries japonaises et leurs clients — les constructeurs automobiles notamment — afin de mettre au point de nouveaux procédés de trempe de l'acier et d'alliage des matériaux», poursuit M. Albach. Vortek participe à une entreprise conjointe avec Aichi Sangyo, société commerciale japonaise d'ingénierie en soudage et en procédés à haute température et elle s'est également associée à une autre grande société japonaise pour la mise au point d'un laser industriel.

«Ce serait présomptueux de ma part

de prodiguer des conseils, affirme M. Albach, mais je puis dire que nous en sommes à la deuxième année de notre projet FCSTJ avec Aichi Sangyo et que nous sommes extrêmement satisfaits de la façon dont les choses se déroulent. Il faut vraiment aller là-bas et être sur place. Voilà ce qui importe le plus : passer du temps dans l'environnement des Japonais. Ils sont tout disposés à faire des affaires et sont même à l'affût des occasions propices.»

«Il faut examiner sérieusement les possibilités qu'offre le FCSTJ. Dans notre cas, il n'est pas douteux que le programme nous ait aidés, non seulement sur le plan du financement, mais aussi par la crédibilité qu'il nous a donnée. La participation des autorités canadiennes, qui constitue un sceau d'approbation aux yeux des Japonais, peut revêtir une importance cruciale, en particulier pour les petites entreprises. Le financement a son importance, bien sûr, mais je dirais que la crédibilité en a tout autant.»

D'autres initiatives soutenues par le FCSTJ ont plutôt des conséquences pour la compétitivité à long terme de l'industrie canadienne. La recette du succès des Japonais, c'est de regarder vers loin devant eux, et le FCSTJ peut aider les entreprises canadiennes à en faire de même.

Par exemple, l'Institut national d'optique, installé à Québec, ne cueillera pas avant un certain temps les fruits de son initiative de recherche conjointe avec les Japonais. Mais on ne saurait précipiter une recherche comme celle-là, qui, en définitive, améliorera considérablement les perspectives de cette industrie canadienne à forte intensité de connaissances.

M. Denis Gingras, de l'Institut national d'optique, explique que «le projet que finance le FCSTJ porte sur l'application en optique des réseaux neuraux artificiels, c'est-à-dire le traitement de l'information optique. Il s'agit à toutes fins utiles d'une recherche fondamentale du fait de sa haute technicité et de ses applications fort complexes

essentiellement à moyen et à long terme. Cette technologie n'a pas encore atteint sa maturité.»

L'Institut est un organisme de recherche national privé, sans but lucratif, qui a pour mandat de soutenir les efforts des industries canadiennes dans le développement de la technologie optique. À ce titre, l'Institut peut aider les entrepreneurs canadiens à se préparer à bénéficier des possibilités commerciales qui découleront de ce type de projet conjoints de recherche.

M. Lucky Laskshmanan, directeur d'Ortech International de Mississauga, déclare : «La technologie, c'est une chose, dit-il, mais c'est une autre chose de savoir travailler avec les gens pour assurer le transfert, c'est-à-dire atteindre un certain niveau d'aise. Tout le monde ne cesse de répéter qu'il est difficile de négocier au Japon, de conclure s'entendre avec les Japonais, mais une fois que vous venez à les connaître et qu'ils viennent à avoir confiance à votre travail, les obstacles tombent d'eux mêmes.»

Ortech, qui s'appelait la Fondation de recherches de l'Ontario jusqu'en 1989, est l'un des principaux instituts de transfert de technologie au Canada. Associée de longue date à l'Université de Toronto, son réseau de clients et de collaborateurs représente principalement le secteur industriel.

Ortech a utilisé le financement que lui ont accordé le FCSTJ et l'Université de Toronto pour introduire au Canada le procédé Ohno de coulée continue. Ce procédé permet d'obtenir des pièces de métal coulé dont la qualité et les propriétés sont améliorées, en faisant refroidir les pièces de l'intérieur plutôt que de l'extérieur comme c'est habituellement le cas. Cette technique a été imaginée par le professeur Atsumi Ohno, de l'Institut Chiab au Japon, et l'équipe canadienne qui la perfectionne est dirigée par le professeur Alex Maclean de l'Université de Toronto, sommité internationale en la matière.

«Je crois qu'il s'agit d'une belle occasion d'importer une technologie du Japon et qu'elle présente des possibilités d'exportation pour le Canada, affirme

le professeur Laskshmanan. Ce projet n'a pas manqué de nous enthousiasmer.»

Le professeur Laskshmanan résume l'esprit même du FCSTJ quand il dit : «Les travaux que nous menons actuellement n'auraient pu s'effectuer sans les efforts concertés et la compréhension prodiguée par tous les partenaires, qui ont tous conscience qu'il y a ici une occasion de développer une technologie canadienne. Voilà l'important. Nous voyons tous aussi qu'il y a un créneau pour l'exportation d'une technologie canadienne. Cependant, il faut que l'engagement soit entier.»

Langues (Suite de la page 5.)

personnels en sont facilités».

La FAP assure la mise en oeuvre du volet «entreprises» — qui en est d'ailleurs l'une des composantes clés — du Fonds pour l'apprentissage des langues et des réalités asiatiques de Pacifique 2000 pour le compte d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). La FAP est financée à environ 50 % par AECEC et l'Agence canadienne de développement international (ACDI), le reste de ces recettes provenant de l'entreprise privée et des administrations provinciales. Elle a son siège à Vancouver et des bureaux à Singapour, à Taipei et à Tokyo, ainsi qu'à Toronto et à Montréal. Parmi le vaste éventail d'activités de la FAP, la formation qu'elle offre aux entreprises en matière de langues et de cultures commerciales asiatiques est peut-être la plus importante.

L'approche de la FAP est avant tout concrète. «Nous ne cherchons aucunement à former des spécialistes des affaires asiatiques, déclare Mme Best. Par exemple, ceux qui, à l'âge adulte, ont entrepris d'apprendre le japonais ont dû consentir d'énormes efforts pour en arriver à lire, à écrire et à parler cette langue. Mais le temps vient à manquer : c'est le développement de la personnalité et des autres compétences qui en souffre. De quelle utilité seriez-vous alors à votre entreprise? La Fondation cherche à familiariser les Canadiens avec l'Asie, non à former

Contacts FCSTJ

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada
Tél. : (613) 996-0980
Télécop. : (613) 943-8167

Industrie, Sciences et
Technologie Canada
Tél. : (613) 952-1170
Télécop. : (613) 992-7499

Conseil de recherches en sciences
naturelles et en génie
Tél. : (613) 947-0190
Télécop. : (613) 992-5337

des grands spécialistes de l'Asie.»

Cette approche essentiellement pratique adoptée par la FAP se manifeste dès le processus de sélection des candidats à la formation linguistique. Mme Best explique : «Chaque candidature doit être présentée avant le début du cours et doit être faite par le supérieur immédiat du candidat. Ainsi, ce qui importe ce n'est pas que tel employé aimerait bien étudier le coréen, mais que l'entreprise souhaite accroître son efficacité en faisant étudier le coréen à ses employés.»

Tout au long de la formation, les enseignants de la Fondation — sensibilisés aux besoins du secteur privé, soit dit en passant — font porter leur enseignement sur les connaissances que les employés de l'entreprise doivent acquérir et pour lesquelles les entreprises veulent payer. Cela peut se traduire par un programme rigoureux.

Selon M. Jan Walls, directeur du David Lam Centre for International Communication à Vancouver, financé par la FAP, «le Centre invite expressément la clientèle des gens d'affaires et des professionnels. Ils suivent les cours pendant les heures ouvrables ou en dehors de celles-ci, ou encore nous nous déplaçons pour les accommoder. Pour ce qui est des cours dits «kamikaze» — les cours au rythme suicidaire de japonais, de mandarin, de cantonais et de coréen —, ils durent quatre heures et demie par jour.»

M. Walls exprime des considérations beaucoup plus larges sur les besoins de
(Voir page 8 : Langues.)

Langues (Suite de la page 7.)

formation en langues asiatiques. «Notre rôle consiste en partie à convaincre les entreprises canadiennes de la nécessité d'embaucher des gens qui ont passé du temps en Asie, qui ont étudié les langues et les cultures orientales. Des dirigeants d'entreprises me disent qu'ils ont déjà un bureau au Japon et qu'ils ne voient pas en quoi cela leur servirait de faire étudier la langue et la culture japonaises à leurs employés. Je leur réponds que ces employés sont utiles non seulement lorsque vous les envoyez au Japon ou que vous recevez vos clients japonais au Canada, mais utiles aussi partout où les Japonais sont vos associés ou vos concurrents, c'est-à-dire partout au monde.»

Ces questions touchant les compétences en langues et en cultures asiatiques dont les entreprises canadiennes ont besoin préoccupent également M. Michael Hartmann, coordonnateur du Programme d'études en affaires asiatiques à l'Université York.

Des fonds ont été accordés aux fins du Programme d'études en affaires asiatiques (PEAA) à l'Université York ainsi qu'à l'Université de Toronto qui, ensemble, constituent un centre d'études en affaires asiatiques qui a pour mission de promouvoir les études en langues et en relations interculturelles expressément à l'intention des milieux d'affaires.

Ce centre participe à diverses activités, y compris le développement d'un réseau de recherche et de ressources, le financement des stages de professeurs

dans les écoles d'études commerciales des deux universités, des cours d'introduction destinés aux petites entreprises désireuses de se renseigner sur la façon de s'y prendre pour faire affaires en Asie, des cours réguliers sur le même sujet à l'Université de Toronto, ainsi que des cours de japonais, de chinois et de coréen.

Il s'agit d'un programme ambitieux, reconnaît M. Hartmann, mais la demande du milieu des affaires le justifie : «Nous avons auparavant constaté que les entreprises ne manifestaient que peu d'intérêt. Mais les choses commencent à changer; peu à peu, elles reconnaissent que la formation linguistique de leurs employés n'est pas sans intérêt et en viennent à comprendre que cette question ne touche pas seulement les cadres supérieurs. Nous recevons aussi des demandes portant sur la formation des employés de soutien, c'est-à-dire les personnes qui sont envoyées à l'étranger et qui doivent, sur le terrain, comprendre ce qu'elles ont à faire, pourquoi les choses ne fonctionnent pas et pourquoi elles fonctionnent de telle façon.»

C'est le taux élevé d'échec qui alimente la demande. En effet, selon des études américaines, le taux d'échec des personnes travaillant à l'étranger est de l'ordre de 30 à 40 %. En clair, cela signifie que, de tous les employés que les entreprises américaines envoient à l'étranger, 30 à 40 % d'entre eux reviennent avant la fin du terme prévu. Beaucoup d'entre eux ne réussissent pas à s'adapter à leur nouveau milieu. Chaque cas d'échec représente une perte qui peut atteindre 150 000 \$. De toute évidence, la familiarisation avec les langues et les cultures asiatiques contribuera à réduire ces pertes, tout en augmentant les retombées des dépenses de commercialisation. Grâce au financement accordé par Pacifique 2000 qui permet aux établissements d'enseignement de diminuer jusqu'à 700 \$ les frais de cours, il n'est pas de meilleur investissement pour les entreprises qui cherchent sérieusement à rehausser leur compétitivité sur le marché de l'Asie-Pacifique.

Le fonds pour l'apprentissage des langues et des réalités asiatiques (FALA)

Le Fonds pour l'apprentissage des langues et des réalités asiatiques est une initiative quinquennale de 15 millions de dollars conçue pour accroître les compétences des Canadiens dans le domaine des langues et des cultures asiatiques et leurs connaissances sur l'Asie-Pacifique. Le Fonds est géré conjointement par AECEC et la Fondation Asie-Pacifique du Canada (FAP).

Volets du programme

Le Fonds encourage des activités faisant partie intégrante de stratégies à long terme axées sur l'Asie-Pacifique et proposées par des établissements d'enseignement et des sociétés du Canada. Les programmes clés sont les suivants :

Grands centres

Une aide de base est fournie à deux centres universitaires dispensant surtout des cours pratiques d'études asiatiques et offrant des colloques et des ateliers, en plus de programmes internes et de cours de langues à court terme adaptés aux besoins du secteur privé :

- Le centre David Lam des communications internationales, à l'Université Simon Fraser;
- *Asian Business Studies Program*, Centre mixte d'études Asie-Pacifique, Université York et Université de Toronto.

La fondation Asie-Pacifique (FAP)

Par son siège social situé à Vancouver et ses sept bureaux régionaux un peu partout au Canada et en Asie, la FAP administre les budgets des principaux volets suivants du Fonds, soit :

- le Programme de télé-formation des centres régionaux d'apprentissage des langues et des réalités asiatiques;
- la participation aux cours de langue dans l'entreprise;
- les activités dans les écoles secondaires;
- le perfectionnement des professeurs de japonais;
- les perspectives d'emploi des spécialistes canadiens de l'Asie-Pacifique;
- le Programme des futurs dirigeants.

Les conférences

Une aide financière est accordée directement par AECEC aux organisateurs de conférences tenues au Canada et traitant de questions asiatiques et bilatérales clés.

Contacts FALA

Fondation Asie-Pacifique
Tél.: (604) 684-5986
Télécop.: (604) 681-1370

Centre David Lam,
Université Simon Fraser
Tél.: (604) 291-5111
Télécop.: (604) 291-5112

Asian Business Studies Program
Centre mixte, Toronto/York
Tél.: (416) 736-5693
Télécop.: (416) 736-7688

Numéros à noter

Bucarest

Depuis le 15 novembre, les numéros de téléphone en Roumanie sont passés de 6 à 7 chiffres et tous les numéros commençant par le 12 à Bucarest sont donc précédés du chiffre 3. De plus, pour les appels vers Bucarest de l'extérieur de la Roumanie il faudra faire le 1 (plutôt que le 0) après le code pays 40. Les numéros de l'ambassade sont donc dorénavant les suivants : (011-40-1) 312-83-45; 312-03-65. Fax : (011-40-1) 312-03-66.

Londres

La direction des Affaires économiques et commerciales du Haut-Commissariat du Canada (Macdonald House, 1 Grosvenor Square, Londres W1X 0AB, Angleterre) a de nouveaux numéros de téléphone et de fax : Tél. : 071-258-6600; Fax : 071-258-6384.

Californie

Le bureau commercial de Santa Clara est déménagé depuis le 30 octobre à l'adresse suivante : Bureau commercial du consulat canadien, 333, rue San Carlos Ouest, 9ième étage, San José, Californie 95110. Tél. : (408) 289-1157. Fax : (408) 289-1168. Téléx : 34321. Easy Link : 620-144-85.

Shanghai

Les bureaux du consulat général du Canada à Shanghai sont déménagés à l'adresse suivante depuis le 16 novembre : Consulat général du Canada, Shanghai American International Centre, Tour ouest, pièce 604, 1376 Nanjing Xi Lu, Shanghai 200040, République populaire de Chine. Tél. : 86-21-279-8400. Fax : 86-21-279-8401.

Manille

L'adresse postale de l'ambassade du Canada à Manille est maintenant la suivante : Ambassade du Canada, C.P. 2168, Bureau de poste central de Makati, 1261 Makati, Métro Manille, Philippines. L'adresse postale pour le courrier concernant les visas et l'immigration est différente : C.P. 2098, Bureau de poste central de Makati, 1260 Makati, Métro Manille, Philippines.

Le consulat du Canada aide à démêler le régime brésilien des taxes à l'importation

L'évaluation de la compétitivité d'un produit sur le marché brésilien suppose une bonne connaissance du régime complexe de droits de douane et de taxes que le Brésil applique aux produits importés.

Ainsi, les taxes locales font qu'un montant considérable s'ajoute au prix FAB d'un produit, comme on le voit à l'exemple suivant : le ciment est admis en franchise au Brésil mais, à cause des autres taxes, se retrouve avec un prix franco dédouané de 39 % supérieur au prix FAB.

Le régime de droits et de taxes du Brésil peut se résumer ainsi :

- une **taxe à l'importation (TI)** est prélevée sur le prix CAF du produit;
- une **taxe sur les produits industriels (TPI)** est imposée sur le prix CAF majoré de la TI;
- une **taxe à la valeur ajoutée (TCMS)** est appliquée au prix CAF majoré de la TI et de la TPI;
- les frais de transport sont augmentés par l'application d'une **surtaxe de transport pour renouvellement de la marine marchande (AFRMM)**, d'une **taxe d'amélioration portuaire (TMP)** et d'une **surtaxe douanière portuaire (ATP)**;
- les droits d'entreposage portuaire sont facturés au taux de 0,75 p. 100 du prix CAF pour chaque période d'entreposage de 15 jours. Il faut compter en plus les frais et honoraires des courtiers en douane.

Le Canada tire profit des changements tarifaires

Malgré toute la complexité du régime, les exportateurs canadiens qui en ont maîtrisé le détail récoltent le fruit de leur effort. Les exportations canadiennes au Brésil en 1991 avaient grimpé de 24 p. 100 par rapport à 1990 et, dans les six premiers mois de 1992, faisaient encore un bond de 42,5 p. 100 par comparaison avec le premier semestre de 1991.

La réduction des droits de douane

s'inscrit dans le cadre des mesures prises par le gouvernement du Brésil afin de libéraliser l'économie du pays et de juguler l'inflation.

Le dernier changement tarifaire, prévu au départ pour le 1^{er} janvier 1993, est entré en vigueur dès le 1^{er} octobre 1992 et a entraîné une baisse des droits de douane sur, notamment, les produits suivants : certaines machines et pièces (de 25 à 20 p. 100), les grains fourragers (de 40 à 35 p. 100), les vidéocassettes (de 65 à 40 p. 100). Le tarif moyen a chuté de 21,2 p. 100 à 17,1 p. 100.

Il est permis d'espérer que le gouvernement supprimera sous peu certaines des taxes portuaires applicables aux frais de transport, atténuant ainsi l'effet « pyramidal » dont il est question plus haut.

Un nouveau service du consulat

Les exportateurs canadiens qui s'intéressent au marché brésilien doivent disposer de l'information la plus récente sur le régime de taxes à l'importation de ce pays.

Afin de les aider dans cette tâche, le consulat général du Canada de Sao Paulo a introduit un nouveau service qui permet aux exportateurs d'évaluer le prix franco dédouané final de leurs produits. Les exportateurs canadiens sont priés de communiquer au consulat tous les renseignements suivants :

- description détaillée du produit;
- code du produit selon le Système harmonisé;
- prix FAB du produit;
- mode d'expédition - voie aérienne ou voie maritime;
- si possible, le coût du transport jusqu'au port ou à l'aéroport brésilien (si ce coût n'est pas connu, le consulat utilise un taux approximatif fondé sur le prix FAB).

S'adresser au consulat général du Canada (Section du commerce), Avenida Paulista, 854-5^e étage, 01310-913 Sao Paulo, SP, Brésil. Tél. : (55-11) 287-2122. Fax : (55-11) 251-5057.

Les matériaux de construction pour l'Europe de l'Ouest en vedette à la foire de Bruxelles

Bruxelles — Des participants sont maintenant recherchés pour **Batibouw'93**, l'une des plus grandes foires commerciales internationales spécialisées dans le secteur de la construction.

Cette foire internationale de la construction, de la rénovation et de la décoration — à laquelle il y aura à nouveau un stand du Canada — se tiendra du 4 au 14 mars 1993 au Parc des Expositions de Bruxelles, en Belgique.

Batibouw'93 devrait attirer plus de 500 000 visiteurs, dont plus de la moitié seront des professionnels.

La foire couvre toute une gamme de matériaux et de composants de construction : articles d'ameublement, portes, fenêtres, escaliers, édifices préfabriqués, couvre-parquets, revêtements muraux, matériaux décoratifs et matériel d'éclairage, d'isolement et de plomberie. On y trouve aussi des gammes plus contemporaines comprenant aussi bien les systèmes d'alarme et de sécurité et les produits et services de bricolage que les logiciels et les systèmes d'ameublement et de chauffage.

Cette 34^e version de **Batibouw** offre une occasion idéale de promouvoir la vente de matériaux canadiens de construction — non seulement en Belgique, mais aussi sur les autres marchés de l'Europe de l'Ouest.

En plus d'être un important marché pour le Canada (les ventes canadiennes annuelles totales dépassent le milliard de dollars), la Belgique, avec ses bons ports et sa solide infrastructure de transport vers les pays voisins, est aussi un excellent point d'accès à tous les marchés européens.

Outre le stand du Canada à **Batibouw'93**, il y aura un kiosque d'information desservi par du personnel de l'Ambassade du Canada à Bruxelles.

Le recrutement pour le stand du Ca-

nada (ainsi que pour sa conception et sa construction) est géré par une société montréalaise. Les entreprises intéressées à obtenir plus d'information sur la participation au stand du Canada sont

invitées à communiquer avec L.D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., 1224 Avenue Greene, Westmount (Montréal), Québec H3Z 2A3. Tél. : (514) 933-7819. Fax : (514) 483-6595.

Le salon de la quincaillerie à Toronto

Toronto — On prévoit que plus de 21 000 visiteurs auront accès à quelque 1 500 stands dans le cadre d'une exposition de grande envergure réservée aux commerçants qui se tiendra à Toronto du 7 au 9 février 1993.

Le Salon canadien de la quincaillerie, de la rénovation et des articles ménagers, qui sera alors présenté pour la 88^e fois, est reconnu comme la plus importante exposition commerciale dans le domaine.

Parmi les catégories de produits présentés, mentionnons la quincaillerie et les outils; les articles ménagers et les appareils électroménagers; les articles de cadeau; le matériel d'électricité et de plomberie; les fournitures de jardin et de pelouse; les produits pour la peinture et le bricolage; les pièces et les accessoires d'automobiles; ainsi

que les produits de rénovation.

Cette exposition organisée par l'Association canadienne des détaillants en quincaillerie comportera une table ronde traitant de l'incidence du libre-échange sur les systèmes de distribution. Par ailleurs, trois sections du Salon seront consacrées respectivement aux nouveaux produits, aux emballages et aux produits étrangers, qui proviendront notamment d'Allemagne, d'Angleterre, d'Autriche, des États-Unis, d'Israël, d'Italie, des Pays-Bas, de Suède et de Taïwan.

Pour obtenir de plus amples renseignements, prière de s'adresser à l'Association canadienne des détaillants en quincaillerie, 6800 Campobello Road, Mississauga (Ontario), L5N 2L8. Tél. : (416) 821-3470. Fax : (416) 821-8946.

Congrès sur les télécommunications

Vancouver — INTER COMM 93, congrès-exposition international sur les télécommunications qui se tiendra à Vancouver du 22 au 25 février prochain, s'adresse à la fois aux décideurs, aux experts techniques, aux fabricants, aux fournisseurs et aux usagers.

Cet événement de grande envergure réunira sous un même toit au-delà de 7 000 participants en provenance de plus de 50 pays.

Grâce au Programme de parrainage de délégués mis en oeuvre de concert avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI), on ac-

cueillera plus de 45 délégations de pays en développement.

Dans le cadre de ce programme, qui constitue un élément majeur d'INTER COMM 93, des décideurs de niveau supérieur bénéficient de fonds provenant du secteur privé, des pouvoirs publics et d'autres organisations, ce qui permet à des interlocuteurs clés de pays en développement de rencontrer les exposants d'INTER COMM.

Ce programme favorise le transfert de technologie, de produits et de services ainsi que l'échange d'information entre
(Voir page 11 : Congrès.)

Kiosque Boritec au forum financier de Toronto

Toronto - Les personnes qui s'intéressent à la coopération internationale, au développement et à la bourse d'investissement (BORITEC) pourront en savoir plus à ce sujet, et au sujet de la mission économique canadienne qui se rendra prochainement en Italie, en assistant au forum financier (salon financier pour les consommateurs) qui aura lieu à Toronto du 6 au 9 février 1993.

BORITEC, est un « rendez-vous international » où des participants de plus de 90 pays présentent ou recherchent des propositions concernant des projets de collaboration industrielle, notamment des coentreprises, des transferts de technologie, des offres et des demandes d'investissement et des services de commercialisation et consultation.

Ces propositions sont enregistrées dans une banque de données de projets, que vous pourrez consulter pendant toute la durée de l'exposition.

BORITEC 93, exposition en vue de laquelle on organise en ce moment une mission financière, et qui aura lieu à Milan, en Italie (du 5 au 7 mai 1993), sera expliquée en détail au forum. Les participants auront alors l'occasion d'explorer un projet extrêmement prometteur ou même d'y prendre part.

Pour renseignements, s'adresser à M^{me} Sandra Bonanni, attachée commerciale, ou à M. Mancini, coordonnateur des activités de la foire de Milan au Canada, Chambre de commerce de l'Italie au Canada, 500, rue Sherbrooke Ouest, Suite 680, Montréal H3A 1B9. Tél. : (514) 844-4249. Fax : (514) 844-4875.

L'aide financière de l'ACDI tient compte des femmes et de l'environnement

Pour être admissibles à l'aide financière qu'offre le programme de coopération industrielle (PCI) de l'ACDI, dont l'enveloppe est de 75 millions de dollars, les soumissions des sociétés canadiennes doivent dorénavant inclure des propositions relatives à l'intégration des femmes dans le développement et à l'environnement.

Pourquoi ces nouvelles exigences?

L'expérience démontre que pour être réussi, le transfert des pratiques commerciales doit tenir compte de la situation du pays bénéficiaire. Ainsi, les questions sociales, comme le rôle des femmes et les obstacles qui se présentent à elles, ont été négligées par le passé, ce qui a eu des répercussions négatives étant donné que les femmes sont souvent la pierre angulaire des économies du tiers monde: elles veillent à l'approvisionnement en bois et en eau, elles produisent la plupart des denrées alimentaires, sont propriétaires de petites entreprises, ainsi que mères et chefs de famille. Par contre, elles ont très peu accès à la formation professionnelle et gagnent beaucoup moins que les hommes, tout en travaillant bien plus qu'eux. Les projets qui ne tiennent pas compte des multiples rôles joués par les femmes et des contraintes qu'elles subissent sont donc mal adaptés aux conditions locales, ce qui réduit considérablement leurs chances de succès. Voilà pourquoi les sociétés doivent désormais présenter au PCI des stratégies d'intervention qui tiennent compte

des retombées sociales du projet qu'elles proposent.

L'environnement

Quant à l'environnement, les études d'impact, ainsi que les projets de coentreprises visant à transférer des technologies respectueuses de l'environnement, sont au nombre des initiatives qu'appuie le PCI et qui favorisent le développement durable, objectif de l'ACDI. Depuis l'adoption de la Loi canadienne sur l'évaluation environnementale, tous les projets financés par le gouvernement fédéral doivent faire l'objet d'une telle évaluation, qui peut aller d'un simple examen à une étude exhaustive. Il en est de même dans le secteur financier international, étant donné que tous les projets soumis à l'approbation des institutions multilatérales doivent respecter l'environnement. A l'aide d'un fonds spécial de cinq millions de dollars, le PCI encourage fortement les fabricants canadiens à relever le défi qui consiste à transférer dans les pays en voie de développement des technologies respectueuses de l'environnement.

L'environnement et l'intégration des femmes dans le développement constituent des priorités de l'ACDI. En associant les aspects humains, écologiques et techniques, l'entreprise gagne sur tous les plans.

Pour plus de renseignements sur le Programme de coopération industrielle de l'ACDI, téléphoner au (819) 997-7901, à l'Administration centrale.

Congrès sur les télécommunications (Suite de la page 10.)

les pays industrialisés et les pays en développement.

En outre, les ambassades du Canada, les hauts-commissariats et les consulats, notamment ceux de l'Arabie Saoudite, de l'Australie, du Brésil, de la Corée, des États-Unis, de la France, du Japon, de la Nouvelle-Zélande et de la Russie,

coordonnent la participation de diverses délégations.

Le volet « congrès » d'INTER COMM 93 comportera quelque 40 séances au cours desquelles plus de 150 orateurs aborderont des sujets aussi diversifiés que l'interconnexion de réseaux à l'échelle mondiale, et l'évolu-

tion des communications personnelles.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec le Bureau de projet, INTER COMM 93, 500-1190, Melville Street, Vancouver (Colombie-Britannique) V6E 3W1. Tél. : (604) 669-1090. Fax : (604) 682-5703.

PUBLICATIONS

Le marché de l'aviation du Japon

On peut maintenant se procurer la récente étude de marché *Débouchés à l'exportation au Japon — le marché de l'aviation* (code n° 140 CB) par l'intermédiaire d'Info Export d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Bien que l'industrie aérospatiale japonaise soit relativement petite, les compagnies canadiennes sont incitées à examiner les possibilités offertes par ce secteur.

Une vaste expansion des aéroports au Japon est prévue - ne serait-ce que pour mettre au point les technologies et les produits nécessaires pour servir le marché sans cesse croissant de l'aviation civile dans la région Asie-Pacifique.

Le guide bilingue *Débouchés à l'exportation au Japon — le marché de l'aviation* est le premier d'une série d'études prévue par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Les guides en voie d'élaboration portent sur les sous-secteurs de l'avionique, de la conception et de la construction des aéroports, de la formation des pilotes ainsi que de la réparation et l'entretien du matériel et des services.

On peut se procurer des exemplaires du guide, en indiquant le numéro du code, en s'adressant à Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Renseignements sur l'Amérique centrale

Les compagnies canadiennes qui souhaitent saisir des occasions d'affaires ou d'investissement en Amérique centrale devraient d'abord communiquer avec Centram Enterprises Ltd., de Vancouver. Centram vend des

guides d'investissement au Costa Rica, au Salvador, au Guatemala, au Honduras, au Nicaragua et au Panama ainsi que des études de marché sur divers secteurs où il existe des occasions pour les entreprises canadiennes (par ex. le tourisme, l'électronique, la foresterie et les pêches).

Pour obtenir plus de renseignements sur les débouchés en Amérique centrale ou pour acheter des exemplaires d'une publication, quelle qu'elle soit, communiquer avec Neil G. McCulloch, General Manager, Centram Enterprises Ltd., C.P. 1372, succ. A, Vancouver (Colombie-Britannique). Tél. : (604) 683-7824. Fax : (604) 736-4812.

Répertoire d'entreprises de haute technologie

Les sociétés d'informatique canadiennes désireuses de s'attaquer au marché américain ou au marché com-

mercial de Washington, D.C. peuvent obtenir gratuitement un répertoire d'entreprises de haute technologie qui constitue une précieuse liste de contacts éventuels.

Ce répertoire, qui donne un aperçu de plus de cent entreprises, fournit des données récentes sur leurs revenus et leur croissance ainsi que sur les marchés clés. On y trouve aussi le nom et les coordonnées des directeurs de la promotion commerciale et des cadres supérieurs de ces entreprises.

Pour obtenir un exemplaire de ce répertoire, prière de s'adresser à Mme Judy Bradt, agent commercial, Ambassade du Canada, Washington, D.C. (fax : (202) 682-7619) ou à Mme Doreen Conrad, agent de marketing, Direction de la promotion du commerce et du tourisme — États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa (fax : (613) 990-9119).

AU CALENDRIER

Montréal. Le 4 février 1993, au Reine Elizabeth: l'Association des exportateurs (AEC) organise un séminaire sur «Comment faire affaire avec l'ACDI». Pour renseignements, contacter M. George Rogerson. Tel: (613) 238-8888. Fax: (613) 563-9218.

Montréal. Les 24 et 25 février 1993, au Centre Sheraton: l'Institut international de recherche (IIR) présentera sa première conférence en français sur «Comment minimiser vos taxes et droits de douane». Contacter Marie-Claude Lapalme au (416) 928-1078.

Ottawa — 15 et 16 février — Conférence technique annuelle et Exposition de la construction navale et de l'offshore (CSOE93) — Organisée par l'Association canadienne des industries maritimes, l'Exposition de la construction navale et de l'offshore présente une centaine de stands à l'intention de tous ceux qui s'intéressent à l'industrie marine. L'an dernier, cette exposition a attiré au-delà de 1 200 personnes provenant de toutes les régions du Canada et du monde entier. S'adresser à M^{me} Joy MacPherson, au numéro (613) 232-7127.

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CANADÉXPORT

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY

RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Vol. 11 N°2

1 février 1993

Branchez-vous sur Silicon Valley pour partir à la conquête des marchés mondiaux

Votre compagnie oeuvre-t-elle en technologie de l'information, en télécommunications ou en biotechnologie?

Le bureau commercial du consulat canadien à San Jose (Californie) accorde une importance primordiale à ces secteurs qui ont fait la réputation de Silicon Valley.

Si vous offrez un produit ou un service de première qualité, communiquez sans tarder avec le bureau commercial. Le personnel est à la recherche de compagnies canadiennes disposant de technologie vraiment intéressante et déterminées à se tailler une place sur le marché mondial.

Le bureau vous mettra en contact avec des compagnies établies à Silicon Valley, qui développent constamment des produits novateurs de qualité toujours croissante.

La ville de San Jose, la troisième de l'État pour la population, s'affiche comme la «capitale» de Silicon Valley.

La région abrite plus de 3 000 entreprises spécialisées en technologie de pointe, dont un grand nombre sont des chefs de file dans leur secteur.

On estime que les compagnies de Silicon Valley expédient pour 30 milliards de dollars par année de produits technologiques de pointe, ce qui représente pas moins de 25 p. 100 du total des exportations américaines. Ces compagnies mettent tout en oeuvre pour maintenir leur niveau de compétitivité, notamment en s'associant à des compagnies et à des institutions partout dans le monde. Aucune autre région ne peut rivaliser avec le talent et l'esprit d'entreprise concentrés à Silicon Valley, qui peut compter sur une infrastructure de premier ordre. La moitié des principales sociétés de capital-risque aux États-Unis sont installées dans la région de la baie de San Francisco, et les 25

plus importantes de ces sociétés gèrent au total 6 milliards de dollars.

Ces investisseurs, secondés par des avocats et des comptables chevronnés, ont contribué à la mise sur pied de sociétés comme Silicon Graphics, Sun Microsystems, Amgen Inc., Apple Computer et Novell.

Les liens entre l'industrie et la recherche universitaire sont aussi très forts. L'université Stanford, par exemple, est un gigantesque centre de recherche-développement, qui injecte de la technologie dans le secteur privé. Stanford emploie 10 000 personnes, et ses fonds de recherche pour 1993 s'élèvent à près de 200 millions de dollars.

Selon le directeur général de Cypress Semiconductor, «il n'existe aucun endroit au monde où il soit possible de lancer plus rapidement une nouvelle compagnie, de transformer une idée intéressante provenant d'une université en un produit concret.

Vous êtes sceptique? Désirez-vous quelques exemples? Prenez la société Sun Microsystems, fondée il y a seulement dix ans.

Sun est rapidement devenue un chef de file dans le secteur des ordinateurs de bureau à haute technologie, et jouit d'une réputation enviable pour la rapidité avec laquelle elle peut développer un produit depuis la conception jusqu'à la mise en marché. Le chiffre d'affaires de Sun est maintenant évalué à 4 milliards de dollars.

Que dire d'Octel Communications Corp.? Fondée en 1982 par le Canadien Robert Cohn pour développer et mettre en marché des systèmes de traitement des signaux vocaux, Octel est aujourd'hui une compagnie de 200 millions de dollars, une figure de proue du marché et un fournisseur de sociétés

(Voir page 3 — Silicon.)

Une ligne de crédit à l'appui des ventes au Koweït

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a signé une ligne de crédit à moyen terme de 500 millions de dollars américains avec le ministère des finances de l'État du Koweït. L'établissement de cette ligne de crédit appuiera les ventes de biens et services canadiens dans le cadre de la reconstruction du Koweït.

Cette ligne de crédit permettra aux ministères du Koweït de financer les achats de biens et services de sociétés canadiennes par le moyen d'un mécanisme de financement d'accès facile.

Les exportateurs intéressés par cette ligne de crédit devraient communiquer avec les bureaux de la SEE situés à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

La SEE est une institution financière unique en son genre qui offre de l'aide spécialisée aux exportateurs canadiens pour leur permettre de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux. La SEE favorise le commerce extérieur et l'investissement à l'étranger en fournissant des services de gestion des risques, notamment de l'assurance et du financement, aux entreprises canadiennes et à leurs clients dans le monde entier.

DANS CE NUMÉRO

<i>Foires commerciales et salons</i> 4-5
<i>Les douanes australiennes</i> 6
<i>Le marché du logement en Algérie</i> 7
<i>Au calendrier</i> 9
<i>Aux quatre vents</i> 10-11

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Agro-alimentaire**Projets de coentreprise en Amérique latine et dans les Antilles**

La société Deloitte & Touche Consultants et l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA) mènent actuellement un projet pour accroître les possibilités d'établissement de coentreprises pour les entreprises d'Amérique latine établies en Amérique du Nord (voir notre numéro du 2 novembre, Vol. 10 N°18).

Avec l'aide financière de l'Agence canadienne de développement (ACDI) et d'Agriculture Canada, ce programme pilote mettra l'accent sur l'établissement de coentreprises entre des sociétés exportatrices de l'Équateur, du Costa Rica, de la Jamaïque, de Trinité-et-Tobago, de l'Uruguay et du Canada.

Les responsables du projet ont trouvé environ 50 entreprises agro-alimentaires de l'Amérique latine et des Antilles qui souhaitent établir des associations à long terme avec des partenaires nord-américains. Au Canada, les partenaires éventuels pourraient comprendre les entreprises qui voient des avantages à collaborer à long terme avec une société d'Amérique latine ou des Antilles.

Plusieurs compagnies examinées récemment s'intéressent à l'établissement de relations d'approvisionnement à long terme (expansion des marchés) ou des coentreprises (développement technique) avec des sociétés agroalimentaires canadiennes.

Costa Rica

• Producteur de bananes séchées — Recherche un partenaire canadien pour

gérer les opérations.

• Producteur de jus de banane — Recherche une entreprise de distribution sur le marché canadien ainsi que des fonds de roulement pour la mise au point de nouveaux produits des bananes.

• Producteur d'oranges Valencia et Pina — Recherche des fonds pour accroître le nombre d'hectares et établir une usine de transformation pour la production sur place de jus d'orange concentré.

• Producteur de pulpe de banane et de purée de papaye — Souhaite partager le financement de nouvel équipement et de l'expansion de la chaîne de transformation. L'entreprise recherche la commercialisation au Canada de ses produits sous des marques établies.

• Fabricant d'amuse-gueule au goyave — Recherche des fonds pour établir une nouvelle usine de transformation, des marchés et des marques.

• Fabricant de produits du chocolat — Souhaite établir une opération clé en main pour la production de noix de coco. L'entreprise souhaite également partager la gestion, les usines, la technologie et les systèmes de production.

• Producteur de salade de fruits fraîche (pour les institutions) et de morceaux de fruits congelés (pour l'industrie) — Recherche un partenaire pour la commercialisation et les ventes en Amérique du Nord et le partage des profits. L'entreprise souhaite également investir dans le matériel de transformation IQF (instant quick freezing), et

fournira une aide aux compagnies nord-américaines qui désirent lancer leurs produits au Costa Rica.

Équateur

• Producteur d'une gamme d'aliments pour nourrissons (fondée sur les fruits et légumes tropicaux) — Recherche un distributeur nord-américain, un fournisseur de gabarits et une aide technique pour la gestion des nouvelles gammes.

Trinité-et-Tobago

• Producteur de pulpe de goyave (intermédiaire) et de gelée de goyave — Souhaite élargir ses opérations. La compagnie recherche un fournisseur de matériel ou un partenaire financier pour la construction d'une installation clé en main et la pénétration du marché nord-américain.

• Fabricant de produits à longue conservation (cristaux à saveur de fruit, beurre d'arachides, fruits tropicaux en conserve, jus, gelées, etc.) — Recherche des fonds pour améliorer ses opérations. La compagnie souhaite également distribuer ses produits sur le marché nord-américain, en utilisant des marques établies.

• Producteur de fruits en conserve — Recherche des fonds pour réduire le ratio d'endettement. Souhaite obtenir une aide et un savoir-faire pour pénétrer le marché nord-américain. Cette entreprise peut fournir un marché latino-américain limité pour l'introduction de produits nord-américains.

• Fabricant de produits intermédiaires du cacao et de la muscade — Recherche des technologies et des fonds limités pour élargir ses opérations. L'entreprise souhaite pénétrer le marché nord-américain.

Communiquer avec Emilio Portocarro, Deloitte & Touche Management Consultants, 386 Woolwich Street, Guelph (Ontario) N1H 3W7. Tél. : (519) 822-2000. Fax : (519) 822-0247.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

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

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise bien établie assurant la conception, la fabrication et l'importation de matériel électrique et électronique cherche des fournisseurs d'onduleurs de petites dimensions pouvant se brancher dans des allume-cigares de voiture (pour sèche-cheveux, télévisions, ordinateurs, télécopieurs, etc.) et répondant aux ca-

ractéristiques suivantes : onduleurs compacts, c.c. 230 V - c.a. 12 V / 24 V; chargeurs à voltage constant 12 V et 24 V, 2 à 50 ampères. L'entreprise cherche aussi à se procurer des interrupteurs rotatifs à came (10 à 500 ampères) et préférerait importer les pièces en vue de leur assemblage en Nouvelle-Zélande. Communiquer avec M Keith Wigglesworth, directeur des ventes et du marketing, Santon N.Z. Ltd., C.P. 27-185, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (011-64-9) 694-128. Fax : (011-64-9) 694-122.

SUISSE — Une maison spécialisée dans le commerce des pièces détachées, des systèmes sensibles et des thermostats souhaite représenter en exclusivité des entreprises canadiennes sur le marché suisse pour la distribution de **protecteurs thermiques, de thermostats, de rupteurs thermiques et d'autres produits de régulation thermique.** Les compagnies canadiennes sont priées de communiquer avec Paul Connors, deuxième secrétaire, Section commerciale, ambassade du Canada, B. P. CH-3000, Berne 6. Tél. : 011-41-31-44-63-81. Fax : 011-41-31-44-73-15.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Bell Canada, Toronto, a conclu une entente dont la valeur totale dépasse 40 millions \$ CAN avec GTE Data Services Incorporated (GTEDS) de Temple Terrace en Floride. Cette entente vise à créer une alliance stratégique en vue de développer, partager et commercialiser des systèmes de gestion de l'information destinés au secteur des télécommunications.

NowSCO Well Service Ltd., de Calgary, a vendu un camion de pompe à azote et des pièces de rechange à la Commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde. Le financement total s'élève à 684 255 \$, dont une tranche de 260 017 \$ est fournie par l'Agence canadienne de développement international (ACDI), le solde de 424 238 \$ provenant de la Société pour l'expansion (SEE). NowSCO, fondée en 1962, fournit du matériel d'entretien de puits et du personnel spécialisé dans ce domaine partout dans le monde.

Build-A-Mold Ltd. et Cnd. Soil Recycling International Inc., deux

compagnies canadiennes ont récemment conclu des transactions d'une valeur totale supérieure à 4 millions de dollars américains, financées sur des lignes de crédit établies par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) avec deux banques mexicaines. **Build-A-Mold Ltd.**, de Windsor (Ontario), a vendu divers moules de pièces automobiles à Ayareb, S.A. de C.V.. Le financement de la SEE prendra la forme d'une affectation de 1 575 023 \$ US sur une ligne de crédit confirmée établie avec la Banco Nacional de Mexico, S.A.. **Cnd. Soil Recycling International Inc.**, de Vancouver (C.-B.), a vendu un système de recyclage du bitume et un logiciel de gestion routière connexe à une entreprise mexicaine de recyclage, **Recicladora Mexicana de Vias Terrestres, S.A. de C.V.** Le financement de cette transaction prendra la forme d'une affectation de 1 953 342 \$ US sur une ligne de crédit confirmée que la SEE a établie avec **Nacional Financiera, S.N.C.**, une banque de développement appartenant au gouvernement.

Silicon *(Suite de la page 1.)*

dans le monde entier.

Systemix Inc. a été fondée en 1988 par deux anciens professeurs de l'université Stanford. En l'espace de trois ans, la compagnie a breveté une technique permettant d'isoler les cellules sanguines dans la moelle osseuse, opération d'une importance cruciale dans le traitement de la leucémie et du SIDA. Systemix est devenue société publique en août 1991, et la valeur de ses actions s'est multipliée par onze au cours des quatre derniers mois.

Alors, si vous êtes prêt à exporter, communiquez avec le bureau commercial. Le personnel du bureau commercial souhaite vous aider à conquérir le monde en collaborant avec des sociétés et des investisseurs oeuvrant dans ce secteur. Nos agents peuvent vous conseiller pour obtenir le meilleur rendement possible du temps et des efforts que vous investirez.

Communiquez avec le bureau commercial du consulat canadien, Silicon Valley, 333 w. San Carlos Street, #945, San Jose (Californie), 95110, États-Unis. Tél. : (408) 289-1157. Fax : (408) 289-1168.

Des débouchés grâce aux expositions américaines sur l'environnement

Participer aux foires commerciales organisées par l'industrie de l'environnement des États-Unis constitue une excellente façon pour les sociétés canadiennes de promouvoir leurs technologies, leurs produits et leurs services en matière d'environnement.

Par l'entremise de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme des États-Unis (UTO) et de concert avec les consulats canadiens aux États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada encourage la participation des entreprises à de tels événements afin de les aider à explorer les possibilités qu'offre le marché américain dans le domaine de l'environnement. Les foires suivantes pourraient représenter de l'intérêt.

• **NEW ENGLAND ENVIRONMENTAL EXPO** — Boston (Maine) — du 13 au 15 avril 1993 : Foire nationale réunissant 400 exposants qui présenteront des produits et services dans le domaine de l'environnement. Cette foire attire 5 000 présidents, directeurs administratifs, gestionnaires des questions environnementales, fonctionnaires du gouvernement fédéral, des États et des administrations locales ainsi que des ingénieurs spécialisés en environnement.

• **AMERICAN WATER WORKS ASSOCIATION** — San Antonio (Texas) — du 6 au 10 juin 1993 : Foire importante, réunissant plus de 750 exposants qui présentent des compteurs d'eau, des tuyaux, des valves et d'autres composantes pour l'industrie du matériel d'adduction d'eau. Cet événement attire plus de 10 000 représentants de municipalités et d'États, ingénieurs, entrepreneurs et spécialistes de l'environnement.

• **HAZARDOUS MATERIALS MANAGEMENT CONFERENCE** — Atlantic City (New Jersey) — du 9

au 11 juin 1993 : Cette foire internationale, réunissant environ 550 exposants, met en vedette du matériel pour la maintenance, le traitement, l'entreposage et le transport de matières et de déchets dangereux. Habituellement, environ 12 000 personnes y assistent, dont des ingénieurs d'installations, des ingénieurs spécialisés en environnement, des responsables de la gestion des déchets municipaux, des chimistes, des techniciens et des responsables en matière d'intervention d'urgence.

• **AIR WASTE MANAGEMENT ASSOCIATION** — Denver (Colorado) — du 15 au 17 juin 1993 : Cette foire internationale, réunissant plus de 300 exposants, présente des produits et services concernant la lutte contre la pollution atmosphérique et la gestion des déchets. On y trouve des instruments, du matériel de lutte contre la pollution ainsi que des services d'ingénierie et d'experts-conseils. Plus de 6 000 ingénieurs, spécialistes de la gestion des déchets et fonctionnaires chargés du contrôle de l'environnement au niveau tant des municipalités que des États prennent part à la foire.

• **WASTE EXPO 93** — Chicago (Illinois) — du 23 au 25 juin 1993 : Cette foire internationale, qui réunit plus de 500 exposants, présente du matériel de collecte, de transport et d'élimination des déchets solides et dangereux ainsi que du matériel, des produits et des services de soutien connexes. La foire attire 10 000 représentants des secteurs privé et public ainsi que des entreprises qui s'occupent de la collecte, du traitement et de l'élimination des déchets solides et dangereux.

Les sociétés sont priées de communiquer avec Donald Marsan, Direction de la promotion du commerce et du tourisme des États-Unis (UTO), 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Fax : (613) 990-9119.

Foire internationale à Panama

Panama — Les entreprises du secteur agricole peuvent participer, en déléguant leurs représentants ou en expédiant pour fins d'exposition de la documentation sur leurs produits et des articles promotionnels, à une foire qui leur permettra de se faire connaître sur le marché panaméen, lequel présente des débouchés « concrets ». Il s'agit de la foire internationale de David (Chiriqui), au Panama, qui aura lieu du 12 au 21 mars 1993, et où des représentants d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada tiendront un kiosque d'information.

Selon l'ambassade du Canada à San Jose (Costa Rica), « les entreprises agricoles canadiennes ont découvert de réels débouchés sur ce marché. Le commerce sur ce marché est facilité par l'usage du dollar américain au Panama. Les ventes au comptant sont chose courante. » Qui plus est, l'économie panaméenne connaît actuellement une poussée importante, le taux de croissance annuel se situant aux alentours de 9 p. 100.

Les compagnies canadiennes qui participeront à cette foire annuelle qui se tient depuis 1954, auront aussi l'occasion de rendre visite à d'autres clients ou consommateurs éventuels, dans cette « région agricole extrêmement riche ».

Pour participer à cette foire ou y exposer de la documentation, communiquer avec l'ambassade du Canada à San Jose (Costa Rica), au numéro de téléphone (506) 55-35-22 ou par fax au (506) 23-06-09.

Pour envoyer par la poste de la documentation ou des articles du Canada, adresser les colis à la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine (LGT), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2, aux soins de Tom Bearss, qui les transmettra.

*Mexique et sud-amérique***Les marchés suscitent un vif intérêt**

Bien que l'espace soit limité, les sociétés désireuses de participer aux foires commerciales organisées par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada au Mexique et en Amérique du Sud peuvent encore le faire.

Pour les modalités d'inscription, veuillez vous référer à CanadExport, vol. 10, n° 21, 1992. En bref, il s'agit des foires suivantes :

Monterrey — METAL EXPO-MEX 93 — Du 9 au 12 mars 1993. Cette foire porte sur le marché d'importation mexicain de machines-outils, dont la valeur est estimée à 324 millions de dollars US par an. Les produits offrant les meilleures chances de vente comprennent les machines-outils à commande numérique, les tours, les fraiseuses, les machines à usiner les dentures d'engrenages et les machines de finissage, les machines à polir et à mouler, les machines à fraiser, les machines à reproduire, les coins, les couteaux et les lames. Veuillez vous mettre en rapport avec Paul Schutte, Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5358. Fax : (613) 944-0479.

Sao Paulo — La tenue — du 13 au 16 avril 1993 — de **TELEXPO 93** aurait difficilement pu tomber à un meilleur moment pour les entreprises qui désirent sérieusement explorer le marché des télécommunications du Brésil. Cette troisième foire commerciale internationale des télécommunications, de la radiodiffusion et de la téléinformatique a lieu à un moment où le Brésil est en train de déréglementer et d'ouvrir son marché à la concurrence internationale et d'abolir ses restrictions à l'importation de produits de télécommunications semblables à ceux fabriqués sur son territoire. En outre, tous les aspects du marché des communications du pays

sont évalués à 3,6 milliards de dollars US. De plus, dans son rapport annuel de 1991, TELEBRAS, société nationale de gestion des télécommunications, signale qu'il est prévu d'investir 19 milliards de dollars US dans l'industrie d'ici 1996. Prière de communiquer avec Jon Dundon, Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

Mexico — EXPO-PAK 93 — du 18 au 21 mai 1993. Cette foire devrait intéresser les fournisseurs et les fabricants de l'industrie de l'emballage et de l'étiquetage qui désirent pénétrer le marché mexicain ou y accroître leur présence. Prière de communiquer avec Jon Dundon, Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

Exposition d'échantillons canadiens en Ukraine

Odessa — Une occasion exceptionnelle est offerte aux entreprises canadiennes de faire connaître, par l'intermédiaire d'un service professionnel, leurs produits et services sur le marché ukrainien en pleine expansion : c'est la première exposition d'échantillons canadiens (**CONCORD 1993**), qui se tiendra du 13 avril au 15 mai à la grande salle d'exposition d'Odessa, en Ukraine.

Les représentants de l'exposition précisent qu'une participation à **CONCORD 1993** représente «une occasion d'établir votre compagnie à peu de frais sur un marché aux possibilités énormes, lequel compte plus de 50 millions d'habitants», ainsi qu'«une occasion d'augmenter considérablement vos ventes et vos bénéfices dans un nouvel environnement».

Odessa, avec un million d'habitants; elle est un carrefour commercial et un centre du réseau de transport où l'on trouve un port en eau profonde d'excellente qualité dont les 50 kilomètres de quais sont reliés à un réseau étendu de routes, de chemins de fer et de voies aériennes donnant accès à la Russie et aux autres pays limitrophes.

Les organisateurs de **CONCORD 1993** assurent que les gammes de produits et de services offertes par les entreprises participantes bénéficieront d'une visibilité maximale dans le cadre de cette exposition qui est l'objet d'une publicité tous azimuts dans la presse, la télévision et la radio du pays. Ils affirment aussi que votre catalogue «sera scruté à la loupe par la crème des décideurs de l'industrie, du commerce et de l'État ukrainiens en quête de techniques, de produits et de services novateurs».

Une autre bonne raison de participer à cette exposition est la bibliothèque de référence établie à Odessa, où les articles promotionnels des exposants pourront être consultés sans frais pendant un an par les acheteurs éventuels.

Pour plus d'information au sujet des coûts (il y a des frais pour l'inscription au catalogue) ou des conditions de participation, veuillez communiquer avant le 15 mars 1993 avec M. Jake Korol, président de **ROBICO Worldwide Import/Export Inc**, 21 Bradwick Drive, unités 11 et 12, Concord (Ontario), L4K 1K6. Tél. : (416) 660-7944. Fax : (416) 660-0812.

Australie : les concessions tarifaires créent des débouchés pour les canadiens

Grâce à des politiques gouvernementales assorties de conditions libérales, dont certaines sont nouvelles, l'industrie australienne peut réaliser d'importantes économies de dépenses consacrées aux usines et matériels nouveaux.

Axées sur la réduction des droits de douane, ces politiques ont mené à une amélioration marquée des possibilités d'investissements dans les industries clés en Australie, à savoir les mines, la fabrication et le secteur tertiaire.

Pour l'année se terminant le 30 juin 1992, l'industrie australienne a obtenu l'approbation de concessions à l'égard des investissements de près de 4 milliards de dollars dans des projets nouveaux ou élargis, ce qui s'est traduit par des économies de près de 100 millions de dollars en droits de douane.

Les concessions ont été introduites afin d'encourager l'industrie à investir dans de nouveaux projets ainsi qu'à améliorer et à agrandir les installations en place. Elles permettent l'importation d'usines et de matériel dans le cadre de grands projets d'investissement, à des taux inférieurs à ceux qui s'appliqueraient autrement. Souvent, ces concessions touchent :

Le poste 22 : Ce poste vise à encourager l'exploration et la mise en valeur de réserves de pétrole ou de gaz naturel jusqu'au stade où le produit est prêt à être transporté à partir de la tête de puits.

Le poste 42A : Ce poste aide l'industrie de la construction navale à construire ou à réparer des navires dont le poids est supérieur à 150 tonnes. Il s'applique à l'importation de matériaux et de pièces utilisés pour la construction et la réparation.

Les postes 43 et 52 : Ces postes permettent l'importation d'usines et de

matériel pour des projets en plus d'une livraison, au taux tarifaire s'appliquant à l'ensemble du produit. Ils prévoient également des dispositions à l'égard de l'envoi fractionné des pièces importées d'une unité fonctionnelle complète lorsque le reste de cette unité est fabriqué en Australie.

Les postes 45 et 46 : Ces postes concernent les industries du matériel d'exploitation minière et du matériel de traitement des minerais; ils autorisent l'importation d'usines et de matériel non fabriqués en Australie à des taux tarifaires réduits.

Le poste 56 : Ce poste concerne les biens d'équipement « nec-plus-ultra », non fabriqués en Australie.

Les importations sont reconnues comme partie intégrante des activités qui se veulent d'envergure mondiale dans les secteurs de la fabrication, de la production de l'énergie, de l'édition, de l'exploitation minière, du traitement des minerais ou du transport. L'analyse des projets d'investissement futurs montre que, dans le secteur de la fabrication :

- les industries des aliments et des boissons constituent le principal point de convergence des investissements, et que ces projets sont répartis entre tous les États;
- les industries classées immédiatement après les aliments et les boissons sont celles des produits chimiques, des produits métalliques ouvrés et de la sidérurgie.

Pour plus de renseignements au sujet des concessions tarifaires en Australie, veuillez communiquer avec Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud. Tél. : (613) 996-5945. Fax : (613) 996-4309.

Exigences des douanes australiennes

Le Service douanier de l'Australie a récemment publié un avis (n° 92/194) soulignant les obligations des commerçants sous le régime du *Commerce Act* (désignations de fabrique) de 1905 et du *Règlement sur le commerce* (importations).

La *Loi sur le commerce* porte sur l'application des désignations de fabrique aux marchandises tant importées qu'exportées. La loi exige des désignations authentiques pour les éléments suivants :

- nature, numéro, quantité, qualité, pureté, classe, catégorie, mesure, calibre, taille ou poids des marchandises;
- pays ou lieu de fabrication ou de production des marchandises;
- fabricant ou producteur des marchandises, ou personne chargée de leur sélection, emballage ou autre conditionnement aux fins de la mise en marché;
- mode de fabrication, production, sélection, emballage ou autre conditionnement des marchandises;
- matières ou ingrédients entrant dans la composition des marchandises ou dont les marchandises sont dérivées;
- mention précisant si les marchandises sont protégées par un brevet, un privilège ou un droit d'auteur.

Le *Règlement sur le commerce* répertorie les marques de produits particuliers dont l'importation est interdite si les marchandises ne sont pas étiquetées correctement.

Aux termes de ce règlement, toutes les marchandises répertoriées doivent porter des marques d'origine. En outre, la marque de certaines marchandises doit être complétée par une désignation authentique et (ou) une mention de poids ou de quantité. Ces désignations de fabrique doivent être :

- en anglais;
 - imprimées en gros caractères bien lisibles;
 - se trouver sur une étiquette ou un label fixé bien en vue sur les marchandises
- (Voir page 7 : Australie.)

Algérie : La pénurie de logements pourrait attirer les constructeurs canadiens

L'Algérie est aux prises avec une grave pénurie de logements et, compte tenu de l'accroissement rapide de la population, devra faire face à des problèmes sociaux gigantesques si des solutions ne sont pas mises en oeuvre dans les plus brefs délais.

Le gouvernement estime qu'il manque actuellement 1,5 millions d'unités de logement en Algérie, et a récemment dévoilé des plans pour la construction de 60 000 unités au cours des douze prochains mois. Il s'agira de logements sociaux, subventionnés par l'État, destinés à juguler les pires aspects de la pénurie. Toutefois, même cet ambitieux programme ne suffira pas à combler le besoin toujours croissant de constructions nouvelles.

Avec des besoins aussi pressants, le secteur de la construction en Algérie offre des possibilités gigantesques, et les entreprises canadiennes sont en bonne position pour tirer avantage de la politique du gouvernement algérien accordant la priorité à ce secteur.

Australie (Suite de la page 6.)

et formant un élément permanent de celles-ci.

L'avis des Douanes précise également les exigences relatives au marquage des produits préemballés ainsi que des textiles et vêtements. Pour obtenir un exemplaire de l'avis des Douanes australiennes n° 92/194, communiquez avec Info Export (à l'adresse figurant au bas de la page 12 et en donnant le numéro de code 242 CA).

Pour toute question concernant le règlement australien sur les marques de fabrique, on peut s'adresser à Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, rue Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Fax : (613) 996-4309.

Notamment, le gouvernement encourage les coentreprises et autres formes de partenariats canado-algériens, dans l'espoir d'obtenir la collaboration d'entreprises canadiennes dans la lutte contre la crise du logement.

Le gouvernement algérien tente aussi de revitaliser l'industrie du pays, et d'en améliorer à la fois les produits et le rendement.

Les débouchés pour les entreprises canadiennes, par conséquent, se trouvent moins dans l'exportation de matériaux de construction non usinés que dans l'exportation du savoir-faire et des techniques mis au point par des Canadiens.

Les entreprises algériennes recherchent activement des sociétés intéressées à des coentreprises pour la modernisation et le remplacement des usines vétustes en Algérie.

Les entreprises canadiennes intéressées à former des partenariats ou des coentreprises avec des sociétés algériennes, et prêtes à transférer de la technologie et des techniques de gestion en Algérie, peuvent envisager un succès énorme sur le marché algérien.

Il n'en demeure pas moins que l'Algérie est un marché difficile à percer, qui exige énormément de patience et de fréquentes visites pour établir des contacts personnels. Pour une entreprise qui envisage de s'établir sur le marché algérien, il est essentiel d'établir une présence locale, par l'entremise d'une coentreprise, d'un représentant local ou même d'une succursale.

Malgré ces efforts, une fois qu'une compagnie est établie dans ce pays, il lui reste encore beaucoup à faire pour étendre sa part de marché.

L'un des aspects les plus délicats du marché est le financement des projets. L'Algérie souffre actuellement d'une pénurie de monnaie forte, imputable au niveau des prix du pétrole sur le marché mondial. Presque tous les contrats signés en Algérie doivent comporter

un plan de financement.

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) est très active en Algérie, et le financement provenant d'autres institutions bancaires internationales est à la hausse. La Banque mondiale négocie actuellement la mise en place d'une ligne de crédit de 250 millions de dollars spécialement destinée au secteur de la construction et de l'habitation.

La situation politique est très instable en Algérie, mais le gouvernement s'efforce de régler les problèmes sociaux, comme la pénurie de logements et le taux de chômage élevé, qui ont provoqué le malaise social à l'origine de la crise politique.

Malgré de tels inconvénients, le gouvernement algérien met tout en oeuvre pour ouvrir ses marchés sur l'extérieur, pour accroître la productivité de l'industrie algérienne et pour rationaliser les industries gérées par l'État.

Les entreprises d'État sont maintenant exploitées par le « Fonds de participation », conçu pour permettre à l'État de se dégager de la gestion des affaires courantes des sociétés.

Au cours d'une réunion tenue récemment avec l'ambassadeur du Canada, M. Marc C. Lemieux, les dirigeants de quelques-unes des plus importantes sociétés de construction algériennes ont indiqué qu'ils avaient le devoir d'améliorer l'efficacité et le rendement de leurs entreprises, en faisant un meilleur usage des installations existantes, en réduisant le personnel excédentaire et en mettant davantage l'accent sur de saines pratiques commerciales.

Communiquez avec Loréa Giannatti, responsable de secteur pour l'Algérie, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Tél. : (613) 990-8134. Fax : (613) 990-7437.

Le carnet ATA:

Un document qui simplifie la vie de l'exportateur

Il est un document que bien des exportateurs, spécialistes, groupes d'artistes et équipes sportives considèrent comme étant presque aussi indispensable qu'un passeport lorsqu'ils voyagent à l'étranger. Il s'agit du carnet ATA, à savoir un document officiel des douanes internationales qui simplifie l'entrée et la sortie d'articles d'importation temporaire, comme du matériel spécialisé et des échantillons commerciaux, à l'étranger. Ce document est reconnu par les autorités douanières de 45 États, incluant presque tous les principaux partenaires commerciaux du Canada.

Au Canada, les carnets sont délivrés exclusivement par la Chambre de commerce du Canada, par l'intermédiaire des bureaux de Carnet Canada de Montréal, d'Ottawa, de Toronto et de Vancouver. L'administration du système mondial de carnets relève du siège

social à Paris, en France. Le port du carnet prévient les retards aux douanes et la paperasserie inutile lorsqu'on voyage à destination et en provenance de pays étrangers avec des marchandises ou du matériel devant au bout du compte retourner au Canada. Les marchandises peuvent être en bagage accompagné ou non accompagné.

Toutes les dispositions douanières, dont les dépôts de garantie ou cautionnements, peuvent être prises d'avance rapidement et facilement avant le départ du Canada. Le carnet a une durée de validité d'un an. Il permet non seulement d'éviter les pertes de temps et les ennuis aux personnes qui voyagent avec des importations temporaires, mais il simplifie en outre la comptabilité et l'administration.

Ce service fort utile est offert par la Chambre de commerce du Canada de-

puis bientôt 20 ans. De nos jours, les organismes commerciaux et industriels, médiatiques, artistiques et sportifs sont de plus en plus nombreux et variés à découvrir les avantages du carnet. Celui-ci porte sur des articles aussi divers que le matériel de technologie de pointe, les échantillons d'articles de mode, les pièces d'exposition d'une foire commerciale, les instruments de musique d'un orchestre, les chevaux de course, les caméras de télévision ou de cinéma, les costumes de pièces de théâtre et les décors de théâtre.

On peut obtenir de plus amples détails sur les carnets ATA en s'adressant à Bill Browne, directeur des Services commerciaux de la Chambre de commerce du Canada, 1080, Côte Beaver Hall, pièce 1430, Montréal (Québec) H2Z 1T2. Tél. : (514) 866-4334. Fax : (514) 866-7296.

NOMINATIONS DIPLOMATIQUES

La ministre des Affaires extérieures, M^{me} Barbara McDougall, a annoncé en janvier les nominations diplomatiques suivantes:

Le général A. John G.D. de Chastelain, né à Bucarest (Roumanie), est nommé ambassadeur auprès des États-Unis d'Amérique. Le général de Chastelain a été nommé chef d'état-major de la défense en 1989. Il prend la relève de M. Derek H. Burney.

M. Donald W. Campbell, originaire de Drayton (Ontario), est nommé ambassadeur auprès du Japon.

Depuis 1989, M. Campbell est sous-ministre du Commerce extérieur, et sous-secrétaire d'État associé aux Affaires extérieures. M. Campbell prend la relève de M. James H. Taylor.

M. Paul D. Frazer, originaire de Niagara Falls (Ontario), est nommé

ambassadeur auprès de la République tchèque et de la République slovaque.

À Ottawa, il était jusqu'à récemment directeur exécutif du Groupe de travail sur l'Europe centrale et l'Europe de l'Est. M. Frazer prend la relève de M. Alan P. McLaine.

M. Marc Lortie, originaire de Beauport (Québec), est nommé ambassadeur auprès de la République du Chili. Depuis 1989, il est ministre-conseiller (Affaires politiques) à l'ambassade du Canada à Paris et représentant particulier du Premier ministre auprès de La Francophonie. M. Lortie prend la relève de M. Michael T. Mace.

M. Peter F. Walker, originaire de Winnipeg (Manitoba), est nommé ambassadeur auprès de la République d'Autriche, avec accréditation concomitante à titre de représentant permanent auprès des Nations Unies à

Vienne, auprès de l'Agence internationale de l'énergie atomique et auprès de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel à Vienne.

De 1988 à 1992, il a été sous-ministre adjoint, Secteur du personnel. M. Walker prend la relève de M. Edward G. Lee.

M^{me} Isabelle Massip, originaire de Montréal (Québec), est nommée ambassadrice auprès de la République de Finlande.

Depuis 1989, M^{me} Massip agissait à titre de ministre-conseillère à Tokyo. Elle prend la relève de M^{me} Mary E. Vandenhoff.

M. Bernard A. Gagosz, originaire de Val d'Or (Québec), est nommé consul général à Seattle.

De 1989 à 1992, il était haut commissaire à Singapour. M. Gagosz prend la relève de M. Roger A. Bull.

AU CALENDRIER

Ottawa — Le 2 février 1993, la société World Business Publications sera l'hôte d'un séminaire d'une journée sur les débouchés internationaux dans le secteur agricole. Ce séminaire, qui se tiendra au Château Laurier, s'adresse aux exportateurs canadiens de produits et de services agricoles qui souhaitent intensifier leurs activités à l'étranger. Il intéressera aussi tout particulièrement les associations, les fonctionnaires et les chercheurs oeuvrant dans le secteur agricole. Pour plus d'information, communiquez avec la World Business Publications au numéro de téléphone (613) 747-2732 ou, par fax : (613) 747-2735.

Ontario - Cet hiver, Industrie, Science et Technologie Canada parraîne à nouveau en Ontario la série de séminaires **International Trade Shows Made Profitable**. Ils auront lieu à **Ottawa**, le 18 février; à **Oakville**, le 24

février; à **Richmond Hill**, le 2 mars; à **Thunder Bay**, le 30 mars. Pour renseignements ou pour vous inscrire, communiquez par fax ou téléphone auprès de International Training and Management Company, Toronto, (416) 483-3836.

Victoria — Février 17, 1993 — Corporate Communications Corcom '93 - foire commerciale, organisée par Trade Trends Marketing. Pour obtenir des informations supplémentaires ou pour réserver une kiosque, on est prié de communiquer avec Ruth Roman. Tél. : (604) 361-9598. Fax : (604) 361-9335.

Montréal — Du 16 au 18 mars 1993 — **Carrefour de la technologie** — Sous l'égide d'Industrie, Sciences et Technologie Canada, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain organise le Carrefour de la technologie qui aura lieu au Palais des Congrès de

Montréal. Sous le thème «La technologie au service de l'entreprise», le Carrefour offrira aux visiteurs une exposition, des conférences et des séminaires, ainsi qu'un programme de visites techniques et de rencontres individuelles. Cet événement se veut un lieu de rencontres favorisant la communication et les transactions entre les gens d'affaires et les spécialistes en technologie. Pour plus d'information, communiquer avec Toby King, Chambre de commerce du Montréal métropolitain. Tél. : (514) 878-4651. Fax : (514) 878-2262.

Montréal — Du 15 au 18 mars — La Ligue canadienne de transport industriel (LCTI) tiendra son assemblée annuelle et Transpo 93 à la Place Bonaventure. Pour s'inscrire et fournir des informations, communiquer avec Patricia Mackle (LCTI), au (416) 447-7766.

L'étiquetage des peintures

Singapour — Le ministère de l'Environnement de Singapour vient d'émettre de nouvelles exigences quant à l'étiquetage de toutes les peintures contenant des composants de plomb comme additifs. Ces nouvelles exigences entrent en vigueur le 1 janvier 1993, et visent les peintures importées par Singapour pour utilisation locale. Elles ne s'appliquent pas aux peintures qui sont importées pour fins de réexportation.

Pour plus de renseignements sur le sujet, prière de s'adresser au Consulat canadien à Singapour, au numéro de fax (65) 225 2450, ou encore à la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, au ministère des Affaires extérieures et Commerce international Canada, au numéro de fax (613) 996 4309.

Un rappel:

Il n'est pas trop tard pour la foire de Guadalajara

Il reste encore quelques places pour **ANTAD'93**, la foire commerciale de l'alimentation et des biens de consommation qui se tiendra à **Guadalajara** du 27 au 30 mars prochain.

ANTAD attire quelque 10 000 gérants et acheteurs de supermarchés, de grands magasins et de boutiques spécialisées, points de vente des secteurs mexicains en plein essor de l'alimentation et des biens de consommation.

Tout indique que l'importation de biens de consommation au Mexique va aller sans cesse croissant, les consommateurs désirant essayer de nouveaux produits et ce genre de produits importés étant considéré comme un

symbole de statut social.

L'an dernier, les 29 entreprises canadiennes participantes ont recommandé de renouveler l'expérience. Ces exposants canadiens étaient constitués de fournisseurs d'aliments transformés, de boissons, de matériel de magasin, d'articles de loisir et de ménage et d'articles-cadeaux, qui tous cherchaient à pénétrer un marché mexicain des plus lucratifs. Pour vous inscrire à **ANTAD'93**, prière de communiquer avec Mme Sony Marques, Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC. Tél.: (613) 996-6142. Fax: (613) 952-3904.

QUATRE VENTS

PRÉPARÉ PAR LE CONSEIL CANADIEN DES NORMES

1^{er} février 1993

«Europe 1992» - Rapport de la situation

Le délai de janvier 1993 que la Communauté européenne (CE) s'est imposé pour achever le cadre juridique d'un marché intérieur unique, dans lequel les biens, les travailleurs et les capitaux pourront circuler librement, est maintenant à son terme. La CE a pris une avance remarquable pour faire de cette initiative une réalité, mais le défi demeure le même et le sera durant une bonne partie de notre décennie. À l'heure où les fabricants canadiens se préparent en vue des nouveaux créneaux commerciaux de la CE, il est essentiel qu'ils connaissent la mesure dans laquelle les politiques et procédures européennes poursuivent leur évolution.

L'initiative de création, dès janvier 1993, d'un marché européen unique a vu le jour en 1985, par suite de la publication du livre blanc de la Commission européenne. Ce rapport donne les détails d'une «nouvelle approche» à l'égard des normes de produit qui prescrivent des exigences minimales ayant une vaste portée dans le domaine de la protection du consommateur et de la santé publique. La responsabilité d'élaborer des normes qui soient conformes aux exigences techniques a été confiée aux trois organisations européennes de normalisation, à savoir le Comité européen de normalisation (CEN), le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC) et l'Institut européen de normalisation des télécommunications (ETSI). Le livre blanc traite non seulement de la reconnaissance mutuelle des normes et des règlements techniques, mais aussi des activités de certification et d'essai des produits.

Quatre-vingt-neuf pour cent (89 %) des 282 directives proposées dans le livre blanc ont été adoptées à l'échelle

Le périodique **LES QUATRE VENTS** du Conseil canadien des normes sera désormais intégré à *CanadExport*, ce qui permettra d'informer les lecteurs des progrès de la normalisation qui touchent le commerce mondial. Il comprendra des renseignements opportuns sur les aspects normatifs de la libéralisation du commerce, réalisée au moyen d'accords bilatéraux ou multilatéraux tels que l'Accord de libre-échange nord-américain, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, ainsi que de l'information sur l'initiative du marché européen commun. On peut se procurer auprès du CCN les listes des derniers projets de normes européennes et les notifications les plus récentes des règlements proposés émanant des 41 pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de la normalisation). Vous en trouverez un échantillon à la page suivante.

de la CE. En novembre 1992, il restait 32 propositions, dont 23 à étudier dans le courant du mois de décembre 1992. Toutes les législations des États membres nécessaires à l'harmonisation des exigences des producteurs d'articles manufacturés sont maintenant en place. Cependant, l'application de ces directives dans les législations nationales varie considérablement. Pour sa part, la Communauté suit avec vigilance la transposition des directives dans les législations nationales.

Des périodes de transition sont également prévues pour permettre d'achever les normes européennes à l'appui des directives. Bien que beaucoup de normes aient une version définitive, la préparation de quelque 2 500 normes à l'appui des directives européennes n'est manifestement pas finie.

Les essais et la certification sont un autre domaine où des arrangements sont en cours de mise au point. Le manque de coordination en matière d'essais et de certification au sein des États membres de la CE constitue peut-être le plus grand inconvénient auquel doivent faire face les exportateurs canadiens qui désirent élargir leur marché à tous les pays de la CE.

Dans un marché réglementé, l'accès des produits est garanti par la législation. Le Canada a déjà participé à des discussions avec la Commission de la CE en vue de conclure des accords de reconnaissance mutuelle (ARM) sur

(suite à la page suivante)

Équipements terminaux de télécommunications

La directive de la CE concernant les équipements terminaux de télécommunications (91/263/CEE), incluant la reconnaissance mutuelle de leur conformité, est entrée en vigueur le 6 novembre 1992.

La directive a pour but «d'harmoniser les conditions de mise sur le marché des équipements terminaux de télécommunications afin de créer un marché ouvert et unifié». Elle contribuera à assurer que les équipements terminaux de télécommunications, destinés à être directement ou indirectement connectés à un réseau public de télécommunications, satisfont aux exigences minimales de sécurité publique. Elle favorisera aussi la réduction des disparités existant entre les législations nationales qui restreignent actuellement la circulation des produits de télécommunications entre les États membres européens.

Les fabricants d'équipements de télécommunications sont maintenant tenus par la loi de se conformer aux exigences décrites dans cette directive pour pouvoir obtenir la marque CE de conformité. On peut se procurer des copies de cette directive auprès du Conseil canadien des normes.

(suite de la page précédente)

l'évaluation de la conformité des produits soumis aux directives de la nouvelle approche de la CE qui définissent les exigences législatives à respecter en matière de santé et de sécurité. D'autres directives de la CE traitant des exigences d'évaluation de la conformité et des produits soumis aux règlements nationaux de la Communauté seront également compris. En vertu d'ARM entre le Canada et la CE, les fabricants canadiens pourraient faire certifier leurs produits conformément aux exigences européennes par des organismes canadiens de certification et pourraient apposer la marque CE sur ces produits, permettant ainsi leur vente et leur distribution à l'échelle de la CE. À l'heure actuelle, les fabricants doivent faire approuver leurs produits par des organismes européens notifiés, en l'absence d'organismes notifiés au Canada. Les organismes notifiés sont des organismes agréés par les gouvernements des États membres de la CE pour effectuer les essais requis dans leurs territoires.

En ce qui a trait aux produits non réglementés, l'Organisation européenne d'essai et de certification (EOTC) a été fondée le 25 avril 1990 pour servir de plaque tournante aux activités européennes d'essai et de certification destinées à favoriser les accords volontaires de reconnaissance mutuelle basés sur des critères communs. Les séries EN 45000 et 29000 de normes européennes relatives aux exigences concernant les laboratoires d'essais et les organismes de certification, ainsi que les systèmes qualité, serviront de base à ces accords.

Les groupes d'entente seront formés des organismes d'essais, d'inspection ou de certification actifs sur le marché, prêts à signer des ARM et à exercer une surveillance sur ces accords ou sur des systèmes particuliers de certification. Le Conseil canadien des normes (CCN) a engagé des discussions avec l'EOTC en vue de la signature entre le Programme national du CCN pour l'accréditation des organismes d'essais et l'EOTC d'un ARM sur l'accréditation des laboratoires.

En l'absence d'accords officiels, les fabricants canadiens peuvent contacter les organisations canadiennes qui multiplient les liens avec leurs homologues de la CE. L'Association canadienne de normalisation (CSA) poursuit activement des ARM avec divers organismes européens et travaille au sein du milieu international de la normalisation pour assurer l'accès des produits canadiens. Elle a reçu, par exemple, une accréditation en vertu du système IEC/CEI, système établi et géré par la Commission électrotechnique internationale (CEI). L'accréditation de la CSA facilitera le commerce de certains équipements électriques testés conformément aux normes CEI et permettra la reconnaissance réciproque des résultats d'essai. Le Conseil des industries forestières de Colombie-Britannique (COFI) et l'Association canadienne du gaz (ACG) ont également en place des accords qui rendent possible la certification au Canada des produits canadiens qui satisfont aux exigences de la CE en matière d'évaluation de la conformité.

De toute évidence, il reste encore beaucoup à faire avant que le marché européen unique ne devienne une réalité. Cependant, l'engagement ferme pris par l'Europe en vue d'accélérer l'élaboration des normes, allié à la possibilité que le Canada fasse partie des prochaines négociations relatives à des arrangements réciproques d'essai et de certification, contribuera à faciliter l'accès à ce marché des entreprises canadiennes.

NORMES PRÉLIMINAIRES EUROPÉENNES

En collaboration avec le CEN et le CENELEC, le Conseil canadien des normes élabore actuellement des procédures qui permettront à l'industrie canadienne d'obtenir l'ébauche des normes européennes afin de les examiner, d'apporter sa contribution à ces projets de normes et d'acheter les normes européennes publiées.

ACIER

prEN 10139

Feuillards non revêtus laminés à froid en aciers doux pour formage à froid - Conditions techniques de livraison

Date limite pour commentaires: 1993-04-07

Prix: 21 \$

NOTIFICATIONS GATT/TBT

Sont énumérées ci-dessous les notifications reçues dernièrement des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de la normalisation).

ÉNERGIE

TBT 92.371 Suisse

Annexe 2 de l'ordonnance visant une utilisation économe et rationnelle de l'énergie

Date limite pour commentaires: 1993-01-20

L'information concernant les notifications GATT TBT et sur les ébauches de normes européennes (voir exemple ci-dessus) est incluse dans les bases de données bilingues, disponible 24 heures par jour, aux utilisateurs de normes du Canada et de l'étranger.

Notre base de données sur les notifications GATT TBT et les ébauches de normes européennes comprend de l'information sur les règlements proposés, les normes obligatoires et les systèmes de certification des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux barrières techniques au commerce (Code de la normalisation). Y figure également un résumé des projets de normes publiés par le Comité européen de normalisation (CEN) et le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC), découlant des initiatives liées au marché européen unique. Pour accéder aux bases de données interactives du CCN, il suffit d'avoir un ordinateur personnel, un logiciel de télécommunication et un modem.

Nous offrons aussi un service par lequel nos clients peuvent recevoir par télécopieur les résumés des projets de normes européennes et les notifications GATT TBT récemment ajoutés à notre base de données.

Pour de plus amples renseignements concernant l'accès aux bases de données ainsi qu'à notre service de téléfax, veuillez contacter:

Conseil canadien des normes
Service d'information sur les normes
1200-45 O'Connor
Ottawa (Ontario) CANADA
K1P 6N7
Tél. : (613)238-3222
Fax : (613)995-4564



PUBLICATIONS

Publications sur l'ANASE

De nouvelles publications sur les six pays de l'ANASE (Association des nations de l'Asie du Sud-Est) sont maintenant disponibles auprès d'Affaires Extérieures et Commerce International Canada.

Les guides sur les relations bilatérales comprennent six publications qui traitent des relations bilatérales individuelles qu'entretient le Canada avec chacun des membres, ainsi que des prospectives générales pour les relations d'affaires.

D'ici deux mois, tous ces guides seront disponibles en français et en anglais. Pour le moment, voici ce qui est disponible auprès de **Info Export** : Brunei (8 CF), l'Indonésie (10 CF en français seulement), la Malaisie (12 CF), les Philippines (14 CF), Singapour (15 CA en anglais seulement) et la Thaïlande (18 CA en anglais seulement).

Chaque guide expose brièvement la croissance économique de l'ANASE, les échanges commerciaux Canada-ANASE, les importations et exportations entre le Canada et le pays en question, un profil du programme canadien d'aide gouvernementale dans ce pays, et finalement un aperçu des co-entreprises réalisées entre le Canada et ce pays.

Quant au *Guide de l'exportateur à l'ANASE* (6 CF), il contient des données sur les six pays de l'ANASE. C'est un condensé de la majeure partie des textes offerts dans les publications individuelles, mais qui offre également plus d'information sur nos relations économiques et commerciales.

Pour rejoindre Info Export, consultez l'encadré et n'oubliez pas de mentionner le code approprié.

L'industrie du plastique à Trinité-et-Tobago

La Division commerciale du Haut commissariat du Canada à Port of Spain, à Trinité-et-Tobago, a établi, en collaboration avec une firme privée d'experts-conseils basée sur place, un rapport sur l'industrie du plastique à Trinité-et-Tobago visant à mettre en valeur les possibilités d'exportation pour les sociétés canadiennes auprès de

l'industrie locale.

Les secteurs qui offrent des débouchés commerciaux pour les exportateurs canadiens sont la co-extrusion, le moulage par compression, le moulage par injection et réaction (RIM), le recyclage et l'exploration des applications possibles des procédés « en aval » dans l'industrie pétrochimique.

On obtient des exemplaires du rapport en s'adressant à Dick Brown, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 943-8807. Fax : (613) 943-8806.

Le marché des produits pharmaceutiques en Corée

Les compagnies canadiennes devraient envisager de s'établir en Corée dès maintenant, selon une étude intitulée *The Korean Pharmaceutical Market* terminée récemment par l'ambassade du Canada à Séoul.

L'étude indique que la Corée est devenue un des dix premiers producteurs de produits pharmaceutiques du monde, son industrie affichant un taux moyen de croissance annuelle de plus de 18 % depuis 1987.

En 1991, la valeur totale de la production coréenne de produits pharmaceutiques finis était estimée à 6 milliards de \$ CAN. Qui plus est, les sociétés pharmaceutiques coréennes, qui croissent rapidement, cherchent des occasions de création de coentreprises et des possibilités d'obtention de licences pour les nouveaux médicaments.

Selon le rapport, sous réserve d'exceptions limitées, les matières premières et les médicaments finis peuvent être importés en Corée. Toutefois, les meilleures occasions consistent à fournir des licences pour les nouveaux médicaments et à créer des coentreprises avec ces entreprises pharmaceutiques en croissance rapide.

Des copies de l'étude peuvent être obtenues auprès de l'ambassade du Canada, C.P. 6299, Séoul, Corée. Fax : (82-2) 755-0686.

Par ailleurs, l'ambassade peut fournir des conseils sur les partenaires éventuels et les stratégies d'accès au marché. Elle peut aussi aider les compagnies canadiennes à traiter avec le gouvernement coréen.

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

FEB 9 1993

CANADEXPORT

Vol. 11 N°3

15 février 1993

L'Inde achètera du matériel de transport

Le ministère indien du transport de surface devrait acheter en 1993-1994 du matériel de transport divers grâce à des fonds versés par la Banque mondiale ou la Banque asiatique de développement. Les entreprises canadiennes qui désirent présenter des soumissions pour la fourniture de matériel de transport à ce ministère — les appels d'offre devraient être publiés au cours des prochains mois — devraient fournir le matériel suivant :

- appareils de mesure de la densité nucléaire (24);
- pénétromètre dynamique à pointe conique (12);
- évalueurs de bosses TRRL (4);
- profileuses de routes à jauge;
- camions distributeurs de bitume 0 (8);

AGEXPORT

Supplément : pp. I-IV

- répartiteurs de copeaux (8 n.s.a.);
- assortiments de matériel de levé (8);
- équipements de laboratoire;
- aides pédagogiques;
- simulateurs de conduite
- équipement adapté à la cécité nocturne et au daltonisme (24);
- matériel d'essai des freins (24);
- logiciels.

Pour plus de renseignements, joindre le Haut-Commissariat du Canada, C.P. 5208, New Delhi, Inde Tél. : (011-91-11) 687-6500. Fax : (011-91-11) 687-6579. Télex : (code de destination 81) 031-72363 (031-72363 DMCN IN).

Des renseignements peuvent être obtenus en s'adressant à la Direction des industries secondaires (TAC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Fax : (613) 943-8820.

Pas de sieste à Monterrey

Un nouveau bureau commercial ouvre ses portes

Le 26 janvier 1993, le Canada ouvrait un bureau commercial satellite à Monterrey, au Mexique, pour y promouvoir le volume croissant d'échanges commerciaux entre nos deux pays.

Monterrey, à 800 kilomètres au nord de la ville de Mexico, est au coeur de l'état de Nuevo Leon. En bordure du Texas, cette région industrielle, la deuxième en importance au Mexique, est l'un des plus grands centres de production et d'exportation. Produits industriels et services, transformation des dépôts minéraux, acier, ciment, verre, pétrochimie et transformation de produits alimentaires représentent les principales activités de la région. Le quart de la main d'oeuvre du Nuevo Leon travaille dans le secteur manufacturier.

Les Canadiens sont déjà l'oeuvre dans ce territoire en plein essor. En janvier 1992, plus de 200 exposants canadiens représentant 11 secteurs industriels participaient au salon commercial Canada Expo'92 de Monterrey. L'événement a généré \$70 millions de retombées commerciales escomptées pour les sociétés canadiennes présentes, les secteurs de l'environnement et des services y étant les plus recherchés.

L'intérêt des gens d'affaires envers le Mexique est en hausse: de 1991 à 1992, le nombre d'industriels canadiens ayant pris contact avec notre ambassade de Mexico a plus que doublé pour atteindre le chiffre de 4,500, faisant ainsi de notre ambassade l'un des plus occupés parmi tous nos centres canadiens d'affaires.

L'an dernier, les Canadiens ont participé à 16 foires commerciales et 70 missions d'affaires. Cette année, on prévoit une participation canadienne à 27 salons. AECEC offre un programme de promotion commerciale axé sur des débouchés sectoriels à la fois bien définis et variés: équipement minier, télécommunications, logiciels d'ordinateur, agriculture et produits alimentaires, plastique, travail des métaux et ciselure d'outils, technologies de pointe (y compris des systèmes d'information géographique). Voilà les secteurs qui auront la vedette en 1993.

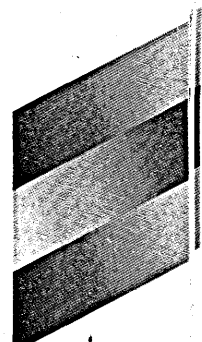
CanadExport vous renseigne régulièrement sur les foires et missions. Pour plus de détails, s'adresser, par fax, à la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, au (613) 944-0497.

Notre agent commercial en poste à Monterrey est M^{me} Patricia Chapa, à l'adresse suivante: Canadian Trade Office, Edificio Kalos, Zaragoza 1300 Sur, Monterrey, Despacho 314, Nevo Leon, C.P. 64000. Tél. : (52) 83-44-32-00 ou (52) 83-44-27-53. Fax : (52) 83-44-30-48.

DANS CE NUMÉRO

La filière des maisons de commerce	2
Des foires commerciales : Séoul, Istanbul, Miami,	3-4
Au calendrier	4

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

La filière des maisons de commerce

Les marchés mondiaux à votre porte

Une manifestation a été spécialement organisée pour promouvoir et accroître les débouchés sur les marchés d'exportation pour les manufacturiers et les entreprises de transformation du Canada atlantique. Elle se déroulera les 15 et 16 avril 1993 à Halifax (Nouvelle-Écosse).

Si cette manifestation remporte le succès escompté, elle sera organisée ultérieurement dans d'autres régions partout au Canada.

World Markets'93 permettra aux participants de rencontrer les représentants de plus de 70 importantes maisons de commerce canadiennes et étrangères qui font des affaires partout dans le monde.

En outre, les maisons de commerce sont à la recherche de nouveaux fournisseurs pour les débouchés actuels sur les marchés d'exportation.

World Markets'93 consiste notamment en une session de formation à l'intention des fournisseurs, qui dure une demi-journée et porte sur la façon de faire des affaires avec les maisons de commerce. Les questions suivantes seront abordées : ce qu'est une maison de commerce, le fonctionnement de ces maisons, le choix d'une maison de commerce et la façon de traiter avec ces maisons, les contrats internationaux, les méthodes de détermination des prix à l'exportation et de cotation et l'évaluation des demandes provenant d'outre-mer.

Une foire commerciale aura lieu le deuxième jour; les fournisseurs disposeront de kiosques où ils pourront exposer leurs produits et leurs brochures et où ils pourront rencontrer les représentants des maisons de commerce qui pourraient éventuellement devenir des partenaires.

World Markets'93 donnera aux maisons de commerce canadiennes et étrangères l'occasion de se rencontrer et de voir ce que le Canada atlantique a de mieux à offrir. Cette manifestation permettra aussi de dissiper l'idée que le Canada atlantique est uniquement un fournisseur de fruits de mer et de pommes de terre. Les participants auront là une occasion unique de rencontrer de très nombreux fournisseurs qui exportent déjà et qui sont prêts à exporter, notamment dans les secteurs suivants : les produits alimentaires transformés, les produits de haute technicité et d'ingénierie, les matériaux de construction, les produits de consommation, et les produits industriels.

Les représentants des maisons de commerce auront aussi l'occasion de discuter, au cours d'une séance spéciale qui se tiendra en même temps que la séance de formation destinée aux fournisseurs, de questions comme les occasions d'affaires, les ressources humaines et le commerce international.

La prise de contact avec le bon partenaire sera facilitée grâce à un répertoire détaillé des participants (où figureront

les produits et les secteurs d'exportation), des kiosques où seront présentés les produits et les brochures, à un tableau d'affichage sur les débouchés offerts par les marchés d'exportation, à une boîte aux lettres pour les maisons de commerce, et aux services des représentants du Commerce des provinces.

Les maisons de commerce comptent pour plus de 60 % des exportations canadiennes destinées à d'autres pays que les États-Unis.

Si vous êtes un manufacturier, une entreprise de transformation ou un fournisseur du Canada atlantique et que vous désirez élargir vos marchés d'exportation ou explorer cette option, vous vous devez de participer à cette manifestation.

Il ne tient qu'à vous que vos produits, vos brochures et vos échantillons fassent le tour du monde à un coût infime et sans grand effort de votre part.

Si vous êtes une maison de commerce canadienne ou étrangère à la recherche de nouveaux fournisseurs prêts à exporter qui remplissent les conditions requises, vous ne pouvez rater une telle occasion.

World Markets'93 est parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et le World Trade Centre Institute à Halifax.

Les coparrains comprennent les quatre ministères provinciaux responsables du commerce, Industrie, Sciences et Technologie Canada, la Société du port de Halifax, la Chambre de commerce de St. John et l'Association des exportateurs canadiens.

Les fournisseurs du Canada atlantique sont invités à se mettre en rapport avec M. Hugo Ban, au 1-800-463-2791. Fax : (902) 420-8308.

Les maisons de commerce canadiennes et étrangères doivent communiquer avec M. Ban ou M. Mike Reshitnyk, AECEC, Ottawa. Tél. : (613) 996-1862. Fax : (613) 943-1100.

CANADÉXPOR

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADÉXPOR est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : **CANADÉXPOR** (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Recrutement de participants à d'importantes expositions commerciales en Corée

Au cours du premier trimestre de 1993, la Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA) présentera trois importantes foires/expositions commerciales de grand intérêt pour les entreprises canadiennes.

Les événements, pour lesquels on recherche des participants, auront lieu au Korea Exhibition Centre de Séoul. Il s'agit de :

- **L'Exposition internationale de la technologie alimentaire de Séoul (Seoul Food 93)** qui est présentée du 9 au 13 avril 1993. La *Seoul Food*, qui célèbre son dixième anniversaire, est l'occasion par excellence pour les producteurs canadiens de produits alimentaires et d'équipement d'avoir accès au marché coréen. L'an dernier, cette exposition internationale a attiré 246 exposants (121 du pays et 125 de l'étranger) et plus de 38 000 visiteurs commerciaux. La *Seoul Food 93* présentera des aliments, des boissons, des additifs, de l'équipement de transformation, des matériaux d'emballage et de l'équipement destiné aux restaurants et aux hôtels.

- **L'Exposition internationale de l'emballage de Séoul (Seoul Pack 93)** — du 9 au 13 avril 1993. Cette exposition internationale présente des matériaux d'emballage, des machines à emballer, des appareils de transformation et des machines de distribution physique.

La demande de produits étrangers de qualité dans le domaine de l'emballage est forte, notamment en raison du fait que la Corée se libéralise de plus en plus et qu'elle connaît une croissance économique forte et soutenue.

Une participation à la *Seoul Pack 93* exposera les sociétés canadiennes à ce marché en pleine croissance, en plus de leur permettre de rencontrer personnellement d'éventuels clients.

- **L'Exposition internationale de pièces et d'équipement électroniques**

(KEPES 93) — du 29 avril au 3 mai 1993 — Il s'agit de l'une des plus importantes et plus grandes expositions spécialisées de Corée où l'on présente une gamme complète de pièces et de composantes électroniques et d'équipement connexe, servant principalement à l'automatisation d'usines et à des essais.

La *KEPES*, dont ce sera la huitième édition, est visitée par les principaux fabricants coréens du domaine, ce qui permet aux sociétés canadiennes de faire

leur entrée dans un marché lucratif en plein expansion, qui a un grand besoin de nouvelles sources de pièces très spécialisées.

Les personnes intéressées peuvent communiquer soit avec le Korea Trade Centre, pièce 600, 65, Queen Street West, Toronto, M5H 2M5. Tél. : (416) 368-3399. Fax : (416) 368-2893, ou avec le Korea Trade Centre, pièce 1710, 505 Burrard Street, Vancouver, V7X 1M6. Tél. : (604) 683-1820. Fax : (604) 687-6249.

Exposition en Turquie : la sécurité, la prévention des incendies

Istanbul — Les entreprises qui oeuvrent dans le domaine de la sécurité et de la prévention des incendies sont invitées à participer, soit sur place, ou par l'entremise de catalogues, de dépliants et de documents sur leurs produits, à une foire commerciale qui aura lieu du 22 au 25 avril 1993.

Le matériel à présenter à l'exposition **Security and Safety Turkey 93** doit parvenir à l'ambassade du Canada à Ankara au plus tard le 5 avril.

Le kiosque d'information, auquel travaillera le personnel de l'ambassade du Canada, pourra présenter et distribuer du matériel publicitaire pour des entreprises qui fabriquent des systèmes de sécurité commerciaux et résidentiels (alarmes, portes de sécurité, systèmes de surveillance en circuit fermé), équipement de prévention des incendies et de lutte contre les incendies et équipement de protection individuelle.

Le marché de l'équipement de sécurité connaît une forte croissance en Turquie et les entreprises de construction turques qui utilisent ces arti-

cles sont très actives au Moyen-Orient et dans la Communauté des États indépendants — ce qui pourrait ouvrir des portes vers de nouveaux marchés.

Security and Safety Turkey 93 sera, selon ces agents commerciaux, une occasion par excellence de présenter ces produits aux acheteurs, distributeurs et agents autorisés.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la réservation d'espace pour l'exposition, les entreprises peuvent communiquer avec l'ambassade du Canada à Ankara. Tél. : (011-90-4) 436-1275. Fax : (011-90-4) 446-2811/4437.

Les entreprises qui souhaitent envoyer de la documentation pour distribution au kiosque d'information de l'ambassade devraient envoyer jusqu'à 150 copies de leurs dépliants — avant le 5 avril — à : D. MacDonald, Deuxième secrétaire (Affaires commerciales), Direction des affaires commerciales, Ambassade du Canada, Nenehatun Caddesi 75, GOP 06700, Ankara, Turquie.

AU CALENDRIER

Vancouver — 22 au 25 février 1993 - **INTER COMM 93** — Ce congrès-exposition ayant trait aux télécommunications internationales regroupera des décideurs, des spécialistes techniques, des fabricants, des fournisseurs et des utilisateurs de technologies, de produits et de services de télécommunications. Plus de 7 000 participants venant de 56 pays ont confirmé leur présence. Communiquer avec Project Office, **INTER COMM 93**, 500-1190 Melville Street, Vancouver V6E 3W1. Tél. : (604) 669-1090. Fax : (604) 682-5703.

Calgary — Le 1^{er} et 2 mars 1993 — **North American Natural Gas Conference**, organisé par Canadian

Energy Research Institute (CERI) et portant sur l'Amérique du nord. On y traitera entre autres de la perspective de la demande d'essence, de l'impact potentiel du commerce de l'essence, du transport et de la commercialisation. Pour s'inscrire ou pour plus d'information, communiquer avec Bev Kovacs. Tél. : (403) 282-1231. Fax : (403) 289-2344.

Vancouver — (10 au 12 mars); **Toronto** (24 au 26 mars) — **Colloque sur les lettres de crédit et les recouvrements à l'étranger**. Ces colloques de trois jours aideront les exportateurs à surmonter les problèmes liés à ces méthodes de paiement. Les participants — particulièrement le personnel

responsable de la commercialisation des exportations, les stagiaires en gestion des exportations, le personnel exploitant et les douaniers, les agents responsables des achats, le personnel du service à la clientèle et les commis à l'importation/exportation — apprendront comment aider leurs entreprises à recouvrer les sommes dues dans les délais voulus.

Pour obtenir des renseignements concernant les frais, l'inscription et l'emplacement, se mettre en rapport avec Beatriz Amuchastegui ou Norbert Schulte, ITC International Trade Consultants, 225 Maxome Ave., North York, Ontario M2M 3L3. Tél. : (416) 733-8236. Fax : (416) 221-8357.

InterCom'93 met l'accent sur le marché des Amériques

Miami — Des possibilités commerciales uniques s'ouvrent dans le marché de la technologie de l'information des Amériques - une région qui compte 45 pays et une population totale de 725 millions de personnes.

Pour les entreprises canadiennes qui souhaitent profiter de ces marchés, qui dans plusieurs cas font l'objet d'une déréglementation, la première étape pratique serait de participer à **InterCom 93**.

Une participation à cette conférence (et à l'exposition qui se tient parallèlement) pourrait aider les entreprises canadiennes intéressées à élaborer des stratégies de commercialisation profitables, axées sur la compréhension des nouvelles réalités du marché latino-

américain des télécommunications et de l'informatique.

InterCom 93, qui se tiendra à Miami (Floride) du 17 au 19 mars, examinera la nature de ce marché et les incidences des changements qu'il connaît, en plus d'analyser de quelle façon des entreprises audacieuses peuvent profiter de débouchés commerciaux uniques en Amérique latine.

Les études de marché, les réseaux de distribution, les habitudes d'achat, les politiques gouvernementales, les tendances du marché et les débouchés ne sont que quelques uns des aspects qui seront abordés pendant cette importante conférence. (InterCom a été lancée il y a six ans par Intercom Inc. et l'International Data Group (IDG)).

Outre la conférence, **LATCOM**, une filiale d'Intercom, commandite et présente une exposition qui réunira les fabricants mondiaux d'ordinateurs et de systèmes de télécommunication et les acheteurs et les utilisateurs latino-américains. Cette conférence offre en outre un autre avantage : il est établi que Miami est la porte d'accès de l'électronique vers les Amériques — un marché de 45 pays et de 725 millions d'habitants.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les coûts et les modalités de participation à **InterCom 93**, communiquer avec Ross. A. Cowan, RAC Marketing & Associates Inc., 81, Ramsgate, Ottawa, K1C 8M4. Tél. : (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CANADEXPORT

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY

RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE 1^{er} mars 1993

Vol. 11 N°4

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada et la CE : établir des normes

Le Canada et la Commission de la Communauté européenne ont récemment tenu des discussions préliminaires sur la possibilité de négocier une entente de reconnaissance mutuelle de l'évaluation de la conformité des produits.

Le Canada est l'un des premiers pays non membre de la Communauté à amorcer de tels pourparlers avec la Commission, notamment parce que cette question l'intéresse et qu'il est prêt à entreprendre de telles discussions. Par ailleurs, nos systèmes de normalisation bien structurés s'apparentent à ceux de la Communauté européenne (CE).

Une entente de reconnaissance mutuelle permettrait aux fabricants des deux parties de faire évaluer leurs produits dans leur pays en fonction des exigences de l'autre partie. Cette évaluation serait alors reconnue par l'autre partie. Les affaires en seraient facilitées dans de nombreux secteurs industriels auxquels s'appliquent des exigences en matière d'essais et d'homologation.

Les deux parties décideront au printemps s'il y a lieu d'amorcer les négociations sur une entente de reconnaissance mutuelle des évaluations de conformité entre le Canada et la CE et du moment choisi pour les entreprendre. Entre temps, le gouvernement du Canada procède à de vastes consultations auprès des provinces et de l'industrie pour déterminer les avantages et l'intérêt d'une telle entente avec la CE.

Communiquer avec M. L.T. Reissner, Direction de la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél. : (613) 992-8763.

São Paulo

Un marché prometteur pour les exportateurs

On qualifie souvent l'État de São Paulo de moteur de l'économie brésilienne. Cet État offre aussi aux exportateurs canadiens de nombreux débouchés commerciaux. Avec un produit intérieur brut de 158 milliards de dollars US et une population de 31 millions d'habitants à l'intérieur d'une région de 248 000 kilomètres carrés, São Paulo est la première région industrielle d'Amérique latine et le plus important marché de consommation du Brésil.

Au début de 1990, le Brésil a suivi le mouvement international et libéralisé son commerce. Le gouvernement fédéral a adopté des mesures afin d'ouvrir

dans le secteur privé.

Les possibilités de réaliser des coentreprises et de conclure des accords de transfert de technologie sont de plus en plus nombreuses, constituant ainsi un point de départ pour la vente d'une grande diversité de produits

La capitale de l'État porte aussi le nom de São Paulo. Avec ses 15 millions d'habitants, São Paulo est la sixième ville du monde (après Tokyo, Mexico, New York, Shanghai et Beijing) et le principal centre industriel et commercial de l'Amérique latine.

Cette ville est pour le Brésil ce que New York représente pour les États-Unis. Elle fournit des produits industriels et de consommation à l'ensemble du Brésil ainsi qu'à de nombreux marchés d'exportation. Il s'agit d'un marché raffiné où l'on peut acheter de tout, qu'il s'agisse de vêtements haute couture signés Armani ou de chocolats Godiva.

Toutefois, les problèmes environnementaux liés à une croissance excessive, à la surpopulation et à une utilisation intensive des ressources naturelles sont une importante source de préoccupation pour les citoyens et les autorités locales.

Il existe donc d'excellentes possibilités

(Voir page 2 — São Paulo.)

Les quatres vents

Conseil canadien des
normes — pp. 6-7

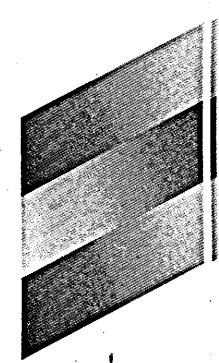
l'économie brésilienne aux importations, les milieux d'affaires de ce pays ayant réalisé que leur survie et leur compétitivité passent par la réduction des coûts et l'adoption de technologies de pointe.

Les entreprises brésiennes s'efforcent d'améliorer leur productivité, de réorganiser les procédés de fabrication et de se préparer à la concurrence internationale sur leur propre marché. Les beaux jours qu'offraient les barrières commerciales comme les tarifs élevés, les marchés réservés et une politique commerciale protectionniste sont choses du passé.

Un très grand marché s'offre donc aux entreprises canadiennes. Bien que le gouvernement du Brésil éprouve des difficultés financières et que le financement international demeure limité, il est possible de trouver d'excellents débouchés commerciaux

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3-4
Regroupement des affectations ...	5
Foires, séminaires	8-9
Débouchés en Malaisie	10
Publications	11
Au calendrier	12



Canada

São Paulo *(Suite de la page 1)*

tés dans les domaines de la protection de l'environnement et des services de dépollution pour lesquels d'importantes sources de financement international ont été débloquées.

Le projet le plus important et le plus ambitieux consiste à nettoyer la rivière Tieté qui traverse São Paulo. On souhaite notamment mettre en place de meilleurs dispositifs de contrôle de la pollution dans les 1 500 entreprises qui polluent cette rivière.

Il existe aussi d'excellents débouchés commerciaux dans d'autres secteurs industriels dont :

- le gaz naturel — Ce secteur est sur le point de connaître une forte expansion. L'équipement servant à la transmission et à la distribution du gaz de même que de matériel de conversion pour les autobus, les camions et les taxis fonctionnant au gaz sont des secteurs prometteurs.
- les télécommunications — Les secteurs de la téléphonie mobile cellulaire, de l'équipement de transmission de données et des fibres optiques sont en voie d'être déréglementés.
- l'agriculture — Le Canada demeure un important fournisseur de bovins et de matériel génétique ainsi que de blé, de lentilles et de graines à canaris. Le secteur de l'orge de brasserie offre aussi des perspectives intéressantes dans ce pays d'amateurs de bière.

São Paulo est la capitale latino-américaine des foires commerciales puisque tous les secteurs, de l'informatique aux

bovins laitiers, y ont leur exposition.

De nombreuses sociétés internationales sont établies à São Paulo. Cela signifie donc que des clients au Canada peuvent aussi être des clients à São Paulo. Neuf des dix principales sociétés industrielles du Brésil ont leur siège social à São Paulo, dont Ford, Volkswagen, General Motors, Unilever, Nestlé, IBM et Mercedes-Benz. De plus, Alcan, Seagram, les Formules d'affaires Moore, McCain Foods et la Banque royale du Canada ont établi le siège de leurs opérations brésiliennes à São Paulo.

Bien que le Brésil soit un très grand pays, de dimension plus ou moins équivalente à celle du Canada, la forte concentration de population et d'industries

à São Paulo en font un marché distinct. Si vous avez un produit ou un service concurrentiel à offrir, São Paulo pourrait devenir votre principale porte d'accès à l'Amérique latine.

Pour toute question de nature commerciale sur le Brésil, veuillez vous adresser à la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Fax : (613) 943-8806.

Les personnes intéressées peuvent communiquer avec le Consulat général du Canada, Avenida Paulista, 854, 01310-913, São Paulo, SP, Brésil. Tél. : (55-11) 287-2122. Fax : (55-11) 251-5057.

Nomination d'un nouveau président à l'AEC

M. Mark Drake, le nouveau président de l'Association des exportateurs canadiens (AEC), qui entre en fonctions le 22 mars 1993, est depuis 10 ans le président-directeur général (P.D.G.) d'Electrovert Limited, à Montréal, une entreprise de fabrication de technologie de pointe.

M. Drake, diplômé plurilingue d'Oxford, arrive à l'association riche d'une trentaine d'années d'expérience en matière d'exportation. Il a travaillé

pendant de longues périodes en Europe, en Inde et en Extrême-Orient, ainsi qu'en Amérique du Nord, soit directement, dans les domaines de la commercialisation ou de la vente d'exportations, soit indirectement, à titre de P.D.G. d'entreprises d'exportation.

Electrovert, qui possède des usines au Canada et aux États-Unis, ainsi que des bureaux satellites en Europe et en Asie-Pacifique, exporte 95 % de sa production dans plus de 70 pays, des résultats qui lui ont récemment valu un prix d'excellence à l'exportation d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

« Porte-parole » du milieu de l'exportation, l'AEC répond aux besoins multiples de ce milieu et s'attache à susciter des conditions propres à faire du Canada une base intéressante à partir de laquelle les entreprises peuvent mener avec succès des activités internationales.

CANADÉXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADÉXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADÉXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

L'Australie est le point de mire de cette section portant sur les occasions d'affaires. Geelong, l'un des plus importants centres de fabrication du pays, est mis en évidence.

Depuis la fin du XIX^e siècle, l'Australie constitue un important marché pour les exportateurs canadiens. La délégation commerciale établie à Sydney en 1894 est l'une des premières missions commerciales du Canada à l'étranger et a contribué au développement du commerce bilatéral qui, en 1991, a dépassé 1,3 milliard de dollars.

L'État de Victoria, coeur de l'industrie manufacturière australienne, offre des débouchés commerciaux importants aux exportateurs canadiens. L'activité industrielle est concentrée dans le corridor formé par la capitale, Melbourne, et Geelong, sur la baie de Port Phillip.

Cet État est le siège de grandes industries, notamment de pièces d'automobiles et de montage de véhicules, machines-outils et travail des métaux, ingénierie et conception industrielles, technologie informatique, vêtements, textiles et chaussures.

L'État de Victoria constitue également un centre agro-industriel important, où se concentre la majorité des industries de transformation alimentaire australiennes et plus de 60 p. 100 du cheptel laitier de l'Australie. Dernièrement, l'industrie vinicole de l'État de Victoria est devenue l'un des principaux exportateurs de la région. Geelong, située à 70 kilomètres à l'est de Melbourne, est l'un des plus importants centres manufacturiers australiens. À l'origine, cette ville, qui compte maintenant 200 000 habitants, était un important exportateur de laine; aujourd'hui, Ford of Australia y a installé des usines ainsi que son centre national de recherche et de conception techniques. D'importants fournisseurs de pièces d'automobiles australiens (Henderson, Pilkington, etc.) se sont établis dans la région, tout comme

d'autres grands fournisseurs de matériaux tels qu'Alcan, Alcoa et BHP Steel.

La récession du début des années 90 a sensibilisé les industries de la région de Geelong au besoin d'étendre leurs marchés à l'échelle internationale. Les entreprises australiennes considèrent le marché nord-américain, et en particulier le marché canadien, comme une importante source de matières premières, de matériel et de technologie nécessaires à l'amélioration de la compétitivité locale.

Le carrefour commercial Canada-Geelong, organisé récemment par le consulat du Canada à Melbourne, a permis d'identifier un certain nombre de nouveaux débouchés commerciaux.

La relation de complémentarité qui existe entre les industries des deux pays est de bon augure pour l'expansion des liens commerciaux bilatéraux. Des coentreprises et des alliances stratégiques entre exportateurs canadiens et australiens pourraient faciliter la pénétration de produits novateurs, offerts à des prix concurrentiels sur ces marchés encore inexploités.

Voici certaines entreprises de Geelong qui ont manifesté leur intérêt pour la consolidation de liens commerciaux et technologiques avec le Canada :

- **Portland Fibreglass Products, C.P.** 318, Portland, Victoria 3305, Australie. Fax : M. Wayne Barrett, 055-23-6105. Cette entreprise cherche des sources canadiennes fabriquant des **plastiques renforcés et des revêtements thermoplastiques** pour en faire la production sous licence en Australie. Elle souhaite également fabriquer des produits chimiques anticorrosifs en Australie, pour exportation en Asie du Sud-Est.
- **Glenros Clothing Pty., 15 West Fyans Street, Newton, Victoria 3220, Australie.** Personne-ressource: M. Glenys Drayton. Cette entreprise est à la recherche d'un fournisseur canadien de **peaux de chamois naturelles** pour

une usine fabriquant une gamme complète de vêtements de plage et de sport (Rip Curl).

- **Oberon Tanning Co., Gravel Pits Road, South Geelong, Victoria 3220, Australie.** Fax : M. Charles Suvoltos, 052-21-1858. Cette entreprise spécialisée dans le tannage de peaux de kangourou souhaite obtenir une **nouvelle technologie canadienne en matière de procédés de tannage de peaux de kangourou et/ou de chevreuil**; elle souhaite également former une **coentreprise de commercialisation pour l'Amérique du Nord et l'Asie du Sud-Est.**

- **Tindala Pty Ltd., 4 Dowsett Street, South Geelong, Victoria 3220, Australie.** Fax : M. Michael Ford, 052-22-3543. Cette entreprise importatrice de bois d'oeuvre et de matériel destiné à l'industrie du bois d'oeuvre approvisionne en matériel une scierie de bois dur ayant un débit de 1 000 m³ par mois en Papouasie (Nouvelle-Guinée). La société Tindala souhaite trouver du **matériel canadien destiné aux scieries**; elle exporte également des **bois durs tropicaux** en Amérique du Nord.

- **Unilink Research and Consultancy, Deakin University, Geelong, Victoria 3217, Australie.** Fax : M. Arpad Phillip, 052-27-2013. Cet organisme commercial et de recherche affilié à l'université souhaite **coopérer avec des entreprises canadiennes de biotechnologie**, en particulier en ce qui a trait aux technologies alimentaires et aux technologies de transformation des aliments et il désire former des **coentreprises** en Australie avec des partenaires canadiens.

- **Gearing Dynamics Pty., Ltd., 48 Douro Street, North Geelong, Victoria 3215, Australie.** Fax : M. Frank Parsons, 052-78-1535. Cette entreprise est à la recherche d'un partenaire canadien pour **fabriquer et commercialiser sous licence ou en coentreprise un dispositif de freinage breveté** (la technologie a été brevetée au Canada) pour véhicules

(Voir page 4 : Geelong.)

Geelong *(Suite de la page 3)*

tout-terrain utiles à l'exploitation minière, forestière ou de loisirs.

• **Paratus Industries Pty., Ltd.**, 26-30 Holmes Street, North Geelong, Victoria 3215, Australie. Fax : M. Gerit de Grotenhuis, 052-78-9177. Important fabricant de garnitures en cuir pour l'industrie de l'automobile, cette entreprise a remporté le prix d'excellence commerciale de la petite entreprise en 1992 pour l'État de Victoria et elle est à la recherche de nouveaux produits et de nouvelles technologies destinés à l'industrie de l'automobile (garnitures et accessoires) dans le but de former des coentreprises ou de fabriquer des produits sous licence en Australie.

• **Idyll Vineyards Pty.**, Ballan Road, Moorabool, Victoria 3221, Australie. Personne-ressource : Mme Nini Sefton. Productrice de vin blanc de qualité supérieure, cette entreprise cherche à assurer sa représentation sur les marchés canadien et nord-américain.

• **Kempe Project Engineering**, 5, George Street, Portland, Victoria 3305, Australie. Fax : M. Alf Jones, 055-23-5105. Cette entreprise est à la recherche d'une source canadienne de matériel de nettoyage de creuset pour les alumineries, dans le but d'en faire la fabrication sous licence ou de former une coentreprise en Australie. Elle souhaite également effectuer de la commercialisation en commun en Asie du Sud-Est.

• **Blahan Industrial Co. Pty., Ltd.**, C.P. 340, Geelong, Victoria 3220, Australie. Fax : M. Brian Hanrahan, 052-48-5440. Cette entreprise est à la recherche de fournisseurs canadiens de produits chimiques destinés à l'industrie textile en vue d'une éventuelle commercialisation en commun sur les marchés de l'Asie du Sud-Est.

• **Industrial Control Technology**, C.P. 165, Newton, Victoria 3220, Australie. Fax : M. Mark Crittenden, 052-21-2799. Cette entreprise fournit des instruments et des procédés de contrôle aux principales raffineries, fonderies, cimenteries et autres industries de la région de

Geelong et elle souhaite assurer la représentation de nouveaux exportateurs dans ce domaine. Elle peut également fabriquer sous licence, ou dans le cadre d'un accord de coentreprise, toute une gamme d'instruments et de procédés de contrôle pour des marchés régionaux et australiens. Le consulat du Canada à Melbourne, dans l'État de Victoria, est chargé du développement commercial pour les États de Tasmanie, d'Australie méridionale, d'Australie occidentale et de Victoria.

Les délégués commerciaux seront heureux de fournir des renseignements supplémentaires et de l'aide concernant les entreprises susmentionnées ou d'autres possibilités de débouchés commerciaux sur leurs territoires.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec le consul et le délégué commercial principal du consulat du Canada, au 1, Collins Street, 6th Floor, Melbourne, Victoria 3000. Tél. : 61-03-654-1433. Fax : 61-03-650-5939.

Appels d'offres de Cuba pour la fourniture de feuilles de métal

Le service des achats du ministère cubain de l'industrie sidérurgique a envoyé une demande de cotation (n° C2-7365) pour des feuilles d'acier destinées à la fabrication d'automobiles. Les caractéristiques techniques sont nombreuses, mais il s'agit d'une commande de feuilles d'acier (laminé à froid et à chaud) et serait de 930 tonnes. Les prix proposés doivent être FAB Montréal. Le paiement se fait au moyen d'un crédit documentaire irrévocable, payable à vue. La

livraison (deux ou trois expéditions) peut être négociée, mais elle doit commencer de 30 à 45 jours après l'émission du crédit documentaire. Les entreprises peuvent envoyer les prix proposés ou demander les caractéristiques techniques des produits à l'ambassade du Canada, La Havane. Fax : (011-53-7) 33-2044. Téléc : (code de destination 28) 51-1586 CAN CU. Le personnel transmettra les documents et assurera le suivi au nom des parties intéressées.

La date limite approche :

Soumissions demandées pour l'Éthiopie

L'Institute of Agricultural Research (IAR) invite les sociétés intéressées à lui fournir certains articles (appel d'offres n° IDA-1521-ET-1-91) à lui présenter une offre sous pli fermé à cet effet; la date limite de remise des soumissions est le 29 mars 1993. Les articles recherchés comprennent du matériel de laboratoire (dont des fournitures et des produits chimiques) et du matériel mobile, du matériel audiovisuel, des micro-ordinateurs, des machines à écrire et des calculatrices

électroniques, des véhicules (voitures familiales, fourgonnettes à double cabine, minibus et camions) ainsi que deux serres. Ces achats sont financés par l'Association internationale de développement (IDA). Un cautionnement de soumission de 2 p. cent est exigé et les documents coûtent environ 13 dollars CAN. Les fournisseurs canadiens intéressés peuvent s'adresser à l'Ambassade du Canada, Addis Abeba. Fax : (011-251-1) 51.28.18. Téléc : 21053 (DOMCAN ET).

Le programme de regroupement de la SEE

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) vient de conclure, avec un certain nombre des plus importants titulaires de lignes de crédit mexicains, un accord portant sur un programme de regroupement des affectations.

Ces lignes de crédit, dont la valeur totale atteint environ 200 millions de dollars américains, forment la pierre angulaire des prêts de la SEE au Mexique.

En vertu du nouveau programme, les versements concernant toutes les affectations d'une même ligne de crédit seront regroupés tous les six mois, et des modalités communes de remboursement s'appliqueront au montant global. Les modalités de remboursement étaient auparavant établies individuellement pour chaque affectation.

Ce programme de regroupement aura notamment pour avantage d'améliorer l'accès aux lignes de crédit, d'accélérer les transactions financières et de permettre aux exportateurs canadiens de financer des transactions de moindre envergure — le montant minimum des contrats admissibles passera de 100 000 dollars US à 50 000 dollars US.

Compte tenu du rendement soutenu de l'économie mexicaine et de la multiplication des liens commerciaux entre le Canada et le Mexique, attribuables en partie à l'Accord de libre-échange nord-américain, on s'attend que le nombre de transactions appuyées aux termes de ces mécanismes continue d'augmenter sensiblement.

La SEE offre de l'aide spécialisée aux exportateurs canadiens pour leur permettre de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux. Elle a des bureaux dans les principales villes canadiennes et elle favorise le commerce extérieur et l'investissement à l'étranger en fournissant des services de gestion des risques, notamment de l'assurance et du financement, aux entreprises canadiennes et à leurs clients dans le monde entier.

Un programme pour établir des alliances stratégiques

Les entreprises de technologie de l'information intéressées à créer des alliances stratégiques auraient peut-être intérêt à participer au programme d'alliances stratégiques lancé récemment à Mississauga (Ontario).

Ce programme proactif comprend des visites et des entrevues qui débouchent sur la création d'un profil de l'entreprise. On exécute ensuite des recherches dans diverses banques de données en direct afin de repérer des partenaires; le profil est ensuite transmis aux divers bureaux de commerce international ainsi qu'aux autres parties intéressées. Le programme offre une aide sur demande aux entreprises des secteurs autres que celui des techniques de l'information.

Les responsables du programme étudient et font la promotion des possibilités d'alliances stratégiques dans tous les domaines fonctionnels, notamment la recherche et le développement, la fabrication, la commercialisation et la

finance. Les alliances peuvent voir le jour sous forme de transferts de technologies, d'accords de licence, de coentreprises, d'investissements ainsi que de fusions et d'acquisitions.

Le programme — conçu par la ville de Mississauga, de concert avec les gouvernements de l'Ontario et du Canada — veut répondre aux besoins de cette ville, où plus de 250 entreprises sont engagées dans ce secteur (qui comprend le matériel et les logiciels informatiques, les télécommunications et l'électronique). Mississauga accueille aussi le siège social canadien d'entreprises mondiales telles que Northern Telecom, Spar Aerospace et Microsoft. Les entreprises intéressées peuvent communiquer avec M. Peter Wolf, agent des alliances stratégiques, Bureau du développement économique, Ville de Mississauga, 300, promenade City Centre, Mississauga (Ontario) L8B 3C1. Tél. : (416) 896-8445. Fax : (416) 896-5931.

Le remboursement des droits de douane

Par manque de connaissances et d'accès aux renseignements, les exportateurs canadiens ne réclament pas le plein montant du remboursement des droits de douane auxquels ils ont droit, signale une entreprise de courtiers en douane.

Certes, le gouvernement rembourse chaque année des droits de douane s'élevant à 800 millions de dollars; pourtant 40 p. cent des remboursements admissibles ne seraient pas réclamés.

Le remboursement des droits de douane est une disposition méconnue de la législation douanière, un stimulant pour les exportations et un moyen de favoriser l'amélioration de la balance commerciale.

Le remboursement vise à stimuler le commerce international en éliminant l'effet des droits d'importation dont sont frappés les produits utilisés dans la fa-

brication d'articles destinés à l'exportation; ces articles deviennent de ce fait plus concurrentiels sur les marchés mondiaux.

C'est la réexportation des produits qui détermine l'admissibilité aux éventuels remboursements de droits de douane. L'article doit tout d'abord être importé et les droits de douane doivent être acquittés. Celui-ci doit ensuite être exporté — sans modifications ou après avoir servi à fabriquer un autre produit d'exportation.

Les exportateurs intéressés devraient songer à communiquer avec leur bureau local des douanes ou avec un conseiller en drawbacks afin d'établir leur admissibilité en fonction des paramètres du programme.

L'informatisation des fonctions permet aux exportateurs d'obtenir des ren-

(Voir page 9 : Remboursement.)

Les QUATRE VENTS

PRÉPARÉ PAR LE CONSEIL CANADIEN DES NORMES

1^{er} mars 1993

Accréditation de la CSA par l'OSHA

Le 24 décembre 1992, l'American Occupational Safety and Health Administration (OSHA) a officiellement reconnu l'Association canadienne de normalisation (CSA) en tant que laboratoire d'essais reconnu à l'échelle nationale (NRTL).

D'après un récent communiqué de la CSA, cette reconnaissance par l'OSHA met la CSA sur le même pied que les autres organismes reconnus comme laboratoires d'essais à l'échelle nationale relativement à son acceptation officielle partout aux États-Unis, et rehausse son statut dans les États et les villes où elle est déjà reconnue.

La reconnaissance de la CSA à l'échelle nationale aux États-Unis et son réseau d'agences affiliées lui permettront d'offrir sur place à ses clients partout en Amérique du Nord et dans le monde entier une gamme complète de services. La CSA pourra ainsi mettre à l'essai et examiner le matériel destiné aux États-Unis pour s'assurer de sa conformité aux normes de sécurité du travail.

«Outre les efforts continus déployés pour l'harmonisation des normes, non seulement cette reconnaissance reflète-t-elle l'esprit de l'Accord de libre-échange nord-américain, mais elle vise à répondre aux besoins des consommateurs des deux côtés de la frontière», de dire John Kean, président de la CSA.

L'annonce de la reconnaissance de la CSA dans le *U.S. Federal Register* fait suite à un débat vif aux États-Unis sur les conclusions préliminaires de l'OSHA du 3 juin 1992, selon lesquelles la CSA répondait aux critères nécessaires pour être approuvée en tant que NRTL. Un certain nombre d'entreprises américaines, représentées par l'American Council of Independent Laboratories, ont protesté contre ces conclusions. Celui-ci a déclaré que l'évaluation positive en vertu de laquelle l'OSHA considérait la CSA comme un éventuel NRTL négligeait la question de la réciprocité.

LES QUATRE VENTS comprend des renseignements opportuns sur les aspects normatifs de la libéralisation du commerce, réalisée au moyen d'accords bilatéraux ou multilatéraux tels que l'Accord de libre-échange nord-américain, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, ainsi que de l'information sur l'initiative du marché européen commun.

L'OSHA a demandé conseil au General Counsel du bureau du Trade Representative des États-Unis. Le représentant au commerce a exprimé l'avis que, étant donné que les États-Unis avaient accepté en vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE) d'accorder un traitement national aux laboratoires canadiens d'essais, l'OSHA devait traiter également les candidats canadiens et américains désirant être reconnus comme NRTL. L'OSHA a affirmé qu'elle trouvait l'opinion du représentant au commerce fort valable et qu'elle était portée à faire sienne cette évaluation.

Le CCN accrédite l'APA

L'American Plywood Association (APA), sise à Tacoma (Washington) est le deuxième organisme des États-Unis à avoir été accrédité par le Conseil canadien des normes en tant qu'organisme de certification.

Le CCN a accrédité l'APA en décembre dans le domaine de la certification des produits du bois manufacturés, dont le contreplaqué de bois de résineux; les panneaux à flocons, les panneaux à fibres et les panneaux de particules; le bois d'oeuvre encollé et lamellé; le bois d'oeuvre composite; le bois de charpente composite; les panneaux de charpente composite; les formes de charpente composite (poutres, entretoises et panneaux à revêtement travaillant).

En octobre, le CCN avait approuvé l'octroi d'une accréditation à l'APA en tant qu'organisme de certification dès qu'elle aurait confirmé au CCN qu'elle possédait une marque de certification enregistrée pouvant être utilisée pour tous les services de certification qui seraient offerts au Canada.

Directive de la CE : sécurité des produits importés

La Commission de la CE vient de publier une proposition de règlement du Conseil, numérotée COM(92)466 FINAL, concernant les vérifications de la conformité des produits importés en provenance de pays tiers. Le but de cette proposition est d'assurer la sécurité des produits en provenance de pays tiers qui entrent dans les États membres ainsi que leur conformité aux règles nationales ou à celles de la Communauté en matière de sécurité des produits.

En vertu du règlement proposé, les autorités douanières seront tenues de suspendre la mise en vente de tout produit ou de tout lot de produits :

- présentant des caractéristiques susceptibles de faire

naître de sérieux doutes au sujet de l'existence d'un risque immédiat pour la santé ou la sécurité dans le cas où ce produit est utilisé dans des conditions normales et prévisibles; ou

• n'étant pas accompagné d'un document ni marqué conformément aux règles nationales de sécurité des produits ou à celles de la Communauté applicables dans l'État membre dans lequel il sera mis en vente.

Il incombe aux autorités nationales autorisées de surveiller le marché et d'adopter des mesures pour interdire l'introduction sur le marché de produits dangereux. Ces autorités devront également ajouter au produit une mention indiquant l'acceptation ou le rejet de ce produit relativement à sa circulation dans le marché. Les États membres doivent informer la Commission du nom de l'autorité nationale chargée de superviser l'acceptation des produits dans leur pays.

Une fois adopté, ce règlement sera obligatoire et devra être transposé dans la législation nationale de tous les États membres de la CE. On peut se procurer des copies de cette proposition auprès du Conseil canadien des normes.

Fin du différend entourant les normes du contreplaqué

L'honorable Michael Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, a annoncé dans un communiqué publié le 22 décembre 1992 la fin du différend entre le Canada et les États-Unis au sujet du contreplaqué.

Le Comité binational des normes de rendement pour le contreplaqué (BNC), créé pour harmoniser les normes des deux pays en matière de revêtements en contreplaqué, a été dissous. Les normes nationales harmonisées sur lesquelles on s'est entendu sont la norme américaine «Performance Standard for Wood-Based Structural-Use Panels» (PS-2-92) et la norme canadienne «Revêtements intermédiaires de construction» (CAN/CSA-O325.0-92). La norme canadienne a été incorporée dans le Code national du bâtiment et la norme américaine dans le «National Evaluation Report NER-108» des quatre organisations américaines du code modèle du bâtiment. Les normes de rendement harmonisées permettront l'acceptation au Canada du contreplaqué dont les noeuds auront jusqu'à trois pouces de diamètre à condition que soient respectées certaines prescriptions de rendement. Cependant, pour beaucoup, ce différend est loin d'être réglé. «En ce qui concerne les producteurs canadiens, le différend n'est toujours pas réglé», a déclaré récemment Peter Metcalfe, responsable du contreplaqué au COFI. Selon lui, ce règlement facilitera l'accès de l'industrie américaine du contreplaqué aux marchés canadiens tandis que les fabricants canadiens continueront à faire face à des restrictions normatives américaines injustes.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec les Services des relations avec les médias, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-1874.

NORMES PRÉLIMINAIRES EUROPÉENNES

En collaboration avec le CEN et le CENELEC, le Conseil canadien des normes élabore actuellement des procédures qui permettront à l'industrie canadienne d'obtenir l'ébauche des normes européennes afin de les examiner, d'apporter sa contribution à ces projets de normes et d'acheter les normes européennes publiées.

BOIS

prEN 942

Bois en menuiserie - Classification de la qualité du bois

Date limite pour commentaires : 1993-05-06

Prix : 15,75 \$

NOTIFICATIONS GATT/TBT

Sont énumérées ci-dessous les notifications reçues dernièrement des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de la normalisation).

JOUETS

TBT 92.394 Hong-Kong

Ordonnance relative à l'innocuité des jouets et des articles pour enfants

Date limite pour commentaires : 1993-02-01

L'information concernant les notifications GATT TBT et sur les ébauches de normes européennes (voir exemple ci-dessus) est incluse dans les bases de données bilingues, disponible 24 heures par jour, aux utilisateurs de normes du Canada et de l'étranger.

Notre base de données sur les notifications GATT TBT et les ébauches de normes européennes comprend de l'information sur les règlements proposés, les normes obligatoires et les systèmes de certification des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux barrières techniques au commerce (Code de la normalisation). Y figure également un résumé des projets de normes publiés par le Comité européen de normalisation (CEN) et le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC), découlant des initiatives liées au marché européen unique. Pour accéder aux bases de données interactives du CCN, il suffit d'avoir un ordinateur personnel, un logiciel de télécommunication et un modem.

Nous offrons aussi un service par lequel nos clients peuvent recevoir par télécopieur les résumés des projets de normes européennes et les notifications GATT TBT récemment ajoutés à notre base de données.

Pour de plus amples renseignements concernant l'accès aux bases de données ainsi qu'à notre service de téléfax, veuillez contacter :

Conseil canadien des normes

Service d'information sur les normes

1200-45 O'Connor

Ottawa (Ontario) CANADA

K1P 6N7

Tél. : (613)238-3222

Fax : (613)995-4564



*Salon de la santé à Cuba :***Une présence directe ou indirecte qui peut en valoir la peine**

La Havane - Du 22 au 28 avril 1993, les fournisseurs canadiens d'équipement et de services médicaux auront l'occasion de faire leurs preuves sur le marché de Cuba, un pays dont les programmes sociaux continuent d'accorder une grande priorité aux soins médicaux et autres activités connexes.

C'est en effet à ces dates que se tiendra le sixième **International Health For All Trade Show**, une manifestation bisannuelle qui attire de nombreux exposants étrangers.

Cuba compte sur cette foire commerciale pour se procurer les produits médicaux, les médicaments et les équipements dont le pays a toujours grand besoin, mais profite aussi de l'occasion pour essayer de mieux se positionner sur le marché international en s'associant à des sociétés étrangères ou en leur proposant la création de coentreprises.

À cet égard, le pays déploie des efforts considérables pour mettre au point des produits commercialisables dans les domaines de la biotechnologie et de la médecine de pointe. L'ouverture de centres de santé destinés à une clientèle internationale, la construction de nouveaux laboratoires et la conception de matériel médical informatisé, de nouveaux médicaments et de nouvelles techniques de soins en sont quelques exemples.

Parmi les produits les plus recherchés lors de la foire commerciale, mentionnons : les flacons et ampoules; les contenants pour médicaments; le matériel de laboratoire en verre; les agents réactifs utilisés pour établir les diagnostics; l'équipement et le matériel qu'utilise l'industrie pharmaceutique; le matériel optique; les bandages et pansements; les produits médicaux et dentaires jetables; les produits chimiques et les cathéters.

La participation à cette manifestation n'est pas en soi une garantie de ventes, mais il est certain que les contacts avec les acheteurs cubains, les échanges per-

sonnels et l'évaluation des possibilités d'affaires seront plus faciles pour la société qui y déléguera un représentant.

Autre aspect intéressant à souligner : en dépit de la conjoncture difficile, MediCuba, la société commerciale d'État chargée des importations pour le secteur médical, négociera probablement des contrats avec paiements au comptant dans les cas de produits ou de matériel dont le secteur de la santé local a un urgent besoin.

Les sociétés intéressées à participer à la foire commerciale **Health For All** doivent s'adresser le plus rapidement possible à l'Ambassade du Canada, Section des affaires commerciales,

Boîte postale 500 (HAVAN), Ottawa, K1N 8T7.

Pour de plus amples renseignements concernant la location d'un stand ou l'expédition du matériel à exposer, prière de communiquer avec l'ambassade. Tél. : (011-53-7) 33-2516/17. Fax : (011-53-7) 33-2044. Télex : (Code de destination 28) 51-1586.

Les sociétés qui ne peuvent être présentes à la foire sont priées de faire parvenir à l'ambassade, dans les plus brefs délais, 20 exemplaires de leur catalogue ou de la documentation présentant leurs produits, que l'ambassade remettra à MediCuba et aux autres exposants.

*Avec les délégués commerciaux***Des séminaires sur les marchés de l'Afrique du Nord et du Moyen-Orient**

Les participants à une série de séminaires pourront y rencontrer des délégués commerciaux qui travaillent en Afrique du Nord et au Moyen-Orient; ceux-ci pourront leur transmettre des renseignements sur ces deux régions du monde vers lesquelles le Canada exporte annuellement des biens et des services dont la valeur dépasse les deux milliards de dollars.

Les séminaires sur le potentiel des marchés de l'Afrique du Nord et du Moyen-Orient se tiendront entre le 5 et le 17 mars 1993. L'on pourra y entendre des délégués commerciaux canadiens parler des marchés de l'Iran, de l'Arabie saoudite, des États du Golfe, du Koweït, du Maroc, de l'Algérie, de la Tunisie, de l'Égypte, de la Syrie, de la Jordanie et d'Israël.

Parmi les possibilités offertes par ces marchés, soulignons les secteurs des télécommunications, de l'agroalimentaire, du pétrole et du gaz, des mines, de l'énergie, des services environnementaux, de l'éducation et de la formation, de la forêt, du trans-

port ainsi que des produits reliés à la sécurité et à la défense.

Les séminaires se tiendront aux lieux et dates suivants, et les personnes-ressources à contacter sont:

- Halifax, le 5 mars, au World Trade Centre; M. Ed Wang/M^{me} Rachel Benjamin. Tél. : (902) 426-6362.
- Montréal, les 8 et 9 mars, au Sheraton Hotel; M. François Archambault. Tél. : (514) 283-4262.
- Toronto, les 10 et 11 mars, au Park Plaza Hotel; M. Ken De Wolfe. Tél. : (416) 973-5019.
- Winnipeg, le 12 mars, à la Winnipeg Chamber of Commerce; M. Ron Laing. Tél. : (204) 983-2594.
- Calgary, les 15 et 16 mars, au Palliser Hotel; M. Doug Caston. Tél. : (403) 292-6642.
- Vancouver, le 17 mars, au Meridien Hotel; M. Del Bacon. Tél. : (604) 666-1437.

Vous pouvez aussi communiquer avec Info Export, à AECEC. Tél. : 1-800-267-8376 (dans la région d'Ottawa, au 944-4000).

Salon brésilien des télécommunications

São Paulo — L'Amérique latine constitue pour le secteur canadien des télécommunications un marché lucratif aux possibilités multiples. Les entreprises désireuses d'exporter leurs produits et services dans cette région en pleine croissance devraient retenir les dates des 18, 19 et 20 mai 1993.

L'important salon des télécommunications Telematica 93, qui se tiendra alors à São Paulo, au Brésil, pourrait être tout indiqué pour lancer une stratégie de positionnement.

Ces trois jours de conférences et d'exposition, où seront réunis utilisateurs, cadres de sociétés de téléphone et techniciens désireux de découvrir les plus récentes innovations, constitueront une occasion en or pour les exportateurs.

Il s'agira du premier événement en son genre à voir le jour grâce à la collaboration de SUCESU-SP (la plus importante association brésilienne d'utilisateurs) et de LATCOM (organisateur des salons de télécommunication et de télématique les plus réussis en Amérique et dans les Antilles).

Avec plus de 15 millions d'habitants, São Paulo est le centre d'affaires du Brésil où est réalisé plus de 55 p. 100 du produit intérieur brut du pays.

Telematica 93 pourrait s'avérer votre premier pas vers la réussite sur les marchés prometteurs des télécommunications et de la télématique au Brésil et en Amérique latine.

Pour de plus amples renseignements sur les frais et les modalités de participation, veuillez communiquer avec M. Ross A. Cowan, RAC Marketing & Associates Inc., 81, rue Ramsgate, Ottawa (Ont.), K1V 8M4. Tél. : (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

Conférence et foire commerciale sur le traitement des eaux, en Australie

Melbourne — Plus de 250 délégués de tous les secteurs de l'industrie du traitement des eaux, tant de l'Australie que des pays étrangers, sont attendus à WATERCOMP'93, qui se tiendra du 30 mars au 1^{er} avril 1993.

Axée principalement sur les techniques informatiques du traitement des eaux, cette conférence suscite de l'intérêt à tous les niveaux de l'industrie privée et à tous les paliers de gouvernement. Elle portera sur l'industrie du traitement des eaux, dont l'approvisionnement; le drainage; la gestion des périmètres d'inondation et des cours d'eau; la salinité; les nappes d'eau souterraines et la reprise des eaux usées, leur traitement et leur évacuation; le captage et la gestion de l'environnement.

Cette conférence s'assortira d'une importante foire commerciale qui permettra aux délégués de rencontrer des représentants commerciaux.

Pour de plus amples renseignements sur cette conférence, on peut s'adresser à *The Institution of Engineers*, Australie, WATERCOMP'93 en demandant le responsable de la conférence. Fax : (06) 273-2918. Il est possible d'obtenir des renseignements sur la foire commerciale auprès de M. Jones, ACADS, Australie. Fax : (03) 885-5974.

On peut aussi s'adresser à M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Fax : (613) 996-4309.

Exposition sur la défense en Turquie

Turquie — Des compagnies canadiennes vouées à la défense et à l'aviation auront la chance de participer à une importante exposition internationale qui aura lieu en Turquie en septembre 1993.

Le premier salon international de la défense et de l'aviation sera organisé et coordonné par la firme d'experts-conseils Rhéal Leroux et Associés établie à Ottawa. Le recrutement des compagnies participantes se déroulera avec la collaboration du ministère des Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

La délégation canadienne sera

composée de chefs de fil dans le domaine de la technologie fournissant des systèmes militaires et des produits de défense.

Les compagnies canadiennes participantes auront l'occasion de gagner du terrain à travers le monde dans le domaine et d'accroître leur chance de percer le marché international. Les portes seront grandes ouvertes à de nouvelles transactions commerciales.

Communiquer avec M^{me} Anne Patry, Agente de projets, Rhéal Leroux et Associés, 37-1010, rue Polytek, Ottawa (Ontario). Tél. : (613) 741-9397. Fax : (613) 741-9906.

Remboursements (Suite de la page 5)

seignements dont ils ont besoin à partir des deux sources, afin qu'ils puissent calculer automatiquement le remboursement et produire leur demande. En prime, les exportateurs pourront produire automatiquement des documents d'importation et d'exportation conformes aux exigences des douanes.

Pour de plus amples renseignements sur cette question, communiquer avec M^{me} Maria Sheppard, vice-présidente, Management Systems Resources (MSR Inc.), 171, Eastern Avenue, Toronto (Ontario) M5A 1H8. Tél. : (416) 363-8000. Fax : (416) 363-0280.

Possibilités d'exportation intéressantes en Malaisie

La Malaisie offre d'intéressantes possibilités d'exportation pour les entreprises canadiennes. Ce pays connaît l'une des plus fortes croissances des six pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE).

En 1992, la croissance du produit intérieur brut réel de la Malaisie devait, selon les prévisions, atteindre 8,5 p. 100, marquant ainsi la septième année consécutive de forte croissance économique. Le secteur manufacturier demeure la locomotive de cette croissance avec une augmentation prévue de 13 p. 100.

En raison de cette impressionnante progression économique, l'*International Institute for Management Development* de Genève plaçait ce pays au quatrième rang de son index de la compétitivité des pays en développement.

Commerce bilatéral

Cette réalisation démontre bien le dynamisme dont fait preuve la Malaisie qui met l'accent sur la privatisation, une formation accrue et le développement de son infrastructure. Le commerce des produits entre le Canada et la Malaisie a atteint 731,7 millions de dollars en 1991, les exportations canadiennes se chiffrant à 295,7 millions de dollars. Les services (qui ne sont pas inclus dans ces chiffres) occupent une place de plus en plus importante dans les relations économiques bilatérales entre le Canada et la Malaisie.

Secteurs prioritaires

Le Haut Commissariat du Canada à Kuala Lumpur a relevé huit secteurs prioritaires pour les exportateurs canadiens.

Il s'agit de l'équipement et des services environnementaux, des produits et des services pétroliers et gaziers, des systèmes et des services de transport, des produits et des services agricoles et alimentaires, de la technologie de l'information et des produits électroniques, de l'équipement et des services d'alimentation électrique, des produits des secteurs de l'éducation, de la médecine

et de la santé ainsi que de l'industrie de la construction.

Foires et missions commerciales

Le Haut Commissariat, en collaboration avec d'autres organisations dont Diversification de l'économie de l'Ouest du Canada, Industrie, Sciences et Technologie Canada ainsi que les ministères et les organismes provinciaux reliés au commerce prévoient tenir un certain nombre de foires et de missions commerciales pour permettre aux entreprises canadiennes d'évaluer le marché malaisien dans ces secteurs.

Les entreprises qui ont ciblé la Malaisie comme un marché possible peuvent être admissibles à recevoir de l'aide du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du gouvernement fédéral ou

de programmes provinciaux similaires.

Contacts

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les possibilités d'exportation en Malaisie, veuillez vous adresser au Haut Commissariat du Canada, 7^e étage MBP Plaza, Jalan Ampang 50450, Kuala Lumpur, Malaisie. Tél. : (03) 261-2000. Fax : (13) 261-1270. Pour obtenir des renseignements de nature générale sur la Malaisie, ou des exemplaires d'études de marché réalisées sur certains secteurs, communiquer avec M. Ted Weinstein, de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Fax : (613) 996-4309. Tél. : (613) 952-3904.

CONTRATS DÉCROCHÉS

CAE Électronique Ltée, de Ville-Saint-Laurent (Québec), a vendu à Air India un simulateur de vol de boeing 747-400, grâce à un appui financier d'au plus 8,67 millions de dollars américains de la Société pour l'expansion des exportations (EDC).

Mactronic Ltd., de Red Deer (Alberta), grâce à un financement de 115 511 dollars US de la SEE, a vendu un circuit d'allumage automatique à contrôle électronique à la société pétrolière d'État du Mexique, Pemex. Le Mexique constitue un marché de premier plan pour l'exportation d'une vaste gamme de biens et de services.

Générale électrique du Canada Inc., de Mississauga (Ontario), a obtenu un contrat pour la vente de moteurs électriques à courant continu à la République turque, grâce à un appui financier de 7,9 millions de dollars américains consenti par la SEE. La Générale électrique du Canada Inc. est un chef de file reconnu dans la fabrication de produits électri-

ques de consommation courante et d'usage commercial.

SNC-LAVALIN, de Montréal, en collaboration avec EMS (Engineering Management Services), de Johannesburg, a signé un contrat avec la société sud-africaine Alusaf Limited pour construire une nouvelle usine d'aluminium d'une capacité de 466 000 tonnes par année, à Richards Bay, en Afrique du Sud. Le projet est évalué à 3 milliards de dollars.

La même compagnie dont le travail sera exécuté par SNC Partec, une filiale de SNC-LAVALIN située à Calgary, a signé un contrat évalué à environ 70 millions de dollars CAN, avec la China National Import and Export Corporation pour une usine de styrène au nord-est de la Chine. SNC termine actuellement un contrat de 18 millions de dollars CAN pour l'ingénierie et l'approvisionnement d'une usine de production d'oxyde de propylène, de propylène glycol et de polypropylène glycol à Jiujiang.

PUBLICATIONS

Les architectes, les ingénieurs-conseils et les ingénieurs en environnement trouveront la nouvelle étude *Opportunities in U.S.: Federal Contracts* particulièrement utile s'ils veulent obtenir des contrats du gouvernement américain pour la **conception et la rénovation d'immeubles ainsi que la remise en état de sites environnementaux**. L'étude donne la taille du marché et les projets à venir, explique comment trouver des contrats, indique les procédures à suivre concernant l'adjudication des marchés, propose des façons de profiter des occasions d'affaires et donne la liste des principales personnes-ressources et des publications qui fourniront aux intéressés des renseignements complémentaires. Demander des copies par **télécopieur** à Judy Bradt, agent de commerce, Ambassade du Canada, Washington, D. C. (202) 682-7619 ou à Doreen Conrad, agent de commercialisation, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa, (613) 990-9119.

Les sociétés peuvent faire inscrire leur nom dans des catalogues à paraître

Les sociétés désireuses d'en savoir davantage au sujet d'une inscription dans l'un des deux (ou dans les deux) catalogues qui paraîtront prochainement sont priées de communiquer le plus rapidement possible avec les éditeurs dont les noms apparaissent ci-dessous.

L'un de ces catalogues, publié par Forêts Canada et intitulé *Pulp and Paper Equipment and Services for World Markets*, paraîtra en anglais et en espagnol (afin de tenir compte de l'Accord de libre-échange nord-américain) et son tirage atteindra les 10 000 exemplaires. Le catalogue fera partie des *Publications Canexport*, ce qui portera le tirage à 70 000 exemplaires qui seront diffusés partout dans le monde, en trois langues différentes.

La deuxième publication, *Québec-Mexique : D'un commun accord*, est un catalogue des fournisseurs de biens et de services québécois qu'il a été jugé prioritaire d'exporter au Mexique.

Produit en collaboration avec le ministère des Affaires internationales du Québec, ce catalogue sera rédigé en espagnol et en français et sera imprimé à 5 000 exemplaires.

Il fera lui aussi partie des *Publications Canexport*, ce qui portera son tirage à 65 000 exemplaires qui seront distribués partout dans le monde en trois langues différentes.

Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec Les Publications Canexport, 955, boulevard Saint-Jean, bureau 203, Pointe Claire (Québec) H9R 5K3. Tél. : (514) 426-5865. Fax : (514) 426-5864.

Un guide des fournisseurs de poissons et de fruits de mer

Les exportateurs canadiens de poissons et de fruits de mer accueilleront sans doute avec joie le nouveau guide des fournisseurs canadiens, qui paraîtra d'ici la fin du mois. Produit par la Direction de l'agro-alimentaire, des produits de la pêche et des ressources d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, ce guide contient une liste de quelque 500 exportateurs canadiens de poissons, de crustacés et de fruits de mer et d'une vingtaine d'associations du secteur. Grâce à cet ouvrage, les importateurs de poissons et de fruits de mer canadiens pourront communiquer directement avec les fournisseurs. Un index détaillé classe les produits selon l'espèce et selon le type de produit. Le guide sera également disponible sur disquette bilingue (format 3,5 pouces); des descripteurs permettront aux utilisateurs de consulter l'ensemble de la base de données. Il est possible de se procurer des exemplaires gratuits du guide (code 135 TA) ou de la disquette (code 135 TB) à Info Export — prière d'indiquer les numéros de

code. Tél. : appel sans frais 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Fax : (613) 996-9709.

Marché des simulateurs en G.-B.

Les publications suivantes seront utiles aux entreprises souhaitant vendre des simulateurs au ministère de la Défense du Royaume-Uni. La première, intitulée *Ministry of Defence: Use of Simulators in Training*, a récemment été publiée par le Contrôleur et vérificateur général du Royaume-Uni. Elle a trait aux trois armées, mais porte principalement sur la RAF. Le Ministère prévoit dépenser plus de 700 millions de livres sterling pour l'achat de simulateurs au cours des dix prochaines années. Le document traite d'un certain nombre de simulateurs déjà utilisés ou que le Ministère prévoit utiliser et résume les vues exprimées par les manufacturiers de simulateurs du Royaume-Uni. On peut commander cette publication en écrivant à l'adresse suivante (indiquer le code de publication HMSO 247; le prix est de 7,95 livres net) : HMSO Publications Centre, P.O. Box 276, London, SW8 5DT, United Kingdom. Les commandes peuvent être faites par télécopieur : 44-71-873 83200.

L'autre publication s'intitule *The Defence Manufacturers Association (DMA) on Simulation and Training Systems, 15th October 1991*; il s'agit d'une compilation d'exposés faits dans le cadre d'une conférence. On y trouve l'opinion de la DMA sur le ministère de la Défense en tant que client et les évaluations de ce Ministère quant à ses besoins futurs, par arme. La conférence avait été organisée par un sous-groupe de la DMA, le UK Simulation Advisory Group (UKSAG), qui compte environ 50 entreprises. On peut obtenir le compte rendu de la conférence, et un **répertoire détaillé des membres du UKSAG** en écrivant à l'adresse suivante : Defence Manufacturers Association, Malborough House, Headley Road, Grayshott,

(Voir page 12 : Publications.)

AU CALENDRIER

Montréal — Du 4 au 6 mars et du 11 au 13 mars 1993 — **Savoir exporter ses compétences** — Du 25 au 27 mars et du 1^{er} au 3 avril 1993 — **L'importance du contexte culturel dans les négociations internationales** — Organisés par le Centre International GP, en collaboration avec le ministère des Affaires internationales du Québec, les deux cours seront tenus à l'Hôtel Howard Johnson Plaza. Pour inscription et information, veuillez communiquer avec Mme Sylvie Brisebois, Centre International GP. Tél. : (514) 848-6100.

Kingston — 12 et 13 mars 1993 — **Dealing with the Dragons**: Symposium examinant la relation entre Hong Kong, la Corée, Singapour, Taïwan (les « tigres »); la Thaïlande, l'Indonésie, la Malaisie (les « petits » tigres) et le Canada. Parrainé par le Centre for Canada-Asia Business Relations (CCABR) de l'université Queen's, la Hong Kong Bank of Canada et la *School of Business* de l'université Queen's. Pour s'inscrire ou obtenir plus de renseignements, communiquer avec Sandy Vermani, CCABR, Kingston. Tél.: (613) 545-6438. Fax : (613) 545-6674.

Toronto — du 13 au 21 mars 1993 — Séminaire en quatre volets destiné expressément aux entreprises importatrices et exportatrices, organisée par la Banque fédérale de développement et Warrington International. Sujets et dates : **Introduction to Import/Export : Getting Started** (13 mars); **International Marketing : Sourcing and Selling Imports/Exports** (14 mars); **Import/Export Financing** :

Sourcing Capital/Arranging Imports/Exports (20 mars); **Customs, Documentation, Transportation and Insurance : Regulations and Services to Importers/Exporters** (21 mars). On peut obtenir des détails auprès de Warrington International de Toronto. Tél.: (416) 366-8490. Fax : (416) 947-1534.

Montréal — le 15 mars 1993; **Vancouver** — le 18 mars 1993 — Les possibilités offertes par l'industrie des

pâtes et papiers du Pakistan, feront l'objet de séminaires dans les deux villes susmentionnées. Ils porteront principalement sur les besoins de matériel de l'industrie et sur la modernisation des installations. Une journée sera réservée à des rencontres individuelles avec des membres du cabinet d'experts-conseils pakistanais chargé d'animer les séminaires. Pour renseignements, veuillez communiquer avec M. Michael Wondergem, AECEC, Ottawa. Tél. : (613) 996-5903. Fax : (613) 996-4309.

Publications *(Suite de la page 11)*

Hinhead, Surrey GU26 6LG, United Kingdom. On peut aussi l'obtenir par télécopieur : 44-428-604567. Le prix de ces deux publications est de 15 livres pour les entreprises qui ne sont pas membres de la DMA.

Panama

La section commerciale de l'Ambassade canadienne à San Jose, au Costa Rica, vient de compléter une étude du potentiel d'affaires que représente le secteur de l'équipement médical et hospitalier de la République de Panama. Ce pays connaît une reprise économique remarquable. La levée des restrictions économiques qui avaient été imposées de 1987 à 1989 a entraîné une croissance de la demande dans plusieurs secteurs, et tout particulièrement dans celui de l'équipement médical et hospitalier. On évalue à 17 millions de dollars US la taille de ce marché, qui a connu une croissance de 28%

en 1990 et de 56% en 1991. On ne connaît pas encore les chiffres de 1992. Panama ne produit pas elle-même ce type de produits, qu'elle importe surtout des États-Unis, de l'Allemagne, du Japon et de Taïwan. Les produits les plus en demande sont les suivants: **équipement chirurgical et équipement orthopédique, de la ouate, des gazes, des pansements, des seringues à jeter et des aiguilles hypodermiques.** Les principaux acheteurs du secteur public sont l'hôpital de la sécurité sociale, avec 45% du marché, le ministère de la Santé, avec 20% et l'hôpital Santo Tomas avec 6.5%. Dans le secteur privé, les acheteurs d'importance sont le Centre médical Paitilla, avec 14%, et l'hôpital San Fernando, avec 7%.

Vous pouvez obtenir cette étude, disponible en anglais seulement et codée 183 LA, auprès d'InfoExport (voir encadré ci-dessous).

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CAI
EA
C16f
#5
1993
p. 2
DOCS

CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
MAR 4 1993
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Vol. 11 N°5

15 mars 1993

Sondage auprès des abonnés

CanadExport n'a pas tenu de sondage auprès de ses lecteurs depuis 2 ans.

La dernière fois, nous avons reçu un grand nombre de réponses et nous avons retenu plusieurs suggestions pour amener *CanadExport* à mieux répondre aux besoins de sa clientèle.

Cette année, le questionnaire/sondage nous aidera encore une fois à mettre à jour notre liste de distribution, à évaluer et à servir nos clients plus efficacement.

Répondre à un sondage peut être déplaisant, mais nous vous invitons néanmoins à répondre à celui-ci, vous remerciant à l'avance pour votre coopération. *CanadExport* pourra ainsi prendre votre opinion en considération et adapter son contenu de façon à mieux répondre à vos attentes.

La Corée a un besoin immédiat de matériel d'emballage et d'étiquetage

Les sociétés canadiennes intéressées pourraient fort bien conclure rapidement des marchés avec la Corée afin d'y exporter du matériel d'emballage et d'étiquetage.

Un rapport en provenance de l'Ambassade du Canada à Séoul indique en effet que la hausse rapide et soutenue des salaires dans ce pays oblige l'industrie coréenne à se mécaniser et à s'automatiser davantage, ce qui provoque une «expansion considérable» du marché des équipements d'emballage et d'étiquetage.

Un grand nombre de fabricants coréens occupent déjà, avec compétence, plusieurs créneaux de ce marché, mais une grande partie des besoins sont encore comblés par les importations. En 1989, année au cours de laquelle l'industrie coréenne a commencé à ressentir sérieusement l'effet des importantes augmentations de salaire consenties, les importations de matériel d'emballage et d'étiquetage ont été évaluées à 118 millions de dollars américains.

En 1991, les importations de la Corée dans ce même secteur atteignaient les 228 millions de dollars américains, soit une augmentation moyenne de 39 % sur deux ans.

Comme le souligne le rapport, le taux d'accroissement des importations dans ce secteur est appelé à décliner sensiblement au cours des années à venir, mais les besoins de la Corée en matière d'équipement d'emballage et d'étiquetage demeureront assez considérables. Autre remarque encourageante : il y a possibilité d'exporter immédiatement en Corée du matériel de tous ordres, mais il existe également des perspectives nouvelles du côté des entreprises en participation, des concessions de licences d'utilisation de technologies et d'autres formes de socié-

(Voir page 6 — Matériel)

Supplément :
Communications Canada
pp. I-IV

Colloques sur les règlements américains en matière d'étiquetage nutritionnel

Une série de colloques sur les règlements définitifs adoptés par les États-Unis sur l'étiquetage nutritionnel pour les aliments emballés et les fruits de mer auront lieu dans des villes du Canada durant la première quinzaine du mois prochain.

Voici les emplacements, les dates (et les personnes-contacts pour obtenir de plus amples renseignements) :

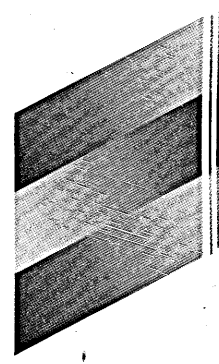
- Toronto : le 5 avril - M. Phil Dick. Tél. : (416) 861-2985. Fax : (416) 861-2999.
- Montréal : le 6 avril - M. Ramon Custeau. Tél. : (514) 499-2176. Fax : (514) 873-1161.
- Halifax : le 7 avril - M. Kirsten Tisdale. Tél. : (902) 426-9957. Fax : (902) 426-2624.
- Vancouver : le 13 avril - M. Frauken Dannmeyer. Tél. : (604) 844-1984.

- Fax : (604) 660-2457.
- Edmonton : le 14 avril - Mme Gaylene Thomson. Tél. : (403) 427-4241. Fax : (403) 422-9746.
- Winnipeg : le 15 avril - M. Dave Lewis. Tél. : (204) 983-5943. Fax : (204) 983-2187.
- Saskatoon : le 16 avril - Mme Lynne Tait. Tél. : (306) 975-5925. Fax : (306) 975-5334.

Organisé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, en collaboration avec d'autres organismes fédéraux et les gouvernements provinciaux, ces colloques d'une demie-journée comprendront des exposés par des représentants de la *Food and Drug Administration* des États-Unis et du département de l'Agriculture des États-Unis.

DANS CE NUMÉRO	
<i>Éducation et compétitivité</i>	2
<i>Débouchés commerciaux en Espagne</i>	3
<i>Foires commerciales de San Juan à Tokyo</i>	4 & 5
<i>Publications</i>	6

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Enseignement supérieur, recherche et formation internationale : la clé de la compétitivité

Plus que jamais, les pays réalisent que, s'ils veulent exceller dans le monde d'aujourd'hui, où la concurrence va croissante, ils devront concevoir des stratégies afin de s'assurer que les secteurs de l'enseignement supérieur, de la recherche, de la formation et du monde des affaires travaillent en collaboration - et ne suivent pas leur propre voie séparément sur le marché international.

Ils se rendent également compte que, pour relever les défis que pose la mondialisation, il faut investir dans l'intangible, soit l'élément humain.

En effet, les intervenants qui se trouvent au premier plan de ces développements se rendent davantage compte que les pays qui disposent des meilleurs systèmes de formation et d'éducation sont ceux qui réussissent le mieux dans le commerce international.

En outre, ces pays vont probablement conserver leur position dominante pendant la transition des pratiques traditionnelles de fabrication-production vers des systèmes de production plus complexes, informatisés, qui intègrent le facteur humain. En d'autres mots, une main-d'oeuvre éduquée est une main-d'oeuvre compétitive.

À titre de ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et de ministre du Commerce extérieur, Michael Wilson a récemment déclaré : « Dans l'environnement moderne des affaires d'aujourd'hui, ce sont en premier lieu les connaissances et les compétences

des personnes qui déterminent pour la plupart la compétitivité de l'économie d'un pays ».

Dans le cadre d'une initiative qui pourrait devenir un schéma directeur pour la réussite dans le monde de l'éducation et des affaires dans les années 1990 et au-delà, un groupe créé récemment - auquel le Canada participe activement - prend des mesures pour s'assurer que l'enseignement supérieur et le monde des affaires établissent des relations de travail plus étroites.

Le Groupe de travail pour la coopération nord-américaine dans l'enseignement supérieur, a été créé lors d'une conférence États-Unis-Canada-Mexique sur l'enseignement supérieur, tenue du 12 au 15 septembre 1992 à Wingspread, dans le Wisconsin. Suite à la conférence, qui a réuni 60 représentants d'établissements d'enseignement supérieur, d'associations professionnelles, du secteur privé et des gouvernements des trois pays, le Groupe de travail a tenu sa première réunion les 28 et 29 janvier 1993 à Ixtapa, au Mexique.

À cette réunion, il a été décidé de se focaliser sur cinq enjeux intimement liés qui appuient directement les initiatives nationales visant à préparer les Canadiens à relever le défi que pose la compétitivité et à leur permettre de réaliser les possibilités de croissance qu'apportent les partenariats stratégiques en Amérique du Nord.

Voici les cinq enjeux : la création de

partenariats stratégiques entre des établissements d'enseignement supérieur et le monde des affaires; la mise en place de réseau et de systèmes d'échange d'information en temps réel; la mobilité des étudiants et des facultés; la création d'institutions et de facultés; et l'amélioration des ressources.

Une série de recommandations pratiques et qui se complètent seront élaborées pour chaque enjeu. Ces ébauches de recommandations seront examinées lors d'une réunion le mois prochain, à Washington.

Par la suite, elles seront traduites en propositions fermes au cours d'une réunion à Québec au mois de juin et, en fin de compte, elles seront examinées lors du Symposium international sur l'enseignement supérieur et les partenariats stratégiques : *le défi de la compétitivité à l'échelle globale dans une perspective nord-américaine*, qui aura lieu à Vancouver du 10 au 13 septembre 1993.

Tout au long de ce processus, on s'attend à ce que le Groupe de travail tienne des consultations élargies. Dès le début, les provinces, par l'entremise du Conseil des ministres de l'Éducation, ont participé au processus et elles appuient les initiatives du Groupe de travail.

Le symposium de Vancouver revêtira une importance capitale car il doit réunir des cadres supérieurs du monde des affaires, des établissements d'enseignement, des associations professionnelles, des fondations privées et des gouvernements, tant aux niveaux des pays que des provinces et des États. Le nombre de participants sera limité à 210 (70 par pays).

Depuis la réunion de Wingspread, des progrès ont également été réalisés dans d'autres secteurs. Une étude sur les établissements d'enseignement supérieur dans les trois pays a été mise en oeuvre; le Rapport de Wingspread et la Déclaration de la conférence ont été publiés dans les trois pays (des exemplaires seront disponibles à Info Export; voir l'encadré

(Voir page 6 : Enseignement)

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Les propositions d'affaires suivantes nous ont été communiquées par le Consulat du Canada à Barcelone, en Espagne. Les entreprises qui désirent donner suite à ces propositions peuvent communiquer directement avec les entreprises. Avant de passer un contrat, les lecteurs doivent tout d'abord vérifier le sérieux des entreprises mentionnées ci-dessous.

• Une entreprise recherche des fabricants de **chemises, pantalons, costumes, accessoires de vêtement et vestes de cuir**. Communiquez avec M. Jaime Gallo, Garachana-Best, Sr. Gonzalez, Ayala, 27, 28001 Madrid. Tél. : 34-1-5760512. Fax : 34-1-5775319.

• Une entreprise de **chaussures** recherche des fabricants de **chaussures et de chaussures de sport pour femmes et hommes**. Communiquez avec Janavi, S.A. D. Javier Bravo, Chinchilla, 4, 28013 Madrid. Tél. : 34-1-5320032. Fax : 34-1-5318089.

• Une entreprise recherche un fournisseur de **produits de quincaillerie, d'outils et d'équipement pour hôpitaux**. Communiquez avec A.G. Herramientas Y Accesorios, S.A., D. Dario Alonso Belda, Embajadores, 97, 28045 Madrid. Tél. : 34-1-4684300. Fax : 34-1-4684258.

• Une entreprise est à la recherche de **tringles, d'attaches et d'accessoires de rideaux, d'ustensiles de cuisine et d'articles de quincaillerie**. Veuillez communiquer avec Sistemas De Cortinajes, S.A., D. Angel L. Martin, Tarrasa, 3, 28026 Madrid. Tél. : 34-1-2691844.

• Une entreprise veut représenter des fabricants d'**équipement, des vannes et des accessoires pour les industries chimique et pétrochimique et des éléments et des composants pour machines à haute fréquence**. Communiquez avec Vorkauf, S.A., D. Francisco

Fernandez, Comandante Franco, 3, 28016 Madrid. Tél. : 34-1-4581712. Télex : 22868. Fax : 34-1-2500431.

• Une entreprise désire représenter des fabricants de **machines pour les industries chimiques, pharmaceutiques et des produits de beauté**. Communiquez avec Tecnomaq, D. Miguel Fernandez, Amado Nervo, 9, 28007 Madrid. Tél. : 34-1-5525710/7255. Fax : 34-1-5519167.

• Une entreprise veut importer des **cheveux humains naturels ou traités**. Communiquez avec Justino Delgado Arranz, D. Justino Delgado, Benito Prieto,

12, 28019 Madrid. Tél. : 34-1-4698782. Télex : 27069 DELGA E. Fax : 34-1-4603253.

• Une entreprise recherche un fournisseur de **commutateurs électriques, de systèmes de lecteur de codes barres et de boîtes de connexion**. Communiquez avec Electronica Y Automatica Olfer, S.A., D. Fernando Garcia, Vicente Gaceo, 19, 28029 Madrid. Tél. : 34-1-7330600. Télex : 48982 OFRE. Fax : 34-1-7331304.

• Une entreprise désire importer 10 **tracteurs de récupération-grues et des treuils**. Les spécifications sont disponibles sur demande. Communiquez avec Eurotrans TIR, S.A., Sr. Juan Munoz Martinez, Caridad, 7, 28007 -Madrid. Tél. : 34-1-5012473/7099. Fax : 34-1-5017087.

• Une entreprise recherche du **matériel et des accessoires de golf**. Communiquez avec D. Santiago Blanchart, Mejico, 11, 28028 Madrid. Tél. : 34-1-3556674. Télex : 22034 (891). Fax : 34-1-3556674.

• Une entreprise recherche un fournisseur de produits dans les secteurs de **l'urologie, de la chirurgie plastique, de l'orthopédie et de la neurochirurgie**.

Communiquez avec Suministros Medicos Sanitarios, S.A., D. Jose Luis Echavarría, Teruel, 11, 28020 Madrid. Tél. : 34-1-5721769. Fax : 34-1-5718326.

• Une entreprise recherche un fournisseur de **housses de couette, de meubles coordonnés, de revêtements muraux, de rideaux et de taies d'oreillers à franges**. Communiquez avec Ramaga Rodriguez Hnos, Director Comercial, Clavel, 2, 28013 Madrid. Tél. : 34-1-5219280. Fax : 34-1-5231863.

• Une entreprise recherche des **gravures et des reproductions canadiennes**.

Communiquez avec Universal Publications,

Espanola, Dna, Berta Robres Pueyo. O'Donnell, 27, 28009 Madrid. Tél. : 34-1-5771357. Fax : 34-1-5780952.

• Une entreprise voudrait avoir l'exclusivité de la distribution en Espagne de **produits hospitaliers et de matières premières pour produits pharmaceutiques** fabriqués par des compagnies étrangères. Communiquez avec Iber Farmaco, S.A. Da. Concepcion Garcia, Potosi, 10-Bajo A, 28016 Madrid. Tél. : 34-1-2597454/7320. Fax : 34-1-2597320.

• Une entreprise désire importer des **pièces de rechange pour automobiles, camions et autocars**. Communiquez avec Export Comerciales Asociados, S.A., D. Jose Ma Ortiz Gervas, Capitan Haya, 56, 28020 Madrid. Tél. : 34-1-5701611. Télex : 48625-EODE. Fax : 34-1-2500431.

• Une entreprise cherche à représenter des fabricants de **logiciels informatiques** à l'intention d'institutions financières, notamment des banques et des compagnies d'assurance et de crédit-bail. Communiquez avec Serbal Informatica Avanzada, S.A., Sr. Buckley, Principe de Vergara, 43, 28001 Madrid. Tél. : 34-1-5751005. Fax : 34-1-5774728.

DÉBOUCHÉS EN ESPAGNE

Importante foire du pétrole et du gaz en Malaisie

Kuala Lumpur — Une foire, qui se tiendra au mois de juillet, offrira une excellente occasion pour les entreprises canadiennes du pétrole, du gaz et du matériel pétrochimique d'entrer en contact direct avec le marché lucratif de la Malaisie et de l'Asie du Sud-Est.

La 5^{ème} **Malaysian Oil, Gas and Petrochemical Engineering Exhibition** aura lieu à Kuala Lumpur, en Malaisie, du 6 au 9 juillet 1993. La dernière foire biennale a eu lieu en 1991.

Selon les responsables commerciaux, sans aucun doute, les compétences et le matériel canadiens dans le secteur du pétrole, du gaz et de la pétrochimie peuvent se vendre en Malaisie, et ce, pour les raisons suivantes :

- le pays s'est engagé à mener à bien d'importants projets de développement des secteurs du pétrole et du gaz, en amont et en aval;
- le pays est l'un des plus importants acteurs sur la scène du pétrole et du gaz dans la région Asie-Pacifique;
- le pays dispose de ressources naturelles en abondance, lesquelles seront exploitées bien au-delà de la fin du siècle; et
- le pays offrira un marché stable pour les entreprises qui exportent du matériel et de la technologie dans ces secteurs.

En outre, la société d'état chargée du secteur du pétrole en Malaisie, Petronas, a pris de l'expansion et est maintenant une société pétrolière entièrement intégrée. Dans son actuel plan économique et financier de cinq ans, la Malaisie a prévu un budget d'exploration et de développement de 6 milliards de dollars américains, en vue de maintenir la production de pétrole à 630 000 barils par jour.

Les principaux secteurs de dépenses comprennent l'installation, d'ici à 1995, de 46 plate-formes et constructions en mer et le forage de 29 puits d'exploration, d'ici à la fin de l'année.

En collaboration avec 40 compagnies pétrolières, Petronas a approuvé 26 contrats de production conjointe qui déboucheront sur un investissement d'au moins 500 millions de dollars américains pour 94 puits et 106 000 kilomètres linéaires

de nouvelles données sismiques.

Pour ce qui est du gaz naturel et des produits pétrochimiques, la nouvelle raffinerie de Petronas à Malacca nécessitera un investissement de 1,5 milliards de dollars américains. Quatre autres raffineries — qui doivent être construites, agrandies ou rénovées — coûteront plus de 2 milliards de dollars américains.

De plus, Shell construit une installation de synthèse du distillat moyen à Bintulu, au coût de 720 millions de dollars américains; il s'agit du premier projet commercial de synthèse du gaz au monde et la production débutera cette année.

La foire aura lieu au **Purta World Trade Centre** à Kuala Lumpur et étendra sur 8 000 mètres carrés au sol. Le Canada et l'Alberta auront des kiosques d'information à la foire.

Les entreprises qui s'intéressent à la 5^{ème} **Malaysian Oil, Gas and Petrochemical Engineering Exhibition** doivent communiquer avec le représentant canadien de l'organisateur : M. Derek Complin, UNILINK, Toronto. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Les entreprises de l'Alberta qui ne peuvent pas participer à la foire, mais qui veulent que de la documentation sur leurs

produits ou services y soient distribuée, doivent communiquer avec M. Norm Morrison, Alberta Department of Economic Development and Tourism, Edmonton. Tél. : (403) 427-4809. Fax : (403) 422-9127.

Les autres entreprises qui fabriquent du matériel d'aval ou d'autres produits en rapport avec la mise en valeur ou la distribution du pétrole et du gaz doivent envoyer plusieurs centaines de leurs brochures ou documents à M. Ted Weinstein, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 Promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Tous les documents doivent être expédiés à Edmonton ou Ottawa **au plus tard le 15 mai** pour qu'ils puissent être réexpédiés en Malaisie.

Pour de plus amples renseignements sur le secteur du pétrole et du gaz ou d'autres secteurs de produits ou services en Malaisie, communiquez avec M. David Mulroney, Conseiller commercial, Canadian High Commission, Box 10990, 50732 Kuala Lumpur, Malaysia. Tél. : (011-60-3) 261-2000. Fax : (011-60-3) 261-3428/261-1270.

La Carribean Food and Equipment Show

San Juan — Le Consulat général du Canada à Atlanta, en Géorgie, suggère aux entreprises canadiennes d'envisager la possibilité de participer à cette foire — par leurs propres moyens, car le gouvernement du Canada n'y sera pas représenté officiellement — à Porto Rico, laquelle pourrait leur ouvrir les portes d'un «marché très lucratif.»

En effet, la **Food and Equipment Show of the Carribean** se tiendra du 24 au 26 avril 1993.

Le Consulat fait remarquer que, ces dernières années, le Canada a exporté pour plus de 400 millions de dollars canadiens de biens et services directement à Porto Rico, qui a une population de 3,2 millions d'habitants. En

outre, il fait remarquer que la participation à cette foire pourrait aussi ouvrir les portes de marchés bien plus importants dans les Antilles. Les entreprises désireuses d'obtenir de plus amples renseignements peuvent communiquer avec M. Rafael A. Munoz, Délégué commercial, Consulat général du Canada, Suite 400, South Tower, One CNN Center, Atlanta, Georgia 30303. Tél. : (404) 577-6810, poste 222. Fax : (404) 524-5046.

Les organisateurs : M. Henry Garrett-Diaz ou Francisco Ramos, à la Marketing Management Services Corp., P.O. Box 5171, P.D.T. Station, San Juan, Puerto Rico 00906. Tél. : (809) 763-2666. Fax : (809) 763-0915.

Avantages fiscaux disponibles

Salon cubain de l'industrie touristique

La Havane — À la condition de s'inscrire immédiatement, les sociétés peuvent tirer parti des possibilités commerciales qu'offre l'essor des industries du tourisme, de l'hôtellerie, de la restauration et de la construction à Cuba.

Il suffit de participer — soit en louant un stand individuel, soit en faisant parvenir des documents publicitaires sur vos produits — à **TECNOTUR '93**, l'une des plus importantes foires commerciales de Cuba, axée principalement sur les différents besoins de l'industrie touristique du pays.

Du 19 au 25 mai 1993, **TECNOTUR '93** offrira aux sociétés une excellente occasion d'établir des contacts directs avec des acheteurs cubains et d'obtenir des renseignements de première main sur les pratiques et les exigences commerciales locales.

Les sociétés qui participeront à cette manifestation pourront y négocier des contrats avec des acheteurs éventuels d'équipement et d'accessoires (neufs ou d'occasion) d'hôtellerie; elles pourront aussi conclure des ventes de produits alimentaires et de biens de consommation dont l'industrie a besoin pour les touristes, les boutiques hors taxes et les boutiques situées dans les hôtels.

Un nombre impressionnant de programmes prévoyant la construction de nouveaux hôtels quatre et cinq étoiles ou leur rénovation sont présentement en cours; il s'agit principalement de coentreprises ou d'accords de collaboration visant à accroître de 50 000 chambres la capacité d'hébergement afin d'être en mesure d'accueillir le million de touristes que Cuba prévoit recevoir d'ici 1995.

Désireux de favoriser le développement de l'industrie touristique tout en bénéficiant du savoir-faire et des capitaux étrangers, le gouvernement cubain a adopté la loi 50 sur les coentreprises, qui offre des avantages fiscaux et autres mesures incitatives aux parties intéressées.

Les organisateurs de cette foire commerciale affirment que les Cubains ont

toujours été intéressés par les articles canadiens de quincaillerie (notamment les meubles d'intérieur et d'extérieur), l'équipement de restaurant et d'établissement, les produits alimentaires (viandes) frais et transformés, les accessoires électriques et les appareils d'éclairage, le matériel nautique, les articles de sport et le matériel récréatif, la verrerie, la vaisselle, les peintures intérieures et extérieures, et le matériel de jardinage — tous des produits qui seront exposés à **TECNOTUR '93**.

La participation à cette manifestation, affirment les organisateurs, peut s'avérer un moyen utile et peu coûteux de faire connaître ses produits sur le marché, surtout pour les exportateurs qui en sont à leur première expérience en ce domaine.

Aux exportateurs bien établis, **TECNOTUR '93** offre la possibilité de renouer des relations et de montrer que

leur intérêt pour ce marché ne se dément pas, une attitude qui ne peut qu'être rentable à court terme.

Les sociétés intéressées à participer à **TECNOTUR '93** qui désirent obtenir plus de renseignements sur les frais connexes à l'événement, ou réserver un stand ou des chambres d'hôtel, peuvent communiquer avec la Section des affaires commerciales, Ambassade du Canada, Boîte postale 500 (HAVAN), Ottawa, K1N 8T7. Tél. : (011-53-7) 33-2516/17. Fax : (011-53-7) 33-2044.

Les entreprises qui ne peuvent être présentes à la foire sont priées de faire parvenir à l'Ambassade, dans les plus brefs délais, 20 exemplaires de leur catalogue ou de la documentation présentant leurs produits, qui pourront être diffusés à la foire commerciale. Voir au paragraphe précédent le nom de la personne-ressource dans ce dossier.

Le programme Windows en vedette: une foire de logiciels informatiques au Japon

Tokyo — On attend plus de 40 000 visiteurs à la **Windows World Expo/Tokyo 93**, qui se tiendra dans la capitale japonaise du 16 au 18 juin 1993.

Windows est le logiciel informatique le plus en vogue au Japon et le Nippon Convention Center, où aura lieu la foire-conférence, mettra un pavillon international à la disposition exclusive des entreprises étrangères. Ce dernier comprendra des stands d'exposition de produits nouveaux et des salles permettant de se réunir avec des partenaires japonais éventuels.

Les ventes de logiciels au Japon ont dépassé 5,5 milliards de dollars en 1991 et, selon les prévisions, atteindront 10,6 milliards d'ici 1995. En outre, le marché de l'ordinateur personnel croît à un taux de 2 millions d'unités par an au Japon, ce qui donne la possibilité aux entreprises étrangères d'accroître

leurs ventes et leur rentabilité.

Il est avantageux d'exposer ses produits au **Windows World Expo** parce que l'événement est une "exposition-vente" — les entreprises qui présentent leurs produits peuvent les vendre soit directement, soit en partenariat avec des revendeurs japonais. Des représentants du Windows Consortium, qui est la plus importante association de réalisateurs, de distributeurs et d'entreprises utilisatrices, aident à organiser la foire et y participeront les trois jours.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec M^{me} Megumi Okamoto, Directrice, International Account, IDG World Expo/Japan, Ichibancho First Building, 3F, 15-1 Ichibancho, Chiyoda-Ku, Tokyo 102, Japon. Tél. : 81-3-5276-3752. Fax : 81-3-5276-3752.

PUBLICATIONS

Une *Market Study for Health Care Products 1992*, préparée par le Consulat général du Canada à Atlanta, en Géorgie, porte sur le marché des produits de soins de santé au Tennessee, en Caroline du Nord, en Caroline du Sud, au Mississippi, en Alabama, en Géorgie et en Floride. En plus de décrire les méthodes d'achat des hôpitaux et des maisons de santé, le rapport fournit des renseignements sur les associations d'hôpitaux de l'État, les associations de maisons de santé de l'État et les coopératives d'achat. On y trouve aussi une liste de personnes avec qui les entreprises canadiennes désirant de plus amples renseignements peuvent communiquer. On peut se procurer des exemplaires, en citant le numéro de code 107, UA, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 8).

Le *NAFTA Competitiveness Manual* est un logiciel de référence en cinq volets qui permet aux entrepreneurs nord-américains de se préparer en vue de profiter de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Le guide présente des prévisions et des renseignements stratégiques concernant l'accord commercial. Il fournit un classement de la compétitivité de 240 industries manufacturières en Amérique du Nord, fondé sur des prévisions d'avantage concurrentiel, de productivité de la main-d'oeuvre, de productivité des capitaux, de coûts intermédiaires et de coûts de main-d'oeuvre en 1993. Ces industries, qui sont séparées en trois groupes de 80 dans chaque pays, sont aussi évaluées au plan de la rentabilité, de la productivité, des salaires annuels, du nombre d'employés, de l'investissement en valeur ajoutée et des expéditions en 1993. Le guide fournit un plan d'action et une liste de contrôle stratégique en 200 points sur l'ALENA, à l'intention des cadres supérieurs, ainsi qu'une liste de plus de 250 importantes relations dans le domaine du développement économique et du commerce en Amérique du Nord. On y trouve aussi un

aperçu de l'ALENA. Le guide se compose d'un classeur à trois anneaux et de disquettes informatiques de 3,5 et 5,25 pouces renfermant les données et les renseignements sur format ASCII. On peut se procurer le *NAFTA Competitiveness Manual* en envoyant

150 dollars américains ou 190 dollars canadiens à Business and International Trade Editorial (BITE), au 405, avenue Harvard ouest, Winnipeg (Manitoba) R2C 1Y8. Les personnes désireuses d'obtenir de plus amples renseignements peuvent téléphoner au 1 (204) 222-9038.

AU CALENDRIER

Montréal - Les 21, 22 et 23 avril 1993 - «L'approche internationale : vendre et acheter sur les marchés étrangers» - Diffusé par le Centre de perfectionnement de l'École des Hautes Etudes Commerciales (HEC), le programme est conçu pour les gestionnaires désirant compren-

dre le contexte des opérations commerciales internationales. Animateur : M. Antoine Panet-Raymond, professeur à l'École des HEC. Pour plus d'information, veuillez communiquer avec Mme Christine Blais. Tél. : (514) 340-6001. Fax : (514) 340-6470.

Matériel d'emballage (Suite de la page 1)

tés de commerce avec des fabricants coréens de ce secteur.

En fait, le secteur compte déjà plus de 100 fabricants coréens; la majorité d'entre eux possèdent de petites ou moyennes entreprises qui produisent un large éventail d'articles.

Pour les sociétés canadiennes, la concurrence viendra principalement des sociétés japonaises (dont bon nombre ont cédé des licences à des sociétés coréennes pour l'utilisation de divers modèles et technologies), ainsi que des pays qui dominent présentement le marché des importations, à savoir les États-Unis,

l'Allemagne, l'Italie et la Suède.

L'ambassade du Canada à Séoul possède des données actualisées sur les fabricants et agents coréens du secteur du matériel d'emballage et d'étiquetage. L'on s'y fera un plaisir de prodiguer aide et conseils aux sociétés canadiennes désireuses d'explorer ce marché.

Pour renseignements, communiquer avec Duane McMullen, deuxième secrétaire et vice-consul, ou avec Y.H. Choi, Ambassade du Canada, Case postale 6299, Séoul 100-662, Corée. Fax : (011-82-2) 755-0686. Télex : (code de destination 801) 27425 (CANADA K27425).

Enseignement supérieur (Suite de la page 2)

au bas de la page 8); l'Administration américaine a reçu 22 projets de coentreprises de la part de près de 68 établissements d'enseignement supérieur des États-Unis, du Canada et du Mexique. La plupart de ces projets portent sur le commerce et le développement durable.

Les entreprises ou les particuliers

désireux de se tenir au courant des progrès du Groupe de travail peuvent obtenir des mises à jour périodiques de Mme Elia Gorayeb, tél. : (613) 996-3649 ou de Mme Lorraine Beslile, tél. : (613) 992-9919, toutes deux d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Fax : (613) 992-5965.

Nous mettons à jour la liste d'abonnés

Si vous désirez continuer à recevoir **CanadExport**, veuillez indiquer votre numéro d'abonnement et remplir le questionnaire et le sondage ci-joints et nous les retourner immédiatement.

Veuillez indiquer clairement, en lettres moulées, tout changement à apporter sur l'étiquette-adresse.

NUMÉRO D'ABONNÉ									
NOM									
ORGANISATION									
DÉPARTEMENT									
ADRESSE									
VILLE					PROV.			CODE POSTAL	
TÉLÉPHONE					TÉLÉCOPIEUR				

1. a) Type d'organisation (un seul choix)

- | | | |
|------------------------|--------------------------|-----|
| Éducation | <input type="checkbox"/> | ED |
| Entreprise | <input type="checkbox"/> | BU |
| Association d'affaires | <input type="checkbox"/> | BA |
| Gouvernement : fédéral | <input type="checkbox"/> | GVF |
| provincial | <input type="checkbox"/> | GVP |
| régional | <input type="checkbox"/> | GVR |
| municipal | <input type="checkbox"/> | GVM |
| Médias | <input type="checkbox"/> | ME |
| Autre | <input type="checkbox"/> | OT |

b) Nombre d'employés à plein temps au Canada

- | | | |
|----------------|--------------------------|----|
| de 1 à 4 | <input type="checkbox"/> | N1 |
| de 5 à 20 | <input type="checkbox"/> | N2 |
| de 21 à 100 | <input type="checkbox"/> | N3 |
| de 101 à 1 000 | <input type="checkbox"/> | N4 |
| 1 001 et plus | <input type="checkbox"/> | N5 |

2. a) Activité principale de l'organisation (un seul choix)

- | | | |
|--|--------------------------|----|
| Agriculture | <input type="checkbox"/> | AG |
| Pêche et produits de la mer | <input type="checkbox"/> | FS |
| Mines, métaux et minéraux | <input type="checkbox"/> | MM |
| Produits de consommation | <input type="checkbox"/> | CP |
| Produits de défense | <input type="checkbox"/> | DE |
| Produits alimentaires | <input type="checkbox"/> | FP |
| Produits forestiers | <input type="checkbox"/> | FT |
| Machinerie industrielle et spécialisée | <input type="checkbox"/> | IM |
| Électronique | <input type="checkbox"/> | EL |
| Équipement de transport | <input type="checkbox"/> | TR |
| Environnement/équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | ET |
| Communications/information/
équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | CT |
| Énergie/produits pétroliers | <input type="checkbox"/> | EP |
| Construction | <input type="checkbox"/> | CO |
| Services de transport | <input type="checkbox"/> | TS |
| Entreposage/commerce de gros et de détail | <input type="checkbox"/> | SW |
| Communications/services d'information | <input type="checkbox"/> | CI |

- | | | |
|-------------------------------|--------------------------|----|
| Services de consultation | <input type="checkbox"/> | CS |
| Accueil/tourisme | <input type="checkbox"/> | HT |
| Services bancaires/financiers | <input type="checkbox"/> | BF |
| Services d'éducation | <input type="checkbox"/> | ES |
| Services de santé | <input type="checkbox"/> | HS |
| Autre (veuillez préciser) | <input type="checkbox"/> | OH |

b) Dans quelle langue désirez-vous recevoir le bulletin *CanadExport*?

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|----|
| en anglais | <input type="checkbox"/> | EN |
| en français | <input type="checkbox"/> | FR |
| dans les deux langues | <input type="checkbox"/> | BI |

3. a) Poste/fonction

- | | | |
|-------------------|--------------------------|----|
| Propriétaire | <input type="checkbox"/> | F1 |
| Directeur | <input type="checkbox"/> | F2 |
| Commercialisation | <input type="checkbox"/> | F3 |
| Autre | <input type="checkbox"/> | F4 |

b) Sexe

- | | | |
|-------|--------------------------|----|
| Femme | <input type="checkbox"/> | FE |
| Homme | <input type="checkbox"/> | MA |

4. a) À l'heure actuelle, vous

- | | | |
|----------------------|--------------------------|----|
| exportez | <input type="checkbox"/> | C1 |
| envisagez d'exporter | <input type="checkbox"/> | C2 |
| n'exportez pas | <input type="checkbox"/> | C3 |

b) Si vous avez coché C1 ou C2 au numéro 4a), veuillez indiquer vers quelles régions

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|----|
| États-Unis | <input type="checkbox"/> | A1 |
| Europe | <input type="checkbox"/> | A2 |
| Asie-Pacifique | <input type="checkbox"/> | A3 |
| Amérique latine/Antilles | <input type="checkbox"/> | A4 |
| Afrique | <input type="checkbox"/> | A5 |
| Moyen-Orient | <input type="checkbox"/> | A6 |
| Toutes ces régions | <input type="checkbox"/> | A7 |

Sondage/questionnaire CanadExport

Votre opinion nous permettra de produire un bulletin *CanadExport* qui vous sera plus utile. Nous vous serions très reconnaissants de répondre à ce court questionnaire et de le retourner à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, dans l'enveloppe-réponse ci-jointe.

Veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre réponse.

1. De quelle façon avez-vous été informé de l'existence du bulletin *CanadExport* (une seule réponse)

- A au bureau/lieu de travail
 B par un autre abonné
 C dans un Centre de commerce international (colocalisé avec Industrie, Sciences et Technologie Canada)
 D à bord d'un vol d'Air Canada
 E sur la recommandation d'un collègue ou d'un ami
 F à l'occasion d'une foire commerciale
 G Info Export
 H Autre (veuillez préciser): _____

2. Les catégories d'articles suivants, publiés régulièrement dans *CanadExport*, vous sont-elles utiles?

Inutiles (1); Quelque peu utiles (2);
 Assez utiles (3); Très utiles (4)

	1	2	3	4
a) Profils des différents services des Affaires extérieures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Profils de secteurs industriels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Profils de pays et de régions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Foires et expositions commerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Activités des institutions financières internationales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Suppléments en collaboration avec d'autres ministères fédéraux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Débouchés commerciaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Calendrier des événements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Publications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Éditoriaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Articles de fond ALENA, ALE, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Quels autres sujets aimeriez-vous voir aborder dans le bulletin *CanadExport*?

Avez-vous de nouveaux noms d'abonnés à suggérer ou à ajouter?

NOM

 ORGANISATION

 DÉPARTEMENT

 ADRESSE

 VILLE PROV. CODE POSTAL

 TÉLÉPHONE TÉLÉCOPIEUR

**Votre collaboration
 est grandement
 appréciée**

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
 Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANAD^EEXPORT

MAR 24 1993

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Vol. 11 N°6

1^{er} avril 1993

Le Viet Nam : un marché plein de promesses

Il n'est pas facile de pénétrer le marché vietnamien, mais ce dernier a ouvert ses portes et, selon le commentaire formulé lors d'une mission commerciale au Viet Nam vers la fin de l'année dernière par le ministre du Commerce extérieur, M. Michael Wilson, cela pourrait se traduire par des «possibilités pour les compétences canadiennes».

La mission commerciale dirigée par M. Wilson se composait de représentants d'entreprises canadiennes oeuvrant dans l'industrie du pétrole et du gaz, les télécommunications, les systèmes de transport, l'énergie, les banques, les services d'ingénierie et le développement des infrastructures, qui sont tous des secteurs offrant des possibilités au Viet Nam.

Considéré désormais comme le dernier tigre asiatique à se réveiller, le Viet Nam introduit des réformes visant à libéraliser le marché et se dote d'une loi sur les investissements étrangers parmi les plus libérales de l'Asie.

« Les entreprises canadiennes se sont aussi beaucoup intéressées aux initiatives du Viet Nam visant la réforme de son économie et la promotion du développement, a déclaré M. Wilson. Notre priorité consiste à stimuler et à encourager cet intérêt. »

C'est pourquoi les initiés, tout en

prêchant la prudence, conseillent aux entreprises canadiennes tournées vers l'avenir de planifier des voyages d'affaires au Viet Nam afin de se positionner en vue des importants changements qui sont prévus dans ce pays au cours des quelques années à venir.

Parmi ces changements, il y a la possibilité précise — peut-être dès cette année — que les États-Unis lèvent leur embargo commercial contre le Viet Nam. Grâce à une telle mesure, le pays pourrait accéder au financement des institutions financières internationales, ce qui lui permettrait d'entreprendre des projets de dévelop-

(Voir page 2 : Le Vietnam)

Les quatres vents:

Conseil canadien des normes — pp. 6-7

Matériel de laiterie pour l'Arabie saoudite

Une des principales fermes laitières de l'Arabie saoudite fait un appel d'offres (date de clôture : 6 juin 1993).

L'offre de la National Agricultural Development Co. (NADEC) comprend la fourniture (CIF) d'installations, des services de mise en service et de formation, de pièces de rechange et une garantie d'un an pour tout le traitement, l'emballage et tous les services.

La production inclut : le lait, le laban, le yaourt, le fromage à tartiner, le fromage feta, le beurre en crème, le lait concentré et le fromage en crème.

La capacité nominale est d'environ 150 000 litres de lait par poste de huit heures. Aucun des travaux civils n'est

Sondage auprès des abonnés

CanadExport n'a pas tenu de sondage auprès de ses lecteurs depuis deux ans.

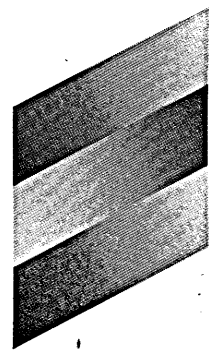
La dernière fois, nous avons reçu un grand nombre de réponses et nous avons retenu plusieurs suggestions pour amener *CanadExport* à mieux répondre aux besoins de sa clientèle.

Cette année, le questionnaire/sondage nous aidera encore une fois à mettre à jour notre liste de distribution, à évaluer et à servir nos clients plus efficacement.

Répondre à un sondage peut être déplaisant, mais nous vous invitons néanmoins à répondre à celui-ci, vous remerciant à l'avance pour votre coopération. *CanadExport* pourra ainsi prendre votre opinion en considération et adapter son contenu de façon à mieux répondre à vos attentes.

(Ce nouveau sondage se trouve dans trois numéros consécutifs, le premier étant dans l'édition du 15 mars 1993, Vol. 11, No. 5, 1993).

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Centre d'aide aux exportateurs ...	4
Foires commerciales d'Aruba à Tokyo	5, 8 & 9
Publications/calendrier	10

Le Viet Nam *(Suite de la première page)*

pement de grande envergure.

En effet, le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) a déclaré que la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement vont probablement consacrer entre 4 et 5 milliards \$ US au développement des infrastructures du Viet Nam, au cours des quatre premières années suivant la levée de l'embargo américain.

Le revenu par habitant, qui se situe aujourd'hui à environ 200 dollars américains, et un salaire minimum moyen de 30 dollars américains par mois constituent un autre signe du potentiel de croissance du pays.

Après son voyage, M. Wilson a dit : « L'économie du Viet Nam s'est bien comportée malgré le démantèlement de l'empire soviétique, qui en avait le monopole jusqu'en 1990.

La production industrielle a augmenté de 5,3 pour cent en termes réels en 1991, et les échanges commerciaux, qui se faisaient principalement avec le COMECON, ont aujourd'hui lieu avec Singapour, Hong Kong, la Corée du Sud, le Japon, Taïwan et la France.

Les importations en provenance du Canada ne se sont montées qu'à 15 millions \$ en 1991, mais je prévois qu'elles vont augmenter de façon importante au cours des années à venir. »

En 1992, la croissance économique du Viet Nam a été de plus de 5% et celle du développement industriel, de 16%. L'inflation, qui était de 700%, a été ramenée à moins de 20% et le Viet Nam, contre toute attente, a enregistré

un excédent commercial d'environ 70 millions de dollars américains.

Certaines de ces possibilités ont été définies. Les voici :

- Les secteurs du pétrole et du gaz, pour lesquels le Viet Nam est considéré comme le dernier endroit au monde où l'exploration pétrolière est encore possible. Plusieurs entreprises canadiennes, comme Petro-Canada, SNC-Liquigaz et d'autres encore, ont pris les devants au Viet Nam.

- La plus importante source d'énergie du pays, l'industrie du charbon, a besoin d'aide pour pallier à un manque d'équipement, une pénurie de camions, une infrastructure de transports et de communications insuffisante et une technologie dépassée.

- Le secteur hydro-électrique, auquel on a accordé une haute priorité au Viet Nam. Certains grands projets comprendront l'achèvement des lignes de transport reliant les villes au réseau électrique, la construction et la remise en état des centrales hydro-électriques et la remise en service des actuelles génératrices et usines diesel.

- La mise en valeur (les compétences canadiennes en mine peuvent être mises à contribution ici) d'importants gisements de plusieurs minerais inexploités, notamment les gisements alluvionnaires de minerai d'étain et de tungstène, l'or, les sables minéraux, les terres rares, le plomb, le zinc, le chrome, le nickel, le cuivre et la bauxite.

- Les télécommunications. Les entreprises canadiennes doivent tenir compte

du fait que le réseau téléphonique vietnamien sera réorganisé afin d'offrir un service de base, des réseaux numériques intégrés automatiques dans toutes les villes, un service de téléphone mobile automatique et commuté dans les grandes villes, un service interurbain à composition au cadran pour les abonnés à l'échelle nationale, un meilleur service automatique international et de meilleurs systèmes de télécopie et de réseau informatique. Un réseau de radiodiffusion, de télévision, de transmetteurs et de lignes de transport est aussi prévu.

On prévoit que l'industrie légère axée sur l'exportation prospérera au Viet Nam parce que la forte productivité et les bas salaires rendront ce secteur très concurrentiel en Asie.

Les secteurs à croissance comprennent les produits chimiques et pharmaceutiques, les matières plastiques, le caoutchouc, les produits électriques et électroniques, les textiles et la transformation des aliments comme la farine de blé, la nourriture pour animaux, les boissons, les conserves, les crevettes congelées et les produits laitiers.

Il faudra construire, agrandir et moderniser les aéroports, les ports, les ponts, les réseaux routiers et les installations de fourniture d'eau.

Pour de plus amples renseignements sur le commerce entre le Canada et le Viet Nam, communiquez avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est, PNC, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Fax : (613) 996-4309.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Numéros à noter

Les numéros de téléphone suivants du Haut-Commissariat du Canada à Lagos, au Nigeria sont en vigueur maintenant : (011-234-1) 269-2916/269-2918. Le numéro de fax est : (011-234-1) 269-2919.

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

ALLEMAGNE — Une entreprise cherche un partenaire susceptible de transférer de la technologie en vue de concevoir et de fabriquer des instruments et des appareils chirurgicaux à haute fréquence. Ces produits seront fabriqués sous licence et distribués en Allemagne. Joindre Berchtold GmbH & Co.,

Medizin/
Elektronik,
PD Dr. Ing.
Habil.,

Wolfgang Muller, Ludwigstalerstr. 25, D-7200 Tuttlingen. Tél. : 07461 - 181 214. Fax : 07461 - 181 200.

AUSTRALIE — Un importateur et distributeur local d'instruments scientifiques (spécialisés dans le contrôle environnemental — infrarouge) et d'équipement d'analyse de la qualité des aliments est à la recherche de sources canadiennes d'approvisionnement pour le marché australien. L'entreprise représente actuellement des produits provenant des États-Unis, du Royaume-Uni et de la Scandinavie. Communiquez avec M. Gerry McCuish, gestionnaire, Linbrook Instruments Pty., P.O. Box 10014, Adelaide, SA 5000. Fax : (08) 289-6860.

AUTRICHE — Une entreprise est à la recherche d'un partenaire pour fabriquer en collaboration des cathéters intestinaux de type « Flatan » au Canada. Elle veut importer et distribuer en Autriche les produits fabriqués par cette coentreprise. Communiquez avec M. Sigbert Stolz, Wasser-Umwelttechnik, Sonnenburgstrasse 17, A-6020 Innsbruck. Tél. : (43-512) 57 7996. Fax : (43-512) 58 0572.

BELIZE — Une entreprise du Belize souhaite entrer en contact avec des fabricants et des exportateurs canadiens de produits laitiers, plus particulièrement

de poudre de lait entier en sacs de 25 kg, de fromage fondu, de graisse végétale, de saindoux et de boissons gazeuses de régime. Communiquez avec M. Rafael Chavez, Universal Import-Export Ltd., P.O. Box 188, n° 53, 4th avenue, Corozal Town, Belize. Tél. : 04-2498. Fax : 04-2799. Télex : 211 BTL Booth.

CHINE (République populaire) — Une entreprise désire entrer en contact avec une société canadienne intéressée

Fax : (011-53-7) 33-2044. Télex : (code de destination 28) 51-1586 CAN CU.

GROENLAND — Le deuxième plus important détaillant en alimentation et en produits non alimentaires est à la recherche d'un agent canadien qui pourrait, de façon permanente, l'approvisionner en vêtements de bas de gamme, pour hommes et pour femmes, fabriqués au Canada. Brugsens, la société en question, désire se procurer des articles tels que des vêtements d'extérieur, des

patelots, des sous-vêtements, des chaus-

settes et des jouets. Communiquez avec M. John Grantham, conseiller commercial, Ambassade du Canada, Kristen Bernikowsgade 1, DK-1105, Copenhague, Danemark. Tél. : (011-45-33) 12-22-99. Fax : (011-45-33) 14-05-85.

IRAN — Une des entreprises sidérurgiques de pointe du pays désire importer une variété de produits en fer et en acier. Parmi les produits demandés, mentionnons le fer-blanc électrolytique, le fil pour béton précontraint, le fil de paille de fer, les récipients sous pression/la tôle à chaudière, les bandes d'acier laminé à chaud et à froid, les barres à finition brillante et les ferro-alliages. Joindre A. Nematbakhsh, Pioneer Trading House, Office 16, Eskan Building, Téhéran 19696 Iran. Tél. : 8089240. Fax : 4880776. Telex : 223200.

NORVÈGE — Une entreprise norvégienne voudrait s'associer à une compagnie canadienne pour desservir le marché européen du fauteuil roulant. Euroseat, European Seating Systems, cherche un partenaire et (ou) un fabricant de systèmes qui peut fournir des fauteuils roulants fabriqués au Canada. Communiquez avec M. Michael Bredal, Managing Director, Wessels Gt., 8, P.O. B 6713, St. Olavs Plass, N-0165 Oslo. Tél. : 47-20 63 65. Fax : 47 36 19 45.

à former une coentreprise ou à obtenir des droits pour la fabrication de produits médicaux. La société intéressée devra investir 25 p. 100 des 2 millions de dollars US requis pour le projet, en plus de fournir les chaînes de fabrication, l'équipement d'essai nécessaire et le soutien technique, y compris la formation. Les produits médicaux recherchés comprennent la céphalosporine (comprimés par voie orale) de deuxième et de troisième génération, des médicaments permettant d'améliorer les problèmes d'encéphalopathie et de mémoire chez les personnes âgées, des médicaments qui protègent les femmes des problèmes de dégénération des os qui surviennent après la ménopause (il doit s'agir de produits biologiques — aucune hormone n'est permise). Communiquez avec M. Yiping Zhao, président de la Hainan Leader Medecines & Health Products Joint Co. Ltd., Suites 205-208, #1 High Building, QuFu Road, Heping District, Tianjin, China. Fax : 86-22-319690.

CUBA — L'institut cubain de recherche en télécommunications cherche des fournisseurs de feuilles d'aluminium demi-dur (un côté protégé). Les spécifications sont les suivantes : (1) 2 mm d'épaisseur : deux tonnes; (2) 1,5 mm d'épaisseur : une tonne; (3) 1 mm d'épaisseur : deux tonnes. Joindre l'ambassade du Canada, La Havane.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

L'industrie canadienne de la fourrure

Le Conseil canadien de la fourrure mène une importante campagne d'exportation lancée par les fabricants de fourrure canadiens — et il semblerait qu'elle donne des résultats!

Malgré les conditions difficiles du marché, les exportations de vêtements de fourrure canadiens ont fait un bond de 15 % en 1991 et ont augmenté de 9 % au cours des six premiers mois en 1992 par rapport à la même période l'année précédente.

La croissance de la demande de produits de fourrure canadiens a été particulièrement forte (+ 27 %) aux États-Unis, qui achètent environ les deux-tiers des exportations de l'industrie, mais

aussi au Royaume-Uni, en France, en Espagne et au Japon (+ 31 %).

Selon M. Jerry Jacob, président du Conseil canadien de la fourrure, « le commerce international de la fourrure évolue rapidement et les entreprises ayant les meilleures capacités d'adaptation réussiront. Nous faisons face à un marché vraiment mondial. »

En réponse, le Comité d'adaptation de l'industrie canadienne de la fourrure (sous les auspices du Conseil canadien de la fourrure et d'Employ et Immigration Canada) favorise une méthode intégrée de restructuration de l'industrie.

Un élément clé de la stratégie consiste à promouvoir les modélistes canadiens

novateurs en vêtements de fourrure, afin de faire la distinction entre les produits canadiens et les importations bas de gamme (en provenance par exemple de la Corée et de Hong Kong) et d'attirer les jeunes consommateurs. Le Comité s'efforce aussi de perfectionner les compétences en finances et en établissement de plan d'entreprise, dans un secteur dominé par des producteurs de taille relativement faible, et de moderniser les techniques marchandes et les canaux de distribution.

En novembre 1992, le Conseil canadien de la fourrure a lancé une campagne de promotion d'un million de dollars pour mettre à l'essai sa stratégie de promotion des modélistes sur le marché canadien. La réaction des consommateurs, du milieu des affaires et des médias de mode canadiens a été excellente. Le Conseil canadien de la fourrure étend actuellement ses activités internationales afin de miser sur la lancée de la reprise des exportations.

Récemment, le Conseil a décidé de gérer directement l'Exposition nord-américaine de mode de la fourrure qui se tient à Montréal tous les ans, au printemps. Cette exposition, qui est la plus importante foire commerciale de fourrures en Amérique du Nord, attire des centaines d'acheteurs et d'exposants des États-Unis, de l'Europe et de l'Asie. Cette année, comme les autres années, la foire aura lieu à la Place Bonaventure, à Montréal, du 5 au 8 mai.

Les documents de promotion des modélistes préparés par le Conseil et un nouveau film vidéo expliquant la contribution de l'industrie à l'environnement sont en cours d'adaptation et de traduction en vue de les utiliser à l'échelle internationale. Des agents seront recrutés afin d'explorer de nouveaux débouchés pour les produits canadiens sur des marchés établis et nouveaux, notamment en Italie, en Espagne, en Allemagne et au Japon. Environ la moitié de la production canadienne de vêtements de fourrure est

(Voir page 5 : Fourrure)

Le Centre des services aux entreprises, pour un meilleur accès à l'information

Le projet pilote lancé récemment au Manitoba, pourrait se révéler une aubaine pour les entreprises exportatrices et prêtes à exporter dans tout le Canada.

Le Centre des services aux entreprises du Canada, projet pilote axé principalement sur les petites et moyennes entreprises, peut être décrit comme un service centralisé de « magasinage » d'information.

C'est un dépôt qui peut diffuser — rapidement et facilement — des renseignements sur les programmes, les services, les activités et les personnes-contacts des gouvernements et des entreprises du secteur privé. En effet, l'information fournie peut être vitale pour augmenter les capacités d'exportation d'une entreprise.

Le concept combine un système de répondre téléphoniquement de conception spéciale à un réseau d'informations commerciales — une banque de données qui fournit aux agents du Centre des renseignements à l'aide d'un clavier d'ordinateur.

Cela veut dire que les entreprises qui cherchent des renseignements sur le commerce et l'exportation peuvent présenter leur demande et recevoir les réponses par téléphone ou par fax, et ce, grâce au système informatique.

Le système comprend aussi FAXBACK, un service offert 24 heures sur 24, qui permet aux clients de recevoir les renseignements demandés en appuyant sur les touches du clavier de leur téléphone.

Une ligne réservée aux événements commerciaux est aussi disponible afin de renseigner les parties intéressées sur les manifestations à venir.

Le Centre est le produit d'une collaboration entre les gouvernements fédéral et provincial, des chambres de commerce, des associations d'affaires et de l'université du Manitoba.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec M^{me} Shannon Coughlin, directrice, Centre des services aux entreprises du Canada, Winnipeg (Manitoba). Tél. : (204) 983-2097.

La Printing Equipment Show recherche des participants

Chicago — Quatre mille pieds carrés d'emplacement d'exposition de premier choix ont été réservés pour les entreprises désireuses de participer au stand national du Canada à la **Graph Expo Printing Equipment Show**, qui se tiendra dans cette ville du 31 octobre au 4 novembre 1993.

Graph Expo est une série de foires du matériel d'impression qui se déroulent tous les ans alternativement à Chicago, Dusseldorf, Birmingham et Tokyo.

La dernière fois que la foire a eu lieu à Chicago, en 1989, elle a cassé tous les records du nombre d'exposants (610) et de celui de visiteurs (49 000 visiteurs enregistrés, plus le personnel des exposants, la presse et autre, soit un total de 70 000 personnes).

À ce moment-là - et les prévisions sont aussi optimistes pour la foire de cette année - **Graph Expo** était la plus importante exposition de produits de communications graphiques dans tout l'hémisphère occidental.

Le stand national, parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada dans le cadre de ses activités de promotion du commerce avec les États-Unis, sera situé au niveau principal de la McCormick Place East, assurant ainsi une forte visibilité et un trafic élevé.

Le niveau principal est réservé aux entreprises exposant des machines et des systèmes d'impression, des fournitures et des accessoires, du matériel et

des fournitures servant après l'impression, des systèmes de manutention des matières et des services au commerce.

Pour de plus amples renseignements sur **Graph Expo**, prière de communiquer avec M. Michel Samson, agent

commercial, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél. : (613) 944-9479. Fax : (613) 944-9119.

Brésil

Le Canada sera très présent au salon de l'élevage

Porto Alegre — Le Canada sera encore une fois très présent à **EXPOINTER**, un des salons de l'élevage et de l'agriculture les plus importants en Amérique latine, qui aura lieu dans cette région la plus méridionale du Brésil du 28 août au 5 septembre 1993.

Cette foire marquera la huitième participation consécutive du Canada à **EXPOINTER** et les compagnies canadiennes sont actuellement présentes. Leur participation aidera à renforcer la réputation du Canada en tant que fournisseur de produits génétiques de haute qualité au marché brésilien, qui compte le deuxième cheptel de bétail du monde.

Les ventes au Brésil de géniteurs, de matériel génétique et de technologie d'insémination artificielle se sont ac-

crues sensiblement au cours de la dernière décennie. En fait, le Canada est maintenant réputé pour être un des meilleurs partenaires des éleveurs brésiliens.

En plus du pavillon et des installations générales parrainées par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, il y aura un endroit où les Canadiens pourront exposer des animaux vivants, ce qui pourrait donner aux participants canadiens à **EXPOINTER** une visibilité encore plus grande.

Pour de plus amples renseignements sur **EXPOINTER**, communiquez avec M. Luis Bustos, Direction de l'Amérique latine et des Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 996-5549. Fax : (613) 943-8806.

Fourrure *(Suite de la page 4)*

destinée à l'exportation.

Les premiers résultats indiquent qu'il est vraiment possible d'accroître la sensibilisation des consommateurs et les ventes de produits de fourrure canadiens en faisant la promotion des modélistes et en adoptant de nouvelles techniques de vente au détail.

Le commerce de la fourrure est l'un des 55 secteurs clés de l'industrie ciblés dans le cadre d'un programme de cinq

ans de formation accrue de la main-d'oeuvre et de partenariats patronaux-syndicaux, annoncé récemment par M. Bernard Valcourt, ministre de l'Emploi et de l'Immigration. L'industrie de la fourrure est fière de compter le seul comité national d'adaptation réunissant tous les secteurs de l'industrie - des producteurs aux transformateurs, aux modélistes, aux fabricants et aux détaillants.

Selon M. Jacob, cette démarche coordonnée est le principal atout de l'industrie dans un climat commercial mondial de plus en plus concurrentiel.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec M. Del Haylock, vice-président exécutif, Conseil canadien de la fourrure, 1435, rue Saint-Alexandre, pièce 1270, Montréal (Québec) H3A 2G4. Tél. : (514) 844-1945. Fax : (514) 844-8593.

Les QUATRE VENTS

PRÉPARÉ PAR LE CONSEIL CANADIEN DES NORMES

1^{er} avril 1993

Forum trilatéral sur la normalisation

Les représentants canadiens au Forum trilatéral sur la normalisation ont eu récemment des discussions préparatoires pour traiter des préoccupations du Canada à inscrire à l'ordre du jour du prochain Forum, qui se déroulera à Mexico, du 23 au 25 mars 1993. La réunion préparatoire a permis aux représentants des milieux des affaires, de la normalisation et de l'évaluation de la conformité de passer en revue les faits saillants des forums trilatéraux précédents et de discuter des objectifs de la délégation canadienne. La réunion qui se tiendra prochainement à Mexico a pour but de suppléer aux discussions gouvernementales dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Le Forum trilatéral sur la normalisation a été constitué en vue d'étudier les questions de normalisation pertinentes dans des secteurs industriels importants et de discuter des méthodes possibles d'harmonisation des initiatives de normalisation. En plus de permettre l'échange de renseignements sur les systèmes de normalisation de chacun des pays, les réunions mettront en contact les représentants de secteurs industriels particuliers. Les discussions auront probablement trait aux domaines suivants : dérivés du gaz et produits électriques, télécommunications, construction (tuyauterie et plomberie), matières plastiques, textiles, automobile, technologie médicale et jouets.

Les Forums trilatéraux sur la normalisation sont parrainés par le Conseil canadien des normes (CCN), l'American National Standards Institute (ANSI) et CANACINTRA (chambre nationale des industries de fabrication manufacturière du Mexique).

CENELEC - Mise à jour

Le Slovenian National Electrotechnical Committee vient d'être accepté en tant que filiale du CENELEC, ce qui lui permettra de mettre en application les normes européennes (EN) actuelles et futures du CENELEC, et

LES QUATRE VENTS comprend des renseignements opportuns sur les aspects normatifs de la libéralisation du commerce, réalisée au moyen d'accords bilatéraux ou multilatéraux tels que l'Accord de libre-échange nord-américain, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, ainsi que de l'information sur l'initiative du marché européen commun.

ce, à mesure qu'elles seront prêtes. Les représentants de la Slovénie pourront également assister aux réunions techniques, aux ateliers, aux colloques, aux conférences et aux Assemblées générales du CENELEC et recevoir les données courantes de cette organisation. La Slovénie se joint aux cinq autres membres affiliés du CENELEC, à savoir la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, la Tchécoslovaquie et la Turquie.

L'Assemblée générale du CENELEC a autorisé son président, le Dr Enrico Comellini, à signer des ententes de coopération avec deux autres organismes, portant ainsi à sept le nombre total de partenaires du CENELEC. Ces deux organismes sont l'Association européenne des fabricants d'équipement électronique grand public (EACEM) et l'Organisation européenne pour l'équipement de l'aviation civile (EUROCAE). Grâce à ces ententes, le CENELEC pourra s'appuyer sur les documents provisoires de ces deux organismes pour élaborer des normes européennes (EN) définitives ou incorporer le contenu de ces documents dans de futures EN.

Directive CE sur la basse tension

La Commission européenne a publié un document de quarante pages à l'appui de la Directive du Conseil 73/23 CEE sur le rapprochement des législations des États membres relatives au matériel électrique destiné à être employé dans certaines limites de tension. Ce document contient une longue liste de normes européennes (EN) et de documents harmonisés (HD), les noms et les adresses des organisations capables d'approuver le matériel électrique, les représentations graphiques des marques de conformité utilisées dans chaque pays, ainsi que des exemples de certificats rédigés en anglais, en français et en allemand.

On entend par matériel électrique à basse tension «tout matériel électrique destiné à être employé à une tension nominale comprise entre 50 et 1000 V pour le courant alternatif et 75 et 1500 V pour le courant continu.» Sont exclus du champ d'application de la directive le matériel électrique destiné à être utilisé dans une atmosphère explosive, le matériel d'électroradiologie et d'électricité médicale, les parties électriques des ascenseurs et montecharge, les compteurs électriques, les prises de courant (socles et fiches) à usage domestique, les dispositifs d'alimentation de clôtures électriques, les perturbations radioélectriques, ou tout matériel électrique spécialisé, destiné à être utilisé sur les navires ou les avions et dans

LES QUATRE VENTS

les chemins de fer, répondant aux dispositions de sécurité établies par des organismes internationaux dont les États membres font partie.

La directive relative à la basse tension a pour but de faciliter la libre circulation du matériel électrique dans l'ensemble de la Communauté, tout en assurant le respect des exigences de sécurité reconnues dans tous les États membres. Ces derniers doivent prendre toutes mesures

NORMES PRÉLIMINAIRES EUROPÉENNES

En collaboration avec le CEN et le CENELEC, le Conseil canadien des normes élabore actuellement des procédures qui permettront à l'industrie canadienne d'obtenir l'ébauche des normes européennes afin de les examiner, d'apporter sa contribution à ces projets de normes et d'acheter les normes européennes publiées.

MACHINES

Machines - Prescriptions générales pour la conception
de machines à protection des opérateurs (fixes, mobiles)
Normes commentaires: 1993-05-25

NOTIFICATIONS GATT/TBT

Prévoient ci-dessous les notifications reçues
de la part des pays signataires de l'Accord du GATT
relatives aux obstacles techniques au commerce (Code de la
n).

DE L'ORIGINE

Republique de Corée
du nombre de positions tarifaires soumises à
un marquage de l'origine
Normes commentaires: 1993-04-03

Concernant les notifications GATT TBT et
de normes européennes (voir exemple ci-
inclus dans les bases de données bilingues,
24 heures par jour, aux utilisateurs de normes
et de l'étranger.

La base de données sur les notifications GATT TBT et les
normes européennes comprend de l'information sur
les projets proposés, les normes obligatoires et les

systèmes de certification des pays signataires de l'Accord du
GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de
la normalisation). Y figure également un résumé des projets
de normes publiés par le Comité européen de normalisation
(CEN) et le Comité européen de normalisation
électrotechnique (CENELEC), découlant des initiatives liées
au marché européen unique. Pour accéder aux bases de
données interactives du CCN, il suffit d'avoir un ordinateur
personnel, un logiciel de télécommunication et un modem.

Nous offrons aussi un service par lequel nos clients peuvent
recevoir par télécopieur les résumés des projets de normes
européennes et les notifications GATT TBT récemment
ajoutés à notre base de données.

Pour de plus amples renseignements concernant l'accès aux
bases de données ainsi qu'à notre service de téléfax, veuillez
contacter :



Conseil canadien des normes
Service d'information sur les normes
45, rue O'Connor, bureau 1200
Ottawa (Ontario) CANADA
K1P 6N7
Tél. : (613)238-3222
Fax : (613)995-4564

800-267-8220 ou au (613)238-3222.

EN 341 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Descendeurs

EN 353-1 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Antichutes mobiles sur support d'assu-
rage rigide

EN 353-2 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Antichutes mobiles sur support d'assu-
rage flexible

EN 354 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Longes

EN 355 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Absorbeurs d'énergie

EN 358 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Systèmes de maintien au travail

EN 360 - Équipement de protection individuelle contre les
chutes de hauteur - Antichutes à rappel automatique

EN 10028-1 - Produits plats en aciers pour appareils à pres-
sion - Partie 1: Prescriptions générales

EN 10028-2 - Produits plats en aciers pour appareils à pres-
sion - Partie 2: Aciers non alliés et alliés avec caractéris-
tiques spécifiées à température élevée

Les QUATRE VENTS

PRÉPARÉ PAR LE CONSEIL CANADIEN DES NORMES

1^{er} avril 1993

Forum trilatéral sur la normalisation

Les représentants canadiens au Forum trilatéral sur la normalisation ont eu récemment des discussions préparatoires pour traiter des préoccupations du Canada à inscrire à l'ordre du jour du prochain Forum, qui se déroulera à Mexico, du 23 au 25 mars 1993. La réunion préparatoire a permis aux représentants des milieux des affaires, de la normalisation et de l'évaluation de la conformité de passer en revue les faits saillants des forums trilatéraux précédents et de discuter des objectifs de la délégation canadienne. La réunion qui se tiendra prochainement à Mexico a pour but de suppléer aux discussions gouvernementales dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Le Forum trilatéral sur la normalisation a été constitué pour étudier les questions de normalisation pertinentes dans des secteurs industriels importants et de discuter des méthodes possibles d'harmonisation des initiatives de normalisation. En plus de permettre l'échange de renseignements sur les systèmes de normalisation de chaque pays, les réunions mettront en contact les représentants de secteurs industriels particuliers. Les discussions auront probablement trait aux domaines suivants : dérivés du gaz et produits électriques, télécommunications, construction (tuyauterie et plomberie), matières plastiques, textiles, automobile, technologie médicale et jouets.

Les Forums trilatéraux sur la normalisation sont parrainés par le Conseil canadien des normes (CCN), l'American National Standards Institute (ANSI) et CANACINTRA (chambre nationale des industries de fabrication manufacturière du Mexique).

CENELEC - Mise à jour

Le Slovenian National Electrotechnical Committee vient d'être accepté en tant que filiale du CENELEC, ce qui lui permettra de mettre en application les normes européennes (EN) actuelles et futures du CENELEC, et

LES QUATRE VENTS comprend des renseignements opportuns sur les aspects normatifs de la libéralisation du commerce, réalisée au moyen d'accords bilatéraux ou multilatéraux tels que l'Accord de libre-échange nord-américain, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, ainsi que de l'information sur l'initiative du marché européen commun.

CANADEXPORT (BPT)



External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

125 Sussex Ottawa K1A 0G2

quarante pages à l'appui de la Directive du Conseil 73/23 CEE sur le rapprochement des législations des États membres relatives au matériel électrique destiné à être employé dans certaines limites de tension. Ce document contient une longue liste de normes européennes (EN) et de documents harmonisés (HD), les noms et les adresses des organisations capables d'approuver le matériel électrique, les représentations graphiques des marques de conformité utilisées dans chaque pays, ainsi que des exemples de certificats rédigés en anglais, en français et en allemand.

On entend par matériel électrique à basse tension «tout matériel électrique destiné à être employé à une tension nominale comprise entre 50 et 1000 V pour le courant alternatif et 75 et 1500 V pour le courant continu.» Sont exclus du champ d'application de la directive le matériel électrique destiné à être utilisé dans une atmosphère explosive, le matériel d'électroradiologie et d'électricité médicale, les parties électriques des ascenseurs et monte-charge, les compteurs électriques, les prises de courant (socles et fiches) à usage domestique, les dispositifs d'alimentation de clôtures électriques, les perturbations radioélectriques, ou tout matériel électrique spécialisé, destiné à être utilisé sur les navires ou les avions et dans

les chemins de fer, répondant aux dispositions de sécurité établies par des organismes internationaux dont les États membres font partie.

La directive relative à la basse tension a pour but de faciliter la libre circulation du matériel électrique dans l'ensemble de la Communauté, tout en assurant le respect des exigences de sécurité reconnues dans tous les États membres. Ces derniers doivent prendre toutes mesures

NORMES PRÉLIMINAIRES EUROPÉENNES

En collaboration avec le CEN et le CENELEC, le Conseil canadien des normes élabore actuellement des procédures qui permettront à l'industrie canadienne d'obtenir l'ébauche des normes européennes afin de les examiner, d'apporter sa contribution à ces projets de normes et d'acheter les normes européennes publiées.

MACHINES

nachines - Prescriptions générales pour la conception
on des protecteurs (fixes, mobiles)
ir commentaires: 1993-05-25

NOTIFICATIONS GATT/TBT

*Érées ci-dessous les notifications reçues
nt des pays signataires de l'Accord du GATT
bstacles techniques au commerce (Code de la
n).*

DE L'ORIGINE

République de Corée
n du nombre de positions tarifaires soumises à
marquage de l'origine
ir commentaires: 1993-04-03

800-267-8220 ou au (613)238-3222.

EN 341 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Descendeurs

EN 353-1 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Antichutes mobiles sur support d'assurage rigide

EN 353-2 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Antichutes mobiles sur support d'assurage flexible

EN 354 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Longes

EN 355 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Absorbeurs d'énergie

EN 358 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Systèmes de maintien au travail

EN 360 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Antichutes à rappel automatique

EN 10028-1 - Produits plats en aciers pour appareils à pression - Partie 1: Prescriptions générales

EN 10028-2 - Produits plats en aciers pour appareils à pression - Partie 2: Aciers non alliés et alliés avec caractéristiques spécifiées à température élevée

**on concernant les notifications GATT TBT et
de normes européennes (voir exemple ci-
include dans les bases de données bilingues,
24 heures par jour, aux utilisateurs de normes
et de l'étranger.**

de données sur les notifications GATT TBT et les
ormes européennes comprend de l'information sur
nts proposés, les normes obligatoires et les

systèmes de certification des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de la normalisation). Y figure également un résumé des projets de normes publiés par le Comité européen de normalisation (CEN) et le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC), découlant des initiatives liées au marché européen unique. Pour accéder aux bases de données interactives du CCN, il suffit d'avoir un ordinateur personnel, un logiciel de télécommunication et un modem.

Nous offrons aussi un service par lequel nos clients peuvent recevoir par télécopieur les résumés des projets de normes européennes et les notifications GATT TBT récemment ajoutés à notre base de données.

Pour de plus amples renseignements concernant l'accès aux bases de données ainsi qu'à notre service de téléfax, veuillez contacter :



Conseil canadien des normes
Service d'information sur les normes
45, rue O'Connor, bureau 1200
Ottawa (Ontario) CANADA
K1P 6N7
Tél. : (613)238-3222
Fax : (613)995-4564

Les QUATRE VENTS

PRÉPARÉ PAR LE CONSEIL CANADIEN DES NORMES

1^{er} avril 1993

Forum trilatéral sur la normalisation

Les représentants canadiens au Forum trilatéral sur la normalisation ont eu récemment des discussions avec leurs homologues américains et mexicains pour traiter des préoccupations du Canada à l'ordre du jour du prochain Forum, qui se déroulera à Mexico, du 23 au 25 mars 1993. La réunion préparatoire a permis aux représentants des milieux des affaires de discuter de la normalisation et de l'évaluation de la conformité de produits et de revoir les faits saillants des forums trilatéraux précédents et de discuter des objectifs de la délégation canadienne. La réunion qui se tiendra prochainement à Mexico a pour but de suppléer aux discussions gouvernementales dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Le Forum trilatéral sur la normalisation a été convoqué pour étudier les questions de normalisation posées dans des secteurs industriels importants et de discuter des méthodes possibles d'harmonisation des initiatives de normalisation. En plus de permettre l'échange de renseignements sur les systèmes de normalisation de chaque pays, les réunions mettront en contact les représentants de secteurs industriels particuliers. Les discussions porteront probablement sur les domaines suivants : dérivés électriques, télécommunications, construction (tuyauterie et plomberie), matières plastiques, textiles, automobile, technologie médicale et jouets.

Les Forums trilatéraux sur la normalisation sont parrainés par le Conseil canadien des normes (CCN), l'American National Standards Institute (ANSI) et CANACINTRA (chambre nationale des industries de fabrication manufacturière du Mexique).

CENELEC - Mise à jour

Le Slovenian National Electrotechnical Committee vient d'être accepté en tant que filiale du CENELEC, ce qui lui permettra de mettre en application les normes européennes (EN) actuelles et futures du CENELEC, et

LES QUATRE VENTS comprend des renseignements opportuns sur les aspects normatifs de la libéralisation du commerce, réalisée au moyen d'accords bilatéraux ou multilatéraux tels que l'Accord de libre-échange nord-américain, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, ainsi que de l'information sur l'initiative du marché européen commun.

quarante pages à l'appui de la Directive du Conseil 73/23 CEE sur le rapprochement des législations des États membres relatives au matériel électrique destiné à être employé dans certaines limites de tension. Ce document contient une longue liste de normes européennes (EN) et de documents harmonisés (HD), les noms et les adresses des organisations capables d'approuver le matériel électrique, les représentations graphiques des marques de conformité utilisées dans chaque pays, ainsi que des exemples de certificats rédigés en anglais, en français et en allemand.

On entend par matériel électrique à basse tension «tout matériel électrique destiné à être employé à une tension nominale comprise entre 50 et 1000 V pour le courant alternatif et 75 et 1500 V pour le courant continu.» Sont exclus du champ d'application de la directive le matériel électrique destiné à être utilisé dans une atmosphère explosive, le matériel d'électroradiologie et d'électricité médicale, les parties électriques des ascenseurs et monte-charge, les compteurs électriques, les prises de courant (socles et fiches) à usage domestique, les dispositifs d'alimentation de clôtures électriques, les perturbations radioélectriques, ou tout matériel électrique spécialisé, destiné à être utilisé sur les navires ou les avions et dans

les chemins de fer, répondant aux dispositions de sécurité établies par des organismes internationaux dont les États membres font partie.

La directive relative à la basse tension a pour but de faciliter la libre circulation du matériel électrique dans l'ensemble de la Communauté, tout en assurant le respect des exigences de sécurité reconnues dans tous les États membres. Ces derniers doivent prendre toutes mesures utiles pour que le matériel électrique soit construit conformément aux règles de l'art et qu'il ne compromette pas la sécurité des personnes.

Les fabricants peuvent démontrer leur conformité en se procurant un certificat de conformité auprès d'un organisme reconnu ou en produisant une déclaration de conformité du fabricant aux normes européennes harmonisées. En l'absence de ces dernières, ils peuvent avoir recours aux dispositions en matière de sécurité ou aux normes déjà établies par d'autres organismes internationaux tels que la Commission électrotechnique internationale (CEI) et la Commission internationale des réglementations en vue de l'approbation de l'équipement électrique (CEE-él).

Pour obtenir une copie de la directive relative à la basse tension (73/23/CEE) et du document de la Commission énumérant les normes européennes et les marques de conformité acceptables (92/C 210/01), s'adresser au Conseil canadien des normes.

Normes européennes adoptées

Les normes suivantes ont été entérinées récemment par les États membres européens en tant que normes européennes définitives. Pour s'en procurer des exemplaires, téléphoner au Centre des ventes du CCN, au 1-800-267-8220 ou au (613)238-3222.

EN 341 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Descendeurs

EN 353-1 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Antichutes mobiles sur support d'assurage rigide

EN 353-2 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Antichutes mobiles sur support d'assurage flexible

EN 354 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Longes

EN 355 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Absorbeurs d'énergie

EN 358 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Systèmes de maintien au travail

EN 360 - Équipement de protection individuelle contre les chutes de hauteur - Antichutes à rappel automatique

EN 10028-1 - Produits plats en aciers pour appareils à pression - Partie 1: Prescriptions générales

EN 10028-2 - Produits plats en aciers pour appareils à pression - Partie 2: Aciers non alliés et alliés avec caractéristiques spécifiées à température élevée

NORMES PRÉLIMINAIRES EUROPÉENNES

En collaboration avec le CEN et le CENELEC, le Conseil canadien des normes élabore actuellement des procédures qui permettront à l'industrie canadienne d'obtenir l'ébauche des normes européennes afin de les examiner, d'apporter sa contribution à ces projets de normes et d'acheter les normes européennes publiées.

MACHINES

prEN 953

Sécurité des machines - Prescriptions générales pour la conception et la construction des protecteurs (fixes, mobiles)

Date limite pour commentaires: 1993-05-25

Prix: 32,55 \$

NOTIFICATIONS GATT/TBT

Sont énumérées ci-dessous les notifications reçues dernièrement des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de la normalisation).

MARQUAGE DE L'ORIGINE

TBT 93.34 République de Corée

Augmentation du nombre de positions tarifaires soumises à l'obligation de marquage de l'origine

Date limite pour commentaires: 1993-04-03

L'information concernant les notifications GATT TBT et les projets de normes européennes (voir exemple ci-dessus) est incluse dans les bases de données bilingues, disponible 24 heures par jour, aux utilisateurs de normes du Canada et de l'étranger.

Notre base de données sur les notifications GATT TBT et les projets de normes européennes comprend de l'information sur les règlements proposés, les normes obligatoires et les systèmes de certification des pays signataires de l'Accord du GATT relatif aux obstacles techniques au commerce (Code de la normalisation). Y figure également un résumé des projets de normes publiés par le Comité européen de normalisation (CEN) et le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC), découlant des initiatives liées au marché européen unique. Pour accéder aux bases de données interactives du CCN, il suffit d'avoir un ordinateur personnel, un logiciel de télécommunication et un modem.

Nous offrons aussi un service par lequel nos clients peuvent recevoir par télécopieur les résumés des projets de normes européennes et les notifications GATT TBT récemment ajoutés à notre base de données.

Pour de plus amples renseignements concernant l'accès aux bases de données ainsi qu'à notre service de téléfax, veuillez contacter :



Conseil canadien des normes
Service d'information sur les normes
45, rue O'Connor, bureau 1200
Ottawa (Ontario) CANADA
K1P 6N7
Tél. : (613)238-3222
Fax : (613)995-4564

Le Canada et l'Inde : visite à Montréal, Toronto et Calgary

Une délégation de gens d'affaires choisis de l'Inde, qui cherchent sérieusement des partenaires canadiens pour des coentreprises et pour des coopérations techniques, visitera trois villes canadiennes entre le 6 et le 14 mai 1993. Le programme sera axé sur la façon de faire des affaires en Inde et servira à

déterminer quels secteurs d'affaires les compagnies indiennes veulent examiner avec leurs homologues canadiens. Une liste des sociétés indiennes et de leurs intérêts a été établie. Il y aura des rencontres en tête à tête et des visites d'usine.

Le président et les membres du conseil d'administration du Canada-India Business Council, le délégué commercial du Canada à New Delhi ou à Bombay ainsi que des hauts fonctionnaires d'Affaires extérieures et Commerces extérieur Canada et de l'ACDI rencontreront et conseilleront les participants canadiens intéressés. Les visites auront

lieu dans les villes et aux dates suivantes : **Montréal** (6 et 7 mai); **Toronto** (10 et 11 mai); **Calgary** (13 et 14 mai).

Ces visites constituent la deuxième phase du Programme de coentreprises Canada-Inde, financé par l'ACDI et auquel participent le Canada-India Business Council et la Chambre de commerce du Canada.

Pour obtenir des détails ou une copie de la liste des sociétés indiennes, joindre M. Pan Kanagaretnam, Canada-India Business Council, Chambre de commerce du Canada, 1160-55, rue Metcalfe (Ottawa) K1P6N4. Tél. : (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643.

Middle Atlantic Health Congress : marché de 38 milliards \$

Atlantic City — L'espace est limité, mais la direction du commerce du consulat général du Canada à New York invite les compagnies canadiennes à profiter d'une excellente occasion de commercialisation au kiosque national canadien du **Middle Atlantic Health Congress Trade Show (MAHC)**.

Manifestation de grande envergure qui aura lieu les 19 et 20 mai prochains, le MAHC est la principale foire commerciale pour les fournisseurs de produits et de services aux hôpitaux, maisons de santé, cliniques et installations d'aide connexes dans les États de New York, du New Jersey, de la Pennsylvanie et du Delaware. Ces quatre États représentent environ un cinquième du marché hospitalier américain, les ventes annuelles de l'industrie dépassant 38 milliards \$ US.

L'an dernier, plus de 5 000 gestionnaires, administrateurs et professionnels de l'achat ont assisté au MAHC.

Les sociétés présentes au kiosque national canadien feront partie d'une campagne de publicité directe destinée à celles qui prévoient participer au MAHC.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Don Garretson, Direction du commerce, Consulat général du Canada, New York. Tél. : (212) 596-1656. Fax : (212) 596-1793.

Une affaire de bonne santé en C.-B.

Vancouver — Les professionnels de la santé, les détaillants et les grossistes de l'industrie des produits et des services de santé devraient encercler les dates des 14 et 15 août sur leur calendrier d'affaires.

En effet, à ces dates, l'International Health-O-Rama '93 se tiendra à Vancouver. Il s'agit d'une conférence-exposition axée sur les consommateurs, au cours de laquelle les participants pourront rencontrer personnellement des clients éventuels, présenter de nouveaux services et gammes de produits et recevoir de la rétroaction immédiate sur des affaires potentielles.

Les exposants les plus susceptibles de participer sont les fabricants, les

grossistes et les détaillants d'aliments naturels et de produits, de publications et d'instruments relatifs à la santé, en fait, tous les fournisseurs d'équipement, des fournitures et des services utilisés dans l'ensemble des secteurs des soins de santé.

La conférence comprendra des discussions sur les derniers développements dans une vaste gamme de secteurs, notamment la médecine préventive, les soins dentaires, l'immunologie, la santé holistique, la nutrition et la condition physique.

Communiquez avec les autorités responsables de Health-O-Rama au 100-1093, West Broadway, Vancouver (C.-B.) V6H 1E2. Tél. : (604) 731-4569. Fax : (604) 734-6909.

L'hydro-électricité en vedette en Chine

Pékin — On peut mieux comprendre les besoins actuels et futurs de la Chine en matière d'hydro-électricité en participant à la foire **Large-Scale Hydro Power Station Equipment and Construction Expo 93 and Symposium**, qui aura lieu dans la capitale chinoise du 18 au 23 juin 1993.

Axée sur le projet des Trois Gorges du fleuve Chang Jiang, l'exposition mettra

en évidence une vaste gamme de matériel pour les centrales hydro-électriques, dont des écluses de navigation de grandes dimensions et des ascenseurs à bateaux.

Communiquez avec M. Wilie S. Zhu, président, Pacific Rim Group Inc., 672 Manning Avenue (Toronto) M6G 2W3. Tél. : (416) 516-2234. Fax : (416) 588-7668.

Foire sur les communications dans les Antilles

Aruba — Les entreprises canadiennes de communications de pointe ont une excellente occasion, du 6 juin au 10 juin 1993, d'exploiter le marché des télécommunications antillais, qui est varié et potentiellement lucratif.

C'est à ces dates qu'Aruba, dans les Antilles néerlandaises, organisera CANTA'93, la conférence et foire commerciale exclusive de la Caribbean Association of National Telecommunications Organizations (CANTO).

Plus de 125 cadres des entreprises de téléphone de la région participeront à la conférence. La foire commerciale rassemblera des fournisseurs de produits et de services de télécommunications

du monde entier de même que des utilisateurs et des acheteurs antillais.

Selon les prévisions, le pouvoir d'achat de CANTO dépassera les 3 milliards de dollars américains d'ici 1995. Cela n'est pas surprenant si l'on tient compte du fait que les 30 entreprises membres qui parrainent CANTO'93 vont des Bahamas au nord, au Suriname au sud, de Bêlize à l'ouest, à la Guadeloupe à l'est. En outre, parmi les nouveaux membres, on retrouve TELECOM de Mexico et CANTV du Venezuela.

Pour plus de amples renseignements sur les coûts et les modalités de participation à CANTO'93, communiquez avec M. Ross A. Cowan.

RAC Marketing & Associates Inc.,
81, Ramsgate, Ottawa (Ontario)
K1V 8M4. Tél. : (613) 733-7822.
Fax : (613) 733-7131.

Cap sur l'avenir au salon des transports des pays riverains du Pacifique

Seattle — Cette ville de l'État de Washington pourrait accueillir, du 12 au 19 août 1993, jusqu'à 1 500 délégués des milieux d'affaires, des gouvernements et des universités du monde entier.

Ils viendront assister à la **Conférence 1993 sur les transports des pays riverains du Pacifique**, où seront explorées les questions technologiques de transport terrestre qui se rapportent tout particulièrement au développement futur de tous les pays de la région du Pacifique.

Parallèlement à la conférence, le **TransTech Trade Show** invitera les

exposants à présenter de nouveaux produits et services dans les divers domaines abordés au congrès, notamment le *Intelligent Vehicle Highway Systems (IVHS)*, la technologie de propulsion, les systèmes de gestion, les traverses intermodales et le *Strategic Highway Research Program*.

Pour s'inscrire à la conférence ou au salon, prière de communiquer avec le Washington State Department of Transportation, Transportation Building, Olympia, Washington, 98504-7350, États-Unis. Tél. : (206) 753-6014.

Nomination au Commerce extérieur

Parmi les récentes nominations effectuées par le premier ministre Brian Mulroney dans la fonction publique, M. Robert Allen Kilpatrick est devenu sous-ministre du Commerce extérieur et sous-secrétaire d'État délégué aux Affaires extérieures. M. Kilpatrick était auparavant sous-ministre à la Diversification de l'économie de l'Ouest du Canada.

La foire japonaise du poisson attire des participants

Tokyo — Une part du vaste marché asiatique des poissons et des fruits de mer pourrait être une prise de premier choix pour les entreprises canadiennes participant à la foire qui aura lieu dans cette ville, au mois de juin.

La première édition de la **Tokyo International Seafood Show**, au cours de laquelle les vendeurs auront l'occasion de rencontrer des acheteurs asiatiques, se tiendra du 10 au 12 juin 1993 au Harumi Fair Grounds — juste à côté du marché au poisson de Tsukiji, qui a une renommée mondiale.

Le marché asiatique des poissons et des fruits de mer, qui se monte à 35 milliards \$ US, se révèle très attrayant; en effet, 80% des stands à la foire sont déjà réservés.

La foire, qui a l'appui officiel des représentants japonais de l'industrie des poissons et des fruits de mer, comprendra tous les secteurs, des produits de la mer aux matières premières et à l'équipement de transformation et de conditionnement.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, ainsi qu'au moins une douzaine d'autres organisations et entreprises canadiennes, auront un stand à la foire.

Communiquez avec le représentant de l'organisateur de la foire au Canada, M. Derek Complin, président, UNILINK, 50, Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5L8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

PUBLICATIONS

Le marché du meuble en Nouvelle-Angleterre

L'ouvrage intitulé *The Furniture Industry in New England* (numéro de code 108 UA), une étude de marché réalisée récemment par le consulat général du Canada à Boston et portant sur les secteurs du meuble résidentiel et sur mesure, donne un aperçu des débouchés pour les entreprises canadiennes, décrit les tendances de l'industrie et présente les circuits de distribution. Il contient aussi une liste des détaillants, des revendeurs, des salles d'exposition, des foires commerciales, des associations et des périodiques qui valent la peine d'être explorés.

Les auteurs de l'étude font remarquer que l'industrie canadienne du meuble est réputée en Nouvelle-Angleterre pour ses produits de qualité. En outre, les facteurs ayant une incidence sur la réussite ou l'échec des entreprises canadiennes sur ce marché sont la connaissance du marché cible, la compétitivité des prix, les compétences en marketing et l'évolution de la situation économique régionale des deux côtés de la frontière.

On peut se procurer des exemplaires de l'étude, qui vise à aider les entreprises canadiennes à comprendre les rouages du marché de la Nouvelle-Angleterre et à élaborer une stratégie efficace de commercialisation à l'exportation, auprès d'Info Export (voir encadré au bas de la page 12).

Guide médical du Costa Rica

Le pays qui jouit du meilleur système de santé d'Amérique centrale achète chaque année pour 14 millions \$ US d'instruments, de matériel et d'équipement hospitaliers, dont plus de 90 % sont destinés au même acheteur.

Un nouveau guide, *Costa Rica : The Medical and Hospital Equipment Sector* (code n° 182 LA), explique comment pénétrer ce marché et comment attirer le plus important acheteur

du pays, la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS).

Cette année, la CCSS a déjà approuvé des achats de 3 millions \$ US, notamment 520 000 \$ US en équipement de stérilisation, 400 000 \$ US en matériel de laboratoire, 433 000 \$ US en équipement de radiologie, 467 000 \$ US en équipement de traitement général et 333 000 \$ US en matériel de salle d'opération.

Le guide offre des conseils pratiques sur le dépôt de soumissions, les douanes, les règlements costariciens sur les importations, le choix d'un bon représentant et d'autres sujets susceptibles d'intéresser ceux qui désirent répondre aux besoins médicaux de cette nation de trois millions d'habitants, où la démocratie est bien ancrée.

Vous pouvez vous procurer des exemplaires du guide auprès de Info Export, en indiquant le numéro de code (voir l'encadré au bas de la page 12).

El Salvador : le marché des produits médicaux

Le marché du matériel et des produits médicaux du Salvador se chiffrait à 114 millions \$ US en 1991, dont plus de 110 millions \$ US consacrés aux importations.

L'étude de marché, *Market Studies of the Medical and Hospital Equipment Sector in El Salvador* (code n° 184 LA) traite du marché, de sa taille, de ses tendances et de ses perspectives. Ce document aborde les relations commerciales entre importateurs et fournisseurs, les modes de paiement et les conditions que doit remplir un fournisseur.

De plus, l'étude comporte une liste complète des plus importants fabricants, distributeurs, représentants et détaillants de l'industrie au Salvador.

Vous pouvez vous procurer des exemplaires du guide auprès de Info Export, en indiquant le code (voir l'encadré au bas de la p. 12).

AU CALENDRIER

Calgary (le 5 avril 1993); **Saskatoon** (le 6 avril 1993); **Winnipeg** (le 7 avril 1993); **Vancouver** (le 8 avril 1993); **Mexico : The Market - Opportunities for Canadian Companies**. Cette série de colloques devrait intéresser les entreprises qui exportent des services au Mexique (services informatiques, d'ingénieur-conseil, d'architecture, de géomatique, de transports et d'environnement), les petites et moyennes entreprises offrant des produits s'adressant à un créneau précis et les exportateurs désireux d'en apprendre davantage sur les possibilités qu'offre l'Accord de libre-échange nord-américain.

Les colloques sont organisés conjointement par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et l'Association des exportateurs canadiens

(AEC). Pour l'inscription et d'autres renseignements, veuillez communiquer avec l'AEC, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888, poste 236. Fax : (613) 563-9218.

Halifax — les 15 et 16 avril 1993 - La foire **World Markets 93**, dont le but est de promouvoir et d'accroître les débouchés sur les marchés d'exportation pour les manufacturiers et les entreprises de transformation du Canada atlantique, permettra aux participants de rencontrer les représentants de plus de 70 importantes maisons de commerce canadiennes et étrangères qui font des affaires dans le monde entier. Les fournisseurs du Canada atlantique sont priés de communiquer avec M. Hugo Ban. Tél. : 1 (800) 463-2791. Fax : (902) 420-8308.

Nous mettons à jour la liste d'abonnés

Si vous désirez continuer à recevoir **CanadExport**, veuillez indiquer votre numéro d'abonnement et remplir le questionnaire et le sondage ci-joints et nous les retourner immédiatement.

Veuillez indiquer clairement, en lettres moulées, tout changement à apporter sur l'étiquette-adresse.

NUMÉRO D'ABONNÉ									
NOM									
ORGANISATION									
DÉPARTEMENT									
ADRESSE									
VILLE					PROV.			CODE POSTAL	
TÉLÉPHONE					TÉLÉCOPIEUR				

1. a) Type d'organisation (un seul choix)

- | | | |
|------------------------|--------------------------|----|
| Éducation | <input type="checkbox"/> | ED |
| Entreprise | <input type="checkbox"/> | BU |
| Association d'affaires | <input type="checkbox"/> | BA |
| Gouvernement : fédéral | <input type="checkbox"/> | GF |
| provincial | <input type="checkbox"/> | GP |
| régional | <input type="checkbox"/> | GR |
| municipal | <input type="checkbox"/> | GM |
| Médias | <input type="checkbox"/> | ME |
| Autre | <input type="checkbox"/> | OT |

b) Nombre d'employés à plein temps au Canada

- | | | |
|----------------|--------------------------|----|
| de 1 à 4 | <input type="checkbox"/> | N1 |
| de 5 à 20 | <input type="checkbox"/> | N2 |
| de 21 à 100 | <input type="checkbox"/> | N3 |
| de 101 à 1 000 | <input type="checkbox"/> | N4 |
| 1 001 et plus | <input type="checkbox"/> | N5 |

2. a) Activité principale de l'organisation (un seul choix)

- | | | |
|--|--------------------------|----|
| Agriculture | <input type="checkbox"/> | AG |
| Pêche et produits de la mer | <input type="checkbox"/> | FS |
| Mines, métaux et minéraux | <input type="checkbox"/> | MM |
| Produits de consommation | <input type="checkbox"/> | CP |
| Produits de défense | <input type="checkbox"/> | DE |
| Produits alimentaires | <input type="checkbox"/> | FP |
| Produits forestiers | <input type="checkbox"/> | FT |
| Machinerie industrielle et spécialisée | <input type="checkbox"/> | IM |
| Électronique | <input type="checkbox"/> | EL |
| Équipement de transport | <input type="checkbox"/> | TR |
| Environnement/équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | ET |
| Communications/information/
équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | CT |
| Énergie/produits pétroliers | <input type="checkbox"/> | EP |
| Construction | <input type="checkbox"/> | CO |
| Services de transport | <input type="checkbox"/> | TS |
| Entreposage/commerce de gros et de détail | <input type="checkbox"/> | SW |
| Communications/services d'information | <input type="checkbox"/> | CI |

- | | | |
|-------------------------------|--------------------------|----|
| Services de consultation | <input type="checkbox"/> | CS |
| Accueil/tourisme | <input type="checkbox"/> | HT |
| Services bancaires/financiers | <input type="checkbox"/> | BF |
| Services d'éducation | <input type="checkbox"/> | ES |
| Services de santé | <input type="checkbox"/> | HS |
| Autre (veuillez préciser) | <input type="checkbox"/> | OH |

b) Dans quelle langue désirez-vous recevoir le bulletin *CanadExport*?

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|----|
| en anglais | <input type="checkbox"/> | EN |
| en français | <input type="checkbox"/> | FR |
| dans les deux langues | <input type="checkbox"/> | BI |

3. a) Poste/fonction

- | | | |
|-------------------|--------------------------|----|
| Propriétaire | <input type="checkbox"/> | F1 |
| Directeur | <input type="checkbox"/> | F2 |
| Commercialisation | <input type="checkbox"/> | F3 |
| Autre | <input type="checkbox"/> | F4 |

b) Sexe

- | | | |
|-------|--------------------------|----|
| Femme | <input type="checkbox"/> | FE |
| Homme | <input type="checkbox"/> | MA |

4. a) À l'heure actuelle, vous

- | | | |
|----------------------|--------------------------|----|
| exportez | <input type="checkbox"/> | C1 |
| envisagez d'exporter | <input type="checkbox"/> | C2 |
| n'exportez pas | <input type="checkbox"/> | C3 |

b) Si vous avez coché C1 ou C2 au numéro 4a), veuillez indiquer vers quelles régions

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|----|
| États-Unis | <input type="checkbox"/> | A1 |
| Europe | <input type="checkbox"/> | A2 |
| Asie-Pacifique | <input type="checkbox"/> | A3 |
| Amérique latine/Antilles | <input type="checkbox"/> | A4 |
| Afrique | <input type="checkbox"/> | A5 |
| Moyen-Orient | <input type="checkbox"/> | A6 |
| Toutes ces régions | <input type="checkbox"/> | A7 |

Sondage/questionnaire CanadExport

Votre opinion nous permettra de produire un bulletin *CanadExport* qui vous sera plus utile. Nous vous serions très reconnaissants de répondre à ce court questionnaire et de le retourner à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, dans l'enveloppe-réponse ci-jointe.

Veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre réponse.

1. De quelle façon avez-vous été informé de l'existence du bulletin *CanadExport* (une seule réponse)

- A au bureau/lieu de travail
 B par un autre abonné
 C dans un Centre de commerce international (colocalisé avec Industrie, Sciences et Technologie Canada)
 D à bord d'un vol d'Air Canada
 E sur la recommandation d'un collègue ou d'un ami
 F à l'occasion d'une foire commerciale
 G Info Export
 H Autre (veuillez préciser): _____

2. Les catégories d'articles suivants, publiés régulièrement dans *CanadExport*, vous sont-elles utiles?

Inutiles (1); Quelque peu utiles (2);
 Assez utiles (3); Très utiles (4)

	1	2	3	4
a) Profils des différents services des Affaires extérieures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Profils de secteurs industriels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Profils de pays et de régions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Foires et expositions commerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Activités des institutions financières internationales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Suppléments en collaboration avec d'autres ministères fédéraux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Débouchés commerciaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Calendrier des événements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Publications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Éditoriaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Articles de fond ALENA, ALE, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Quels autres sujets aimeriez-vous voir aborder dans le bulletin *CanadExport*?

Avez-vous de nouveaux noms d'abonnés à suggérer ou à ajouter?

NOM

 ORGANISATION

 DÉPARTEMENT

 ADRESSE

 VILLE PROV. CODE POSTAL

 TÉLÉPHONE TÉLÉCOPIEUR

**Votre collaboration
 est grandement
 appréciée**

InfoExport

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

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

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



11
173fe
OCS.c.2

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

CONSULTER SUR PLACE

CANADEXPORT

Vol. 11 N°7

15 avril 1993

APR 1 1993

Sondage auprès des abonnés

CanadExport n'a pas tenu de sondage auprès ses lecteurs depuis deux ans.

La dernière fois, nous avons reçu un grand nombre de réponses et nous avons retenu plusieurs suggestions pour amener *CanadExport* à mieux répondre aux besoins de sa clientèle.

Cette année, le questionnaire/sondage nous aidera encore une fois à mettre à jour notre liste de distribution, à évaluer et à servir nos clients plus efficacement.

Répondre à un sondage peut être déplaisant, mais nous vous invitons néanmoins à répondre à celui-ci, vous remercions à l'avance de votre coopération. *CanadExport* pourra ainsi prendre votre opinion en considération et adapter son contenu de façon à mieux répondre à vos attentes.

(C'est le dernier des trois numéros consécutifs où est publié le sondage, le premier étant l'édition du 15 mars 1993, Vol. 11, N° 5).

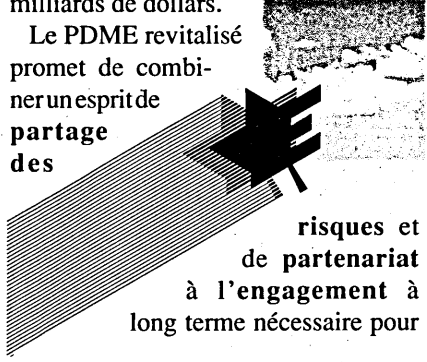
Appuyer une formule gagnante

Le PDME revitalise les entreprises

Les entreprises canadiennes qui souhaitent pénétrer le marché international, où la concurrence est vive, seront maintenant mieux servies grâce au Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) restructuré du gouvernement fédéral.

Depuis sa création en 1971, le PDME a aidé plus de 25 000 entreprises canadiennes à commercialiser leurs produits et services à l'étranger; les ventes découlant d'activités appuyées par le PDME ont dépassé 11 milliards de dollars.

Le PDME revitalisé promet de combiner un esprit de **partage des**



risques et de partenariat à l'engagement à long terme nécessaire pour

pénétrer les marchés mondiaux d'aujourd'hui.

Parmi les caractéristiques du nouveau PDME, mentionnons :

- un accès amélioré
- un processus de traitement des demandes simplifié
- un plus grand nombre de coûts admissibles
- un engagement à plus long terme
- un plan de remboursement élargi.

Le nouveau programme comporte quatre grands volets : les stratégies de développement des marchés (SDM), les soumissions pour des projets d'immobilisations, les activités spéciales et les nouveaux exportateurs.

Vue d'ensemble

Les SDM, principal élément du nouveau PDME, est une formule générale qui remplace la nécessité de présenter une demande distincte pour chaque aspect d'une recherche en vue d'exporter. Il en résultera un processus plus simple et plus efficace et une réduction du fardeau administratif imposé auparavant aux entreprises canadiennes.

La base d'une demande en vertu des SDM sera le plan de commercialisation ou d'entreprise d'une compagnie pour l'exportation. Des employés dotés d'une formation spéciale dans les Centres du commerce international régionaux du gouvernement fédéral collaboreront étroitement avec la compagnie à la mise

(Voir page 4 — PDME)

La CCC aide les exportateurs dans la région Asie-Pacifique

M. Christian Sarrazin, vice-président exécutif et directeur général de la Corporation commerciale canadienne (CCC), a récemment fait une tournée d'un mois dans la région en vue de prospecter les débouchés extérieurs où la CCC peut aider les exportateurs canadiens.

Dans le cadre de sa tournée, M. Sarrazin a visité les villes suivantes : Séoul, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Tai-Pei, Hanoi, Kuala Lumpur, Singapour, Canberra, Wellington et Auckland.

À titre de maître d'oeuvre de l'exportation de biens et de services canadiens,

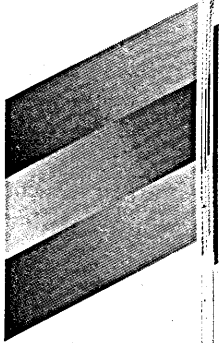
la CCC fournit aux clients étrangers, principalement des gouvernements étrangers et des agences internationales, la garantie d'exécution du contrat assurée par le gouvernement du Canada, une particularité qui donne aux exportateurs canadiens un important avantage concurrentiel.

M. Sarrazin a aussi organisé, à l'intention des délégués commerciaux et des agents commerciaux locaux, des séances d'information sur les avantages que la CCC peut offrir aux entreprises canadiennes désireuses d'exporter dans la région.

(Voir page 5: La CCC)

DANS CE NUMÉRO	
Foires commerciales	2
Débouchés commerciaux	3
Publications/calendrier	6

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Possibilités d'alliances stratégiques en Turquie

Les entreprises canadiennes désireuses d'explorer des possibilités d'alliance stratégique en Turquie ont un allié en la SIRTEC.

En effet, cette entreprise montréalaise de conseil en commerce international se spécialise dans la promotion d'ententes de coopération à long terme, notamment les coentreprises, les accords de licence, les transferts de technologie et la sous-traitance.

Ouvrant dans le cadre du Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement internationale (ACDI), la SIRTEC a récemment ouvert un bureau de liaison à Istanbul afin de faciliter l'identification de partenaires locaux pour les entreprises canadiennes.

L'entreprise organise aussi une mission d'information sur les entreprises du secteur agro-alimentaire dans le Sud-Est de la Turquie. Afin d'améliorer son image, la mission de l'entreprise (le nom de la personne-ressource figure à la fin de cet article) coïncidera avec la Foire internationale AGRI-GAP, qui se tiendra du 11 au 16 mai 1993.

Selon les représentants de la SIRTEC, l'économie de la Turquie a connu une croissance rapide au cours des 10 dernières années et le pays a grandement amélioré son infrastructure générale et sa base industrielle. En effet, plusieurs entreprises canadiennes ont déjà saisi les occasions qui se sont présentées en Turquie. Faire des affaires, ou envisager d'en faire, avec la Turquie offre un avantage supplémentaire : le pays est

situé de façon stratégique à la croisée des chemins entre la Communauté européenne, l'Europe de l'Est, la Communauté des États indépendants et le Moyen-Orient. Il fait office de tremplin pour accéder aux marchés des pays avoisinants et jouit de tarifs douaniers préférentiels sur de nombreux produits avec les pays de la CEE. Les représentants de la SIRTEC ont aussi fait remarquer que la Turquie est un membre associé de la CEE depuis 1963 et fera partie de la Zone européenne de libre-échange en 1995.

En outre, la Turquie est l'initiateur de la Zone de coopération économique de la Mer Noire qui regroupe la Bulgarie, la Roumanie, la Russie, la Moldovie, l'Ukraine, l'Arménie et l'Azerbaïdjan. Elle constitue un véritable modèle économique pour ces pays, et d'autres encore, dont la plupart devront investir massivement dans

leur infrastructure locale.

De plus, le gouvernement de la Turquie favorise la participation des entreprises étrangères à son développement économique et technologique grâce à des règlements souples sur l'investissement et à la prise de diverses mesures d'incitation. La libéralisation des importations et la diversification géographique des exportations ont été les principaux composants de la nouvelle orientation économique de la Turquie.

Les entreprises canadiennes désireuses d'obtenir de plus amples renseignements sur la mission ou les débouchés commerciaux et les possibilités de projets de coopération avec un partenaire turc peuvent communiquer avec M. Louis Duhamel, directeur - secteur de la Turquie, SIRTEC, 555, boulevard René Lévesque ouest, 9^e étage, Montréal (Québec) H2Z 1B1. Tél. : (514) 866-1633. Fax : (514) 875-5004.

Tunisie : Promotion d'affaires et de technologie

Tunis — Les compagnies canadiennes sont invitées à participer, du 9 au 11 juin 1993, à la plus grande manifestation économique annuelle en Tunisie, **Carrefour d'Affaires et de Technologie (CAT 93)**.

La première édition de cette manifestation a été réalisée en 1992 et a attiré 11 000 visiteurs, 1 000 participants dont 438 étrangers; 90% ont jugé importantes les affaires conclues.

Le CAT 93 sera une version répandue

de l'événement fort réussi et comportera trois parties :

- **Le Partenariat 93** — un ensemble de rencontres ciblées entre 600 hommes d'affaires étrangers et tunisiens pour discuter des opportunités de coopération dans l'industrie et les services.

- **Le Salon Méditerranéen de la Sous-Traitance et de l'Approvisionnement (SAMEST 93)** — 300 kiosques aménagés et mis à la disposition des exposants dans le but de favoriser le plus possible les relations de sous-traitance nationale et internationale. L'espace Approvisionnement rassemblera les services d'achats de constructeurs, de fournisseurs et de concepteurs d'équipement et d'ensembliers venus d'Europe, du bassin méditerranéen et d'ailleurs; et

- **Le Centre des Innovations et de la Technologie (CIT 93)** — un espace réservé aux innovations techniques et technologiques des universités, des

(Voir page 6 : Tunisie)

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

AUSTRALIE — Un fabricant de jus de raisin non alcoolique et gazéifié souhaite établir un service d'embouteillage et de distribution au Canada dans le but de se lancer sur le marché nord-américain. Le produit, pour lequel aucun élément chimique ou préservatif n'est utilisé, est actuellement vendu dans le sud-est asiatique et au Japon. Communiquez avec

M. David Williams, ou M. David Oh, directeurs, Rose's Fruit Juice Company, 7, Dover Street East Bentleigh, Victoria 3165, Australie. Fax : (03) 579-1171.

CHINE (République populaire) — Une entreprise chinoise est à la recherche de divers types de navires usagés et peu coûteux qu'elle pourrait obtenir soit par location, par achat ou par coentreprise. Les besoins comprennent un transporteur de vrac sec (tonnage brut enregistré de 3 000 à 6 000 tonnes), un pétrolier (tonnage brut enregistré de 5 000 à 10 000 tonnes), un navire à passagers ultra-rapide (plus de 20 noeuds et pouvant accommoder plus de 200 passagers), un traversier pour passagers et véhicules ainsi qu'un dragueur. Communiquez avec M. Zhang Mao, directeur général de la Strain Eight Co. (CANADA), Bureau de Shanghai, pièce 1 n° 3, Lane 1634 W. Nanjing Road, Shanghai, Chine, 200040. Tél. : 8621-2533551. Fax : 8621-3248360. (M. Ma Xinkui, a/s M. Shao Zhixiong).

CHINE (République populaire) — Un bureau d'une entreprise japonaise établie en Chine cherche des fournisseurs canadiens de matériel utilisé dans des tunnels. Les articles recherchés sont les suivants : matériel de ventilation, détecteur de monoxyde de carbone, soufflerie, appareil de vérification de la visibilité et matériel de contrôle des

signaux. Les intéressés doivent communiquer avec M. Li Chao, More Joys Electronics (Beijing) Co. Ltd., Beijing. Fax: (011-86-1)832-2964.

IRAN — Une entreprise bien établie désire représenter des manufacturiers canadiens d'équipement médical en Iran. Les parties intéressées peuvent communiquer avec IDEA (Industrial Development by Electronic Application Inc.), 568, Jomhori Avenue, Tehran, Iran 13137. Tél. : 926146. Fax :

0119821-926146. Télex : 215207 SEMR IR.

LITUANIE — Une entreprise cherche à établir un plan de partenariat/d'investissement pour la production d'emballages de carton et de papier. Communiquer avec M. Kestutis Marcinkevicius. AB Pabrades, Kartono Fabrikas, Amioniu, g 58, 4710 Pabrade, Lietuva (Lituanie). Tél. : (01217) 5-42-93/5-33-33. Télex : 303-013 FAZA.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise établie à Auckland recherche des logiciels pour des microscopes optiques, l'analyse de l'image et l'imagerie numérique. Communiquez avec Richard Beddek, Marketing Manager, Trimtech New Zeland Ltd., Optical Instruments Division, 14 Mana Place, Manukau City, P.O. Box 76-356, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : 64-9-262-3380. Fax : 64-9-262-3291.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise recherche des fournisseurs de produits d'inspection et de contrôle de la qualité pour l'industrie alimentaire. L'entreprise commercialise actuellement des systèmes d'inspection, des dispositifs de contrôle de la pression vacuométrique et des appareils d'essai d'intégrité des dispositifs d'étanchéité. S'adresser à M. Claude Clarkson, Sales Engineer, N. Z. Ocean Technology Ltd., 2nd Floor, Canon

Building, Fred Thomas Drive, P.O. Box 33-1454, Takapuna, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : 64-9-486-6806. Fax : 64-9-486-6807.

POLOGNE — Un groupe de gens d'affaires invite les intéressés à former une coentreprise ou un partenariat dans le but d'établir une brasserie d'importance moyenne, de mettre au point de la technologie pour verres de contact et de la technologie d'emballage en papier pour produits alimen-

taires. Communiquez avec M. Peter Rzazewski,

Pol-Can Transport Co. Ltd., 44 ul. Florianska, Cracovie, Pologne. Fax : 011-48-12-229-344.

TAÏWAN — Une société locale désire se procurer en grande quantité et à des prix compétitifs des fils-machine d'acier (en rouleaux), des barres d'acier (droites) et des barres triangulaires. Pour plus de précisions sur les caractéristiques des produits recherchés et les quantités demandées, s'adresser au Centre commercial de Taïwan, Place Montréal Trust, 1800, avenue McGill College, bureau 2108, Montréal H3A 3J6. Tél. : (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

TAÏWAN — Une importante entreprise de construction et d'ingénierie qui, en plus de faire de l'importation, a participé à des projets de construction publics et civils d'envergure depuis 1975, souhaite entrer en contact avec des sociétés d'ingénierie spécialisées dans la construction et l'aménagement de brasseries. L'équipement pour brasseries, le matériel, les machines et les produits innovateurs servant à la protection de l'environnement (déchets, eau, air, bruit) et les flèches en alliage d'aluminium intéressent aussi l'entreprise. Communiquez avec le Centre de commerce de Taïwan, 1800, avenue McGill College, pièce 2108, Montréal, H3A 3J6. Tél. : (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Le PDME *(Suite de la première page)*

en oeuvre d'une stratégie à long terme orientée vers des marchés internationaux et des créneaux d'exportation précis.

Une partie des fonds nécessaires, jusqu'à concurrence de 50 %, sera fournie pour une plus vaste gamme d'activités comme les déplacements, l'essai de produits pour certification sur le marché, les frais juridiques, les coûts de présentation des produits et d'autres dépenses nécessaires pour exécuter le plan de commercialisation. Le PDME-SDM fournira cette aide pour une période allant jusqu'à un an, en fonction d'un plan à long terme. En outre, il répondra aux modifications apportées au plan de commercialisation pour répondre aux changements sur le marché mondial. Les SDM s'adressent surtout aux entreprises dont les ventes annuelles sont supérieures à 250 000 \$ et inférieures à 50 millions de dollars.

Le volet **Soumissions pour des projets d'immobilisations** du PDME demeure en grande partie inchangé, tandis que le volet **Activités spéciales** a été remanié pour renforcer et appuyer les activités de commercialisation générale des associations commerciales répondant aux critères d'admissibilité du PDME.

Sur le marché international actuel où la concurrence est vive, le succès dépend de l'innovation, de la qualité et de la performance ainsi que d'un esprit de partenariat, de partage des risques, d'engagement et de souplesse. Le PDME fournit les fondements nécessaires à l'édification de ce partenariat.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

Les Stratégies de développement des marchés (SDM) tiennent compte du besoin de planifier à plus long terme, sur un marché international où la concurrence est de plus en plus vive.

Au lieu d'approuver séparément une série de projets comme c'était le cas par le passé, le SDM approuvera désormais un programme d'appui pour les visites, les foires commerciales et les initiatives de commercialisation dans le cadre général du plan de commercialisation à long terme de la compagnie.

Ce processus allégera le fardeau administratif imposé à la compagnie et aux Centres du commerce international du gouvernement, ce qui le simplifiera et en accroîtra l'efficacité.

La nouvelle SDM reconnaît également les besoins uniques des secteurs des services et de la haute technologie et a été conçue pour en tenir compte dans sa mise à exécution.

Limites de contribution

- La contribution du PDME par demande est de 5 000 \$ au minimum et de 35 000 \$ au maximum.
- Les dépenses admissibles sont partagées moitié-moitié.
- Les fonds doivent être déboursés dans les 13 mois suivant la date d'approbation.

SOUSSIONS POUR DES PROJETS D'IMMOBILISATIONS

L'aide du PDME pour la présentation de soumissions en vue de projets d'immobilisations ou la préparation de propositions avant la passation de contrats vise à aider les entreprises canadiennes à soumissionner pour d'important projets d'immobilisations à l'extérieur du Canada.

Ce volet du nouveau PDME demeure le même que par le passé et peut comprendre les soumissions internationales concurrentielles ou celles présentées dans des pays à économie planifiée ou en transition. Il ne vise pas la formation de coentreprises étrangères.

Les soumissions portent sur la fourniture de produits et services dans des domaines comme le génie, la construction, l'architecture et les conseils de gestion.

Limites de contribution/admissibilité

- La contribution du PDME par demande est de 25 000 \$ au minimum et de 250 000 \$ au maximum. La valeur de la soumission doit dépasser un million de dollars.
- La contribution maximale du PDME par requérant et par année financière du gouvernement est de 500 000 \$.
- La contribution maximale du PDME par projet exécuté par un consortium ad hoc est de 400 000 \$.

Admissibilité des compagnies

- La préférence sera donnée aux compagnies dont le chiffre d'affaires est supérieur à un million de dollars.
- Le requérant doit montrer clairement qu'il est capable d'exécuter le projet.

ACTIVITÉS SPÉCIALES

L'aide pour les activités spéciales s'adresse aux associations commerciales axées sur un secteur précis et ne faisant pas de vente et aux associations commerciales horizontales importantes ou nationales. Les activités menées par ces associations doivent profiter à leurs membres et peuvent inclure la promotion des produits et services.

Comme pour les autres activités, les projets doivent viser le développement ou l'augmentation des ventes de produits et services canadiens sur les marchés étrangers.

Limite de contribution

- La contribution du PDME par demande est de 15 000 \$ au minimum.
- Les limites de contribution seront fixées en fonction du budget de l'association et de sa capacité de partager les frais. Elles sont établies en principe à 100 000 \$.
- Deux approbations par requérant par année financière. La contribution du PDME en vertu des Activités spéciales n'est pas remboursable.

Admissibilité au programme

L'association doit avoir : une stratégie d'exportation bien
(Voir page 5 : PDME)

PDME (Suite de la page 4)

établie décrivant le potentiel d'exportation de ses membres; une capacité de commercialisation et de gestion; les ressources financières nécessaires pour exécuter l'activité proposée; et l'approbation des activités proposées par le conseil d'administration de l'association ou ses membres à

par actions ou de son équivalent provincial. Les organisations constituées en vertu de l'article 11 de la *Loi sur les corporations canadiennes* (organisations sans but lucratif) ou d'une loi provinciale équivalente ne sont pas admissibles à l'aide du PDME;

- être inscrites aux systèmes WIN-EXPORTS ou RADAR, les bases de données du ministère sur les entreprises;

- que le contenu canadien du produit de la compagnie soit de moins de 60 %;

- être engagés dans leurs engagements envers le gouvernement.

- Le chiffre d'affaires sera donné aux entreprises dont le chiffre dépasse 250 000 \$.

NE PAS SOUMETTRE UNE DEMANDE de développement des marchés/ pour les exportateurs

Avant d'avoir examiné votre proposition avec un agent du commerce international de votre région, soumettez-la de manière appropriée ainsi que la documentation à l'appui (plan de commercialisation).

Documents pour des projets d'immobilisation spéciales

Les demandes et la documentation requise doivent être envoyées directement à la Direction des programmes d'exportation et d'investissement (TPE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 995-5773.

Vous pouvez aussi se procurer le **Guide du PDME** et les formulaires de demande aux Centres du commerce international situés dans les capitales provinciales ou en téléphonant à Info-Export, à Ottawa, tél. sans frais 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

On peut obtenir des renseignements supplémentaires de la Direction des programmes d'exportation et d'investissement (TPE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Tél. : (613) 944-0018. Fax : (613) 995-5773.

Limites de contribution

La contribution du PDME par demande est de 7 500 \$ au maximum.

Admissibilité des compagnies

Les compagnies admissibles doivent :

- être constituées en sociétés en vertu de la *Loi sur les sociétés*

La CCC

 (Suite de la première page)

Voici quelques importantes constatations faites par M. Sarrazin au cours de sa tournée :

- Même si la tendance est à la privatisation dans toute la région, les marchés publics offrent toujours de vastes débouchés aux exportateurs canadiens, notamment dans les secteurs de l'infrastructure et de la défense, où ils peuvent bénéficier de l'aide de la CCC;

- La CCC fait oeuvre de pionnier à Taiwan où elle aidera peut-être un exportateur, à sa demande express à réaliser une vente à un client du secteur privé; elle fait de même au Viet Nam, qui ouvre son marché aux pays de l'Ouest et où l'on prévoit que la concurrence sera vive; et

- À Canberra, la CCC a signé un contrat de 111 millions de \$Can pour la fourniture, par la Division diesel de General

Motors du Canada Ltée, de véhicules blindés légers aux Forces armées australiennes.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont la CCC peut aider les entreprises cherchant à exporter dans cette région, veuillez communiquer avec M^{me} Sherri Lilloco, agent de projet principal, région Asie-Pacifique, CCC, Ottawa. Tél. : (613) 996-2138. Fax : (613) 995-2121.

Le PDME *(Suite de la première page)*

en oeuvre d'une stratégie à long terme orientée vers des marchés internationaux et des créneaux d'exportation précis.

Une partie des fonds nécessaires, jusqu'à concurrence de 50 %, sera fournie pour une plus vaste gamme d'activités comme les déplacements, l'essai de produits pour certification sur le marché, les frais juridiques, les coûts de présentation des produits et d'autres dépenses nécessaires pour exécuter le plan de commercialisation. Le PDME-SDM fournira cette aide pour une période allant jusqu'à un an, en fonction d'un plan à long terme. En outre, il répondra aux modifications apportées au plan de commercialisation pour répondre aux changements sur le marché mondial. Les SDM s'adresseront surtout aux entreprises dont les ventes annuelles sont supérieures à 250 000 \$ et inférieures à 50 millions de dollars.

Le volet **Soumissions pour des projets d'immobilisations** du PDME demeure en grande partie inchangé, tandis que le volet **Activités spéciales** a été remanié pour renforcer et appuyer les activités de commercialisation générale de associations commerciales répondant aux critères d'admissibilité du PDME.

Sur le marché international actuel où la concurrence est vive, le succès dépend de l'innovation, de la qualité et de la performance ainsi que d'un esprit de partenariat, de partage des risques, d'engagement et de souplesse. Le PDME fournit les fondements nécessaires à l'édification de ce partenariat.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

Les Stratégies de développement des marchés (SDM) tiennent compte du besoin de planifier à plus long terme, sur un marché international où la concurrence est de plus en plus vive.

Au lieu d'approuver séparément une série de projets comme c'était le cas par le passé, le SDM approuvera désormais un programme d'appui pour les visites, les foires commerciales et les initiatives de commercialisation dans le cadre général du plan de commercialisation à long terme de la compagnie.

Ce processus allégera le fardeau administratif imposé à la compagnie et aux Centres du commerce international du gouvernement, ce qui le simplifiera et en accroîtra l'efficacité.

La nouvelle SDM reconnaît également les besoins uniques des secteurs des services et de la haute technologie et a été conçue pour en tenir compte dans sa mise à exécution.

Limites de contribution

- La contribution du PDME par demande est de 5 000 \$ au minimum et de 35 000 \$ au maximum.
- Les dépenses admissibles sont partagées moitié-moitié.
- Les fonds doivent être déboursés dans les 13 mois suivant la date d'approbation.

SOUSSIONS POUR DES PROJETS D'IMMOBILISATIONS

L'aide du PDME pour la présentation de soumissions en vue de projets d'immobilisations ou la préparation de propositions avant la passation de contrats vise à aider les entreprises canadiennes à soumissionner pour d'important projets d'immobilisations à l'extérieur du Canada.

CANADA



External Affairs and
International Trade
Commission

1234567890

ACTIVITÉS SPÉCIALES

L'aide pour les activités spéciales s'adresse aux associations commerciales axées sur un secteur précis et ne faisant pas de vente et aux associations commerciales horizontales importantes ou nationales. Les activités menées par ces associations doivent profiter à leurs membres et peuvent inclure la promotion des produits et services.

Comme pour les autres activités, les projets doivent viser le développement ou l'augmentation des ventes de produits et services canadiens sur les marchés étrangers.

Limite de contribution

- La contribution du PDME par demande est de 15 000 \$ au minimum.
- Les limites de contribution seront fixées en fonction du budget de l'association et de sa capacité de partager les frais. Elles sont établies en principe à 100 000 \$.
- Deux approbations par requérant par année financière. La contribution du PDME en vertu des Activités spéciales n'est pas remboursable.

Admissibilité au programme

L'association doit avoir : une stratégie d'exportation bien
(Voir page 5 : PDME)

PDME (Suite de la page 4)

établie décrivant le potentiel d'exportation de ses membres; une capacité de commercialisation et de gestion; les ressources financières nécessaires pour exécuter l'activité proposée; et l'approbation des activités proposées par le conseil d'administration de l'association ou ses membres à

par actions ou de son équivalent provincial. Les organisations constituées en vertu de l'article 11 de la *Loi sur les corporations canadiennes* (organisations sans but lucratif) ou d'une loi provinciale équivalente ne sont pas admissibles à l'aide du PDME;

- être inscrites aux systèmes WIN-EXPORTS ou RADAR, les bases de données du ministère sur les entreprises;
 - que le contenu canadien du produit de la compagnie soit de moins de 60 %;
 - qu'elles soient régulières dans leurs engagements envers le gouvernement.
- La préférence sera donnée aux entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse 250 000 \$.

NE PAS SOUMETTRE UNE DEMANDE de développement des marchés/ pour les exportateurs

Avant d'avoir examiné votre proposition avec un agent du commerce international de votre région, soumettez-la de façon appropriée ainsi que la documentation à l'appui (de la demande de commercialisation).

Conditions pour des projets d'immobilisation spéciales

Les demandes et la documentation requise doivent être soumises directement à la Direction des programmes d'exportation et d'investissement (TPE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 995-5773.

Vous pouvez aussi procurer le **Guide du PDME** et les formulaires de demande aux Centres du commerce international situés dans les capitales provinciales ou en téléphonant à Info-Export, à Ottawa, tél. sans frais 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

On peut obtenir des renseignements supplémentaires de la Direction des programmes d'exportation et d'investissement (TPE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Tél. : (613) 944-0018. Fax : (613) 995-5773.

EXPORT (BPT)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2

Limites de contribution

La contribution du PDME par demande est de 7 500 \$ au maximum.

Admissibilité des compagnies

- Les compagnies admissibles doivent :
- être constituées en sociétés en vertu de la *Loi sur les sociétés*

La CCC

 (Suite de la première page)

Voici quelques importantes constatations faites par M. Sarrazin au cours de sa tournée :

- Même si la tendance est à la privatisation dans toute la région, les marchés publics offrent toujours de vastes débouchés aux exportateurs canadiens, notamment dans les secteurs de l'infrastructure et de la défense, où ils peuvent bénéficier de l'aide de la CCC;

- La CCC fait oeuvre de pionnier à Taiwan où elle aidera peut-être un exportateur, à sa demande express à réaliser une vente à un client du secteur privé; elle fait de même au Viet Nam, qui ouvre son marché aux pays de l'Ouest et où l'on prévoit que la concurrence sera vive; et
- À Canberra, la CCC a signé un contrat de 111 millions de \$Can pour la fourniture, par la Division diesel de General

Motors du Canada Ltée, de véhicules blindés légers aux Forces armées australiennes.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont la CCC peut aider les entreprises cherchant à exporter dans cette région, veuillez communiquer avec M^{me} Sherri Lillico, agent de projet principal, région Asie-Pacifique, CCC, Ottawa. Tél. : (613) 996-2138. Fax : (613) 995-2121.

Le PDME *(Suite de la première page)*

en oeuvre d'une stratégie à long terme orientée vers des marchés internationaux et des créneaux d'exportation précis.

Une partie des fonds nécessaires, jusqu'à concurrence de 50 %, sera fournie pour une plus vaste gamme d'aides comme les déplacements, l'essai de produits pour certifier sur le marché, les frais juridiques, les coûts de présentation des produits et d'autres dépenses nécessaires pour élaborer le plan de commercialisation. Le PDME-SDM fournit une aide pour une période allant jusqu'à un an, en fonction du plan à long terme. En outre, il répondra aux modifications apportées au plan de commercialisation pour répondre aux changements sur le marché mondial. Les SDM s'adressent surtout aux entreprises dont les ventes annuelles sont inférieures à 250 000 \$ et inférieures à 50 millions de dollars.

Le volet **Soumissions pour des projets d'immobilisations** du PDME demeure en grande partie inchangé, mais que le volet **Activités spéciales** a été remanié pour renforcer et appuyer les activités de commercialisation générées par les associations commerciales répondant aux critères d'admissibilité du PDME.

Sur le marché international actuel où la concurrence est vive, le succès dépend de l'innovation, de la qualité de la performance ainsi que d'un esprit de partenariat, de la prise de risques, d'engagement et de souplesse. Le PDME fournit les fondements nécessaires à l'édification de ce partenariat.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

Les Stratégies de développement des marchés (SDM) tiennent compte du besoin de planifier à plus long terme, sur un marché international où la concurrence est de plus en plus vive.

Au lieu d'approuver séparément une série de projets comme c'était le cas par le passé, le SDM approuvera désormais un programme d'appui pour les visites, les foires commerciales et les initiatives de commercialisation dans le cadre général du plan de commercialisation à long terme de la compagnie.

Ce processus allégera le fardeau administratif imposé à la compagnie et aux Centres du commerce international du gouvernement, ce qui le simplifiera et en accroîtra l'efficacité.

La nouvelle SDM reconnaît également les besoins uniques des secteurs des services et de la haute technologie et a été conçue pour en tenir compte dans sa mise à exécution.

Limites de contribution

- La contribution du PDME par demande est de 5 000 \$ au minimum et de 35 000 \$ au maximum.
- Les dépenses admissibles sont partagées moitié-moitié.
- Les fonds doivent être déboursés dans les 13 mois suivant la date d'approbation.

SOUSSIONS POUR DES PROJETS D'IMMOBILISATIONS

L'aide du PDME pour la présentation de soumissions en vue de projets d'immobilisations ou la préparation de propositions avant la passation de contrats vise à aider les entreprises canadiennes à soumissionner pour d'importants projets d'immobilisations à l'extérieur du Canada.

L'aide pour les activités spéciales s'adresse aux associations commerciales axées sur un secteur précis et ne faisant pas de vente et aux associations commerciales horizontales importantes ou nationales. Les activités menées par ces associations doivent profiter à leurs membres et peuvent inclure la promotion des produits et services.

Comme pour les autres activités, les projets doivent viser le développement ou l'augmentation des ventes de produits et services canadiens sur les marchés étrangers.

Limite de contribution

- La contribution du PDME par demande est de 15 000 \$ au minimum.
- Les limites de contribution seront fixées en fonction du budget de l'association et de sa capacité de partager les frais. Elles sont établies en principe à 100 000 \$.
- Deux approbations par requérant par année financière. La contribution du PDME en vertu des Activités spéciales n'est pas remboursable.

Admissibilité au programme

L'association doit avoir : une stratégie d'exportation bien définie.
(Voir page 5 : PDME)

PDME (Suite de la page 4)

établie décrivant le potentiel d'exportation de ses membres; une capacité de commercialisation et de gestion; les ressources financières nécessaires pour exécuter l'activité proposée; et l'approbation des activités proposées par le conseil d'administration de l'association ou ses membres à l'assemblée générale annuelle.

Les activités doivent profiter aux membres de l'association.

PETITES ENTREPRISES ET NOUVEAUX EXPORTATEURS

Le nouveau PDME reconnaît qu'une proportion importante des entreprises canadiennes ne sont pas capables d'exporter, soit à cause d'une connaissance insuffisante de l'exportation, soit à cause d'un manque de ressources internes. Ce volet du nouveau programme aidera ces compagnies et d'autres compagnies au Canada qui n'ont peut-être que des besoins cycliques en matière d'exportation. Elle permet à ces compagnies de chercher des débouchés soit par le repérage de créneaux, soit par la participation à une foire commerciale.

Coûts admissibles

Le PDME assumera jusqu'à 50 % des coûts liés à une visite approuvée de prospection du marché et (ou) à la participation à une foire à l'extérieur du Canada, jusqu'à concurrence de deux approbations par année financière. Le PDME n'assume pas les coûts des produits comme tels ou de leur transport vers les marchés étrangers (sauf pour les démonstrations), les frais de représentation, les salaires et les commissions ainsi que le coût des documents en anglais ou en français.

Limites de contribution

La contribution du PDME par demande est de 7 500 \$ au maximum.

Admissibilité des compagnies

Les compagnies admissibles doivent :

- être constituées en sociétés en vertu de la *Loi sur les sociétés*

par actions ou de son équivalent provincial. Les organisations constituées en vertu de l'article 11 de la *Loi sur les corporations canadiennes* (organisations sans but lucratif) ou d'une loi provinciale équivalente ne sont pas admissibles à l'aide du PDME;

- être inscrites aux systèmes WIN-EXPORTS ou RADAR, les bases de données du ministère sur les entreprises;
- s'assurer que le contenu canadien du produit de la compagnie est au moins de 60 %;
- être en règle dans leurs engagements envers le gouvernement canadien.

La préférence sera donnée aux entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse 250 000 \$.

COMMENT SOUMETTRE UNE DEMANDE Stratégies de développement des marchés/ nouveaux exportateurs

Après avoir examiné votre proposition avec un agent du Centre du commerce international de votre région, soumettez la demande appropriée ainsi que la documentation à l'appui (soit le plan de commercialisation).

Soumissions pour des projets d'immobilisation et Activités spéciales

Les demandes et la documentation requise doivent être soumises directement à la Direction des programmes d'exportation et d'investissement (TPE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 995-5773.

On peut se procurer le **Guide du PDME** et les formulaires de demande aux Centres du commerce international situés dans les capitales provinciales ou en téléphonant à Info-Export, à Ottawa, tél. sans frais 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

On peut obtenir des renseignements supplémentaires de la Direction des programmes d'exportation et d'investissement (TPE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Tél. : (613) 944-0018. Fax : (613) 995-5773.

La CCC (Suite de la première page)

Voici quelques importantes constatations faites par M. Sarrazin au cours de sa tournée :

- Même si la tendance est à la privatisation dans toute la région, les marchés publics offrent toujours de vastes débouchés aux exportateurs canadiens, notamment dans les secteurs de l'infrastructure et de la défense, où ils peuvent bénéficier de l'aide de la CCC;

- La CCC fait oeuvre de pionnier à Taiwan où elle aidera peut-être un exportateur, à sa demande express à réaliser une vente à un client du secteur privé; elle fait de même au Viet Nam, qui ouvre son marché aux pays de l'Ouest et où l'on prévoit que la concurrence sera vive; et

- À Canberra, la CCC a signé un contrat de 111 millions de \$Can pour la fourniture, par la Division diesel de General

Motors du Canada Ltée, de véhicules blindés légers aux Forces armées australiennes.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont la CCC peut aider les entreprises cherchant à exporter dans cette région, veuillez communiquer avec M^{me} Sherri Lilloco, agent de projet principal, région Asie-Pacifique, CCC, Ottawa. Tél. : (613) 996-2138. Fax : (613) 995-2121.

PUBLICATIONS

Le *Plan de promotion du commerce international (PPCI) 1993-1994* a été officiellement annoncé par l'honorable Michael Wilson, le 1^{er} avril 1993.

Le PPCI est le fruit des efforts collectifs de 15 ministères fédéraux qui s'occupent de commerce international, d'investissement et de développement technologique et tient compte des commentaires d'un grand nombre d'organisations du secteur privé et d'entreprises.

Le Programme se veut un document stratégique à long terme qui met l'accent sur l'aide accordée par le gouvernement aux entreprises pour leurs affaires internationales.

Le PPCI comprend un aperçu stratégique, des stratégies individuelles pour 22 secteurs prioritaires et une liste complète des activités de financement prévues par le gouvernement fédéral dans chacun de ces secteurs prioritaires.

On peut obtenir des exemplaires du document complet, ou de certaines parties de celui-ci, sur copie papier ou sur disquette auprès d'InfoExport ou du Centre du commerce international le plus proche.

Le guide intitulé *The Argentine Software Market Guide* (178 LA) est offert aux entreprises désireuses de prospecter un marché qui croît à raison de 100 % par an dans bon nombre de secteurs. Le marché des logiciels d'ordinateur personnel et de mini-ordinateurs est particulièrement attrayant. Le guide explique que la demande de logiciels pour les gros ordinateurs a ralenti en raison de la mauvaise situation financière du gouvernement, mais qu'elle devrait repartir en 1993 à mesure que l'État privatise ses sociétés. Les nouveaux débouchés se multiplient en Argentine en raison de l'initiative de privatisation et les entreprises investissent dans de nouveaux logiciels en vue d'accroître la productivité des employés. Le marché des logiciels de comptabilité et de gestion a été estimé à 18,6 millions

\$US en 1990 et à 25,7 millions en 1991. Le marché des logiciels de base de données, qui était de 2 300 unités en 1990, a cru de 40 % en 1992, selon les estimations. L'absence de culture informatique avancée exige que les entreprises offrent un important soutien du point de vue technique et de la formation. Les entreprises qui possèdent les moyens de combiner ce soutien à des produits conviviaux et à la mise en place de leurs produits dans des laboratoires d'écoles et d'université peuvent s'attendre à réussir sur ce marché. On peut se procurer ce guide, en anglais seulement, à Info Export (voir encadré au bas de la page 8).

Remote Sensing in Argentina Today (179 LA) est un guide complet des institutions officielles ou des entreprises privées oeuvrant dans le domaine de

la télédétection ou de ses applications en Argentine. Malgré le peu de progrès enregistrés jusqu'ici, les auteurs sont convaincus qu'il existe un important débouché pour l'application de la technologie de télédétection en Argentine. On prévoit que les secteurs comme l'agriculture, l'exploitation forestière, la géologie, l'utilisation des sols et la planification urbaine auront recours à cette technologie de façon accrue dans les années à venir. Le guide explique que la sollicitation auprès de représentants du gouvernement est essentielle pour l'avenir de ce marché et fournit une liste des différents groupes de pressions oeuvrant dans ce domaine, allant des organismes officiels aux entreprises privées. On peut se procurer ce guide, en anglais seulement, à Info Export (voir l'encadré au bas de la page 8).

AU CALENDRIER

Regina — 10 mai - 18 juin; 5 juillet - 13 août — *Increasing Economic Globalization and the Growth of International Links* : programme organisé par *The Summer Centre for International Languages (SCIL)*, qui vise à préparer les gens d'affaires à travailler sur le marché international. Le SCIL présente également des séminaires sur la langue et les pratiques d'affaires internationales. Pour plus de renseignements, communiquer avec le SCIL, Luther College, University of Regina. Tél. : (306) 585-5300. Fax: (306) 585-5267.

Laval — les 27 et 28 mai 1993; **Toronto** — les 28 et 29 octobre 1993 — **Security Canada Shows** — Organisées par l'Association canadienne de systèmes d'alarme et de sécurité (CANASA), les foires, qui s'accompagnent de colloques, présentent les dernières nouveautés de l'industrie de la sécurité électronique en Amérique du Nord. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec CANASA, 610 Alden Road, Suite 201, Markham (Ontario). Tél. : (416) 513-0622. Fax : (416) 513-0624.

Le Tunis (Suite de la page 2)

écoles d'ingénieurs, des entreprises, des centres techniques, des instituts de recherche, etc... pouvant déboucher sur une véritable rapprochement recherche industrie.

CAT 93 s'inscrit dans le cadre médi-

terranéen, européen et international.

Pour de plus amples informations, communiquez avec l'ambassade de la République tunisienne, 515, rue O'Connor, Ottawa K1S 3P8. Tél. : (613) 237-0330. Fax : (613) 237-7939.

Nous mettons à jour la liste d'abonnés

Si vous désirez continuer à recevoir **CanadExport**, veuillez indiquer votre numéro d'abonnement et remplir le questionnaire et le sondage ci-joints et nous les retourner immédiatement.

Veuillez indiquer clairement, en lettres moulées, tout changement à apporter sur l'étiquette-adresse.

NUMÉRO D'ABONNÉ											
NOM											
ORGANISATION											
DÉPARTEMENT											
ADRESSE											
VILLE						PROV.			CODE POSTAL		
TÉLÉPHONE						TÉLÉCOPIEUR					

1. a) Type d'organisation (un seul choix)

- | | | |
|------------------------|--------------------------|----|
| Éducation | <input type="checkbox"/> | ED |
| Entreprise | <input type="checkbox"/> | BU |
| Association d'affaires | <input type="checkbox"/> | BA |
| Gouvernement : fédéral | <input type="checkbox"/> | GF |
| provincial | <input type="checkbox"/> | GP |
| régional | <input type="checkbox"/> | GR |
| municipal | <input type="checkbox"/> | GM |
| Médias | <input type="checkbox"/> | ME |
| Autre | <input type="checkbox"/> | OT |

b) Nombre d'employés à plein temps au Canada

- | | | |
|----------------|--------------------------|----|
| de 1 à 4 | <input type="checkbox"/> | N1 |
| de 5 à 20 | <input type="checkbox"/> | N2 |
| de 21 à 100 | <input type="checkbox"/> | N3 |
| de 101 à 1 000 | <input type="checkbox"/> | N4 |
| 1 001 et plus | <input type="checkbox"/> | N5 |

2. a) Activité principale de l'organisation (un seul choix)

- | | | |
|--|--------------------------|----|
| Agriculture | <input type="checkbox"/> | AG |
| Pêche et produits de la mer | <input type="checkbox"/> | FS |
| Mines, métaux et minéraux | <input type="checkbox"/> | MM |
| Produits de consommation | <input type="checkbox"/> | CP |
| Produits de défense | <input type="checkbox"/> | DE |
| Produits alimentaires | <input type="checkbox"/> | FP |
| Produits forestiers | <input type="checkbox"/> | FT |
| Machinerie industrielle et spécialisée | <input type="checkbox"/> | IM |
| Électronique | <input type="checkbox"/> | EL |
| Équipement de transport | <input type="checkbox"/> | TR |
| Environnement/équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | ET |
| Communications/information/
équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | CT |
| Énergie/produits pétroliers | <input type="checkbox"/> | EP |
| Construction | <input type="checkbox"/> | CO |
| Services de transport | <input type="checkbox"/> | TS |
| Entreposage/commerce de gros et de détail | <input type="checkbox"/> | SW |
| Communications/services d'information | <input type="checkbox"/> | CI |

- | | | |
|-------------------------------|--------------------------|----|
| Services de consultation | <input type="checkbox"/> | CS |
| Accueil/tourisme | <input type="checkbox"/> | HT |
| Services bancaires/financiers | <input type="checkbox"/> | BF |
| Services d'éducation | <input type="checkbox"/> | ES |
| Services de santé | <input type="checkbox"/> | HS |
| Autre (veuillez préciser) | <input type="checkbox"/> | OH |

b) Dans quelle langue désirez-vous recevoir le bulletin *CanadExport*?

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|----|
| en anglais | <input type="checkbox"/> | EN |
| en français | <input type="checkbox"/> | FR |
| dans les deux langues | <input type="checkbox"/> | BI |

3. a) Poste/fonction

- | | | |
|-------------------|--------------------------|----|
| Propriétaire | <input type="checkbox"/> | F1 |
| Directeur | <input type="checkbox"/> | F2 |
| Commercialisation | <input type="checkbox"/> | F3 |
| Autre | <input type="checkbox"/> | F4 |

b) Sexe

- | | | |
|-------|--------------------------|----|
| Femme | <input type="checkbox"/> | FE |
| Homme | <input type="checkbox"/> | MA |

4. a) À l'heure actuelle, vous

- | | | |
|----------------------|--------------------------|----|
| exportez | <input type="checkbox"/> | C1 |
| envisagez d'exporter | <input type="checkbox"/> | C2 |
| n'exportez pas | <input type="checkbox"/> | C3 |

b) Si vous avez coché C1 ou C2 au numéro 4a), veuillez indiquer vers quelles régions

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|----|
| États-Unis | <input type="checkbox"/> | A1 |
| Europe | <input type="checkbox"/> | A2 |
| Asie-Pacifique | <input type="checkbox"/> | A3 |
| Amérique latine/Antilles | <input type="checkbox"/> | A4 |
| Afrique | <input type="checkbox"/> | A5 |
| Moyen-Orient | <input type="checkbox"/> | A6 |
| Toutes ces régions | <input type="checkbox"/> | A7 |

Sondage/questionnaire CanadExport

Votre opinion nous permettra de produire un bulletin **CanadExport** qui vous sera plus utile. Nous vous serions très reconnaissants de répondre à ce court questionnaire et de le retourner à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, dans l'enveloppe-réponse ci-jointe.

Veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre réponse.

1. De quelle façon avez-vous été informé de l'existence du bulletin *CanadExport* (une seule réponse)

- A au bureau/lieu de travail
- B par un autre abonné
- C dans un Centre de commerce international (colocalisé avec Industrie, Sciences et Technologie Canada)
- D à bord d'un vol d'Air Canada
- E sur la recommandation d'un collègue ou d'un ami
- F à l'occasion d'une foire commerciale
- G Info Export
- H Autre (veuillez préciser): _____

2. Les catégories d'articles suivants, publiés régulièrement dans *CanadExport*, vous sont-elles utiles?

Inutiles (1); Quelque peu utiles (2);
Assez utiles (3); Très utiles (4)

	1	2	3	4
a) Profils des différents services des Affaires extérieures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Profils de secteurs industriels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Profils de pays et de régions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Foires et expositions commerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Activités des institutions financières internationales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Suppléments en collaboration avec d'autres ministères fédéraux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Débouchés commerciaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Calendrier des événements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Publications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Éditoriaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Articles de fond ALENA, ALE, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Quels autres sujets aimeriez-vous voir aborder dans le bulletin *CanadExport*?

Avez-vous de nouveaux noms d'abonnés à suggérer ou à ajouter?

NOM _____

ORGANISATION _____

DÉPARTEMENT _____

ADRESSE _____

VILLE _____ PROV. _____ CODE POSTAL _____

TÉLÉPHONE _____ TÉLÉCOPIEUR _____

Votre collaboration est grandement appréciée

InfoExport

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

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

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



A-1
A
16f
18
93
635

CANAD EXPORT

Ministère des Affaires étrangères
Ministry of Foreign Affairs

Vol. 11 N°8

APR 28 1993

3 mai 1993

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Argentine

Un marché plus attrayant

Chaque jour, de nouveaux débouchés s'ouvrent en Argentine, signalent les conseillers commerciaux de l'ambassade du Canada à Buenos Aires.

Et, comme le précisait le ministre du Commerce extérieur, M. Michael Wilson, le 25 février 1993, en accueillant au Canada M. Domingo Cavallo, ministre de l'Économie argentin : « Les exportateurs canadiens ont fait leur réapparition sur le marché argentin. En 1992, ils y ont réalisé leur meilleure performance depuis 1987. Les exportations, chiffrées à 100 millions de dollars, ont progressé de 65% par rapport à 1991. »

« L'Argentine a récupéré une partie des capitaux intérieurs qui avaient quitté le pays et elle a attiré de nouveaux investisseurs étrangers, y compris quelques noms canadiens célèbres. Le Canada occupe maintenant le septième rang parmi les investisseurs directs en Argentine. »

Ère de renouveau

Tournant le dos à près d'un demi-siècle d'isolement économique et poli-

tique, l'Argentine s'est engagée dans une grand processus de renouveau.

Sur le front économique, elle a rattaché la monnaie nationale au dollar américain, elle a entrepris un des programmes de privatisation parmi les plus importants et les plus rapides jamais menés dans le monde et elle a mis en branle un programme de déréglementation et de réforme sociale, le tout pour essayer de rendre l'industrie argentine plus concurrentielle au niveau international.

Sous la direction de M. Cavallo, le taux de l'inflation a littéralement chuté, passant d'environ 30% par mois, au début de 1991, à 18% par an, en 1992. Cette baisse devrait se poursuivre en 1993. La croissance du PIB, qui était de 6% en 1992, devrait atteindre 7% en 1993. Depuis 1990, la privatisation a rapporté quelque 5 455 millions de dollars américains, ce qui a aidé à réduire la dette publique.

La privatisation et les Canadiens

Dans les secteurs privatisés, on trouve des sociétés de téléphone, les lignes aériennes nationales, l'électricité, les chemins de fer, les services d'adduction d'eau et de traitement des eaux usées, le réseau de transport et de distribution du gaz et la société pétrolière d'État. Des entreprises canadiennes profitent déjà des possibilités offertes.

(Voir page 2— Marché)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires commerciales de la C. B. à la Turquie	4-6
Marchés de l'Amérique centrale ..	7
Calendrier/publications	8

Séminaires : ALENA

En juin, une série de séminaires d'une journée seront présentés dans plusieurs villes canadiennes, portant sur l'Accord de libre-échange nord-américain : **Calgary** — (15 juin 1993); **Montréal** — (23 juin 1993); **Toronto Est** — (24 juin 1993); **Toronto Ouest** — (25 juin 1993); **Vancouver** — (28 juin 1993) — En plus d'offrir une introduction à l'Accord de libre-échange nord-américain et un survol de ce dernier, ces séminaires d'une journée aborderont des questions telles que l'accès au marché, les formalités douanières, les règles d'origine, l'harmonisation et l'élimination des obstacles au commerce, les accords parallèles, le transport et les aspects logistiques.

Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec CCH Canadian Limited, département des conférences, 6, Garamond Court, Don Mills, Ontario, M3C 1Z5. On composera, de Toronto, le 441-2292; de l'extérieur de Toronto, on peut faire le numéro sans frais suivant: 1-800-268-4522. Fax: (416) 444-9478.

Contrats en matière de défense

La CCC facilite les exportations vers le Royaume-Uni

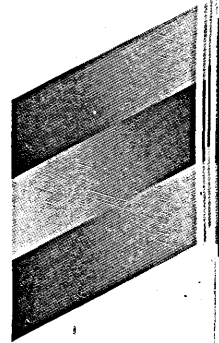
Les entreprises canadiennes accréditées qui désirent vendre des produits ou des services au ministère de la Défense du Royaume-Uni (MODUK) peuvent désormais s'inscrire à la Corporation commerciale canadienne (CCC) afin de rationaliser le processus.

Par l'entremise du MODUK, elles évitent d'avoir à satisfaire les exigences du ministère en matière de compétences techniques, de dispositions pour le

contrôle des dessins, de production et de normes de qualité. Le MODUK ne leur demandera pas de preuves de leur situation financière ou de la qualité de leurs produits, car cette fonction incombera à la CCC. Les entreprises qui s'inscrivent seront aussi exposées à toutes les directions du MODUK qui passent des contrats.

Communiquer avec M. Yvon Jolicoeur au (613) 996-0227.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Le marché *(Suite de la première page)*

Dans le secteur des hydrocarbures, plusieurs entreprises de Calgary ont réussi à acquérir des droits pour la prospection et la production pétrolières, et elles ont obtenu la concession pour l'exploitation du gazoduc situé dans le nord du pays. Une entreprise canadienne est membre du consortium qui vient de commencer à exploiter une des sociétés ferroviaires récemment privatisées.

Le matériel d'exploitation minière et les services miniers commencent eux aussi à être de plus en plus recherchés.

En 1992, les ventes canadiennes sur le marché argentin comprenaient des satellites, des hélicoptères, du matériel de télécommunication et de radiodiffusion, de la bière, des shampoings et du saumon, des machines à mouler les plastiques par injection, du matériel pour le raffinage des huiles, ainsi que du soufre, du charbon et du papier.

Secteurs prometteurs

Devant ces débouchés naissants, la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Buenos Aires concentre ses activités sur des secteurs très prometteurs : le pétrole et le gaz, l'environnement, la transformation et le

conditionnement des aliments, la transformation des matières plastiques, la production, la distribution et la transmission de l'électricité, les télécommunications, les transports, et les services financiers.

Ce sont tous des domaines dans lesquels les entreprises canadiennes possèdent maintenant de grandes compétences et pour lesquels elles ont beaucoup à offrir en matière de technologie, d'équipement et de services.

Le matériel d'exploitation minière et les services miniers commencent eux aussi à être de plus en plus recherchés. À ce propos, la nouvelle conjoncture du point de vue législatif et réglementaire, pour ce qui est de mettre en valeur les ressources minières de l'Argentine, est particulièrement intéressante pour les entreprises canadiennes qui travaillent déjà beaucoup dans ce secteur au Chili.

Dans le secteur agricole, 60% des troupeaux laitiers argentins sont de souches génétiques canadiennes. L'Argentine a adopté les normes de classification canadiennes pour les bovins de race Holstein et elle s'est procuré une grande partie de ses volailles de reproduction au Canada. Elle a entrepris de planter du colza sur quelque 200 000 hectares pendant la saison 1992-1993, afin de produire de l'huile de colza canola.

La Société pour l'expansion des exportations vient de négocier l'ouverture de lignes de crédit avec les établissements suivants : le Banco de Galicia y Buenos Aires et le Banco Rio de

la Plata, pour un montant de 510 millions \$ US chacun.

60% des troupeaux laitiers argentins sont de souches génétiques canadiennes

Ce mois-ci, l'ambassade tiendra un kiosque d'information à la foire commerciale internationale MERCOSUR, qui aura lieu à Buenos Aires et elle espère que des missions commerciales favoriseront la vente de matériel et de technologies de conditionnement, de matériel et de services pour l'industrie des matières plastiques et, peut-être, de matériel et de services pour le secteur minier.

Personnes-ressources

Les entreprises qui souhaitent avoir de plus amples renseignements sur ces manifestations de promotion commerciale ou sur d'autres peuvent s'adresser à M. Luis Bustos, Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Fax : (613) 943-8806. Les entreprises canadiennes intéressées par les débouchés commerciaux en Argentine (et aussi en Uruguay) pour leurs produits et leurs services peuvent adresser leurs questions à M. David Cohen, conseiller commercial et économique, Ambassade du Canada, Casilla de Correo 3898, 1000 Buenos Aires, Argentine. Tél. : (011-54-1) 805-3032. Fax : (011-54-1) 806-1209.

Il leur est demandé d'inclure une description concise des produits et(ou) des services qu'elles ont à offrir (y compris de la documentation sur ces produits et ces services, si possible en espagnol, ainsi que des renseignements sur leurs antécédents en matière d'exportation et sur les contacts déjà établis en Argentine).

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Rédacteur : Don Wight

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Il est conseillé aux intéressés de vérifier la bonne foi des entreprises énumérées ci-dessous avant de conclure une entente contractuelle.

Étant donné que nous ne possédons pas de nouvelle carte du pays restructuré (République tchèque/république slovaque) et que certaines agglomérations nommées ci-dessous sont de petites villes, il est difficile d'affirmer avec certitude dans quel pays elles se situent maintenant. Nous avons donc indiqué les deux pays et nous suggérons aux entreprises canadiennes s'intéressant à des débouchés précis de s'adresser directement par télécopieur à la société tchèque ou slovaque.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Un fabricant de systèmes radar actifs et passifs destinés tant à des fins civiles que militaires désire collaborer dans des domaines allant de la promotion des exportations à d'éventuelles coentreprises. S'adresser à M. Petr Nemeč, Tesla Pardubice, U, Zamecku 26, 532 01 Pardubice. Tél. : (004240) 24 227/293. Fax : (0042 40) 21 017.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Une entreprise d'ingénierie et de services de consultation qui fabrique des pompes, des moulages de fonte, des moules et des modèles, des filtres et du matériel de pompage désire collaborer ou fonder une coentreprise avec des sociétés dans le domaine de la technologie et de la production. S'adresser à M. Pavel Lerch, directeur des exportations, Sigma Lutin, 783 50 Lutin. Tél. : (0042 68) 475. Fax : (0042 68) 319 30.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Une entreprise désire fonder une coentreprise ou investir en collaboration avec des partenaires dans les secteurs du ramassage, de la récupération et du recyclage partiel de matières premiè-

res récupérées. Cette firme cherche également à obtenir des capitaux pour des projets relatifs au recyclage des pneus usés et à la fabrication de carrelage à l'aide de débris de caoutchouc. S'adresser à M. Jaroslav Kaspar, Sberne suroviny, s.p. Plzen, Kerova 8, 805 27 Plzen. Tél. : (0042 19) 344 48. Fax : (0042 19) 344 31.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Un fabricant de composants électroniques

passifs, tels que des résistances à couche métallique et des compensateurs, désire fonder une coentreprise avec un partenaire étranger. S'adresser à M. Josef Tihon, directeur des ventes, Tesla Jablonne nad Orlici, Nadrazni 206, 561 64 Jablonne nad Orlici. Tél./Fax : (0042 446) 942 547.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Un producteur de plaquettes de circuits multicouches, d'impression simple et recto verso désire fonder une coentreprise ou investir en collaboration avec un partenaire étranger. S'adresser à M. J. Sasek, CKD Benzov, 256 01, Benzov. Tél. : (0042 301) 219 31. Fax : (0042 301) 219 65.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Un producteur d'outils de serrage, de coupe et d'outils à main, ainsi que de coutellerie et d'accessoires, désire collaborer avec un partenaire étranger à des activités d'investissement et (ou) de production. S'adresser à Bretislav Bierza, Kovex, a.s., 756 22 Hostalkova. Tél. : (0042 657) 92 302-5. Fax : (0042 657) 92 285.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Un fabricant d'équipement mécanique et électrique désire collaborer à des activités d'exportation et de produc-

tion. S'adresser à M. Milan Vagner, directeur du marketing, MEZ Postrelmov, Tovarni 2, 789 69 Postrelmov. Tél. : (0042 648) 311. Fax : (0042 648) 811 25/29.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE/RÉPUBLIQUE SLOVAQUE — Un fabricant d'attaches commerciales pour l'industrie du prêt-à-porter et la couture de détail désire établir des partenariats avec des importateurs, des distributeurs ou des grossistes a f i n d'ouvrir de nouveaux marchés à ses pro-

duits. S'adresser à Shannon McKeen, conseiller auprès du directeur du marketing, KOH-1-NOOR, Vrsovicke 51, 101 15 Prague 10. Tél. : (0042 2) 73 55 38. Fax : (0042 2) 74 50 05.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — Une entreprise publique de technologie de mesure et de contrôle désire établir des relations d'affaires avec des sociétés étrangères pour des activités de production ou pour fonder une coentreprise. S'adresser à M. Petr Mlynek, directeur du marketing, ZPA Brno s.p., Palackeho tr. 158, 612 44 Brno. Tél. : (0042 5) 747 457. Fax : (0042 5) 747 838.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — Un grand fournisseur de technologie et de matériel destinés aux soins de santé dispensés dans les hôpitaux et les installations médicales mobiles recherche des fournisseurs ou d'éventuels partenaires spécialisés dans des activités similaires. S'adresser à M. Jan Semerak, Chirana OTS, Komunardu 36, 170 04 Prague 7. Tél. : (0042 2) 801 856. Fax : (0042 2) 801 012.

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE — Un fabricant d'équipement pour studios de télévision désire fonder une coentreprise. S'adresser à Zdenek Sobotka, Tesla Radiospoj, Papirenska 17, 166 24 Prague 6. Tél. : (0042 2) 311 98 00. Fax : (0042 2) 311 98 47.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

AECEC fait sa part

Le Canada désigné pays partenaire officiel à la foire de la technologie et l'information

La technologie de l'information est le marché mondial qui connaît la plus forte croissance : se montant à plus de 1 billion \$ aujourd'hui, il dépassera les 2 billions d'ici la fin de la décennie.

Au Canada, la technologie de l'information (TI) est une industrie de 40 milliards \$ qui emploie plus de 300 000 personnes, mais la majorité des 5 000 entreprises oeuvrant dans ce secteur ont un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions \$.

Le Canada compte pour 3 % de la production mondiale de TI, mais nous avons le septième marché intérieur au monde et le deuxième plus grand déficit commercial.

Nos entreprises se sont appropriés des marchés à créneaux aux États-Unis et dans le monde entier, mais le Canada n'est pas reconnu mondialement comme un fournisseur de produits de technologie de pointe.

Nous devons accroître notre présence et notre image sur les marchés mondiaux, car ce n'est qu'en augmentant notre part du marché mondial que notre industrie continuera de prospérer et de prendre de l'expansion.

Afin d'aider les entreprises à relever ce défi, la Direction des technologies de pointe d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (TAE) offre une assistance à l'industrie canadienne de la technologie de l'information pour commercialiser ses produits et ses services sur le marché mondial.

Les délégués commerciaux de TAE ont de vastes connaissances des activités et des possibilités mondiales dans les secteurs des télécommunications, des technologies informatiques, des instruments, de la géomatique (y compris la télédétection) et de l'électronique.

Ils collaborent avec leurs collègues de missions à l'étranger et d'autres mi-

nistères gouvernementaux en vue de coordonner la collecte et la diffusion d'information et de débouchés commerciaux sur les marchés étrangers.

Dans le cadre de ses initiatives de promotion à l'étranger, la Direction produit des publications sectorielles et des disquettes informatiques qui expliquent les compétences des entreprises canadiennes de technologie de l'information.

Ils conseillent et aident leurs collègues des Directions de secteurs géographiques à planifier et à lancer des activités promotionnelles choisies, notamment la participation de l'industrie à d'importants colloques, conférences, missions et foires commerciales à l'échelle internationale. La CeBIT en est un excellent exemple.

La grande majorité des personnes oeuvrant dans l'industrie de la technologie de l'information savent que la CeBIT est la plus importante foire mondiale de ce secteur. Cette foire, qui se tient en Allemagne tous les ans, attire plus de 6 000 exposants et 600 000 visiteurs, dont 100 000 viennent de l'extérieur de l'Allemagne et 10 000, de l'extérieur de l'Europe. Il est évident que c'est l'endroit où le monde entier cherche des produits et des services de technologie de l'information.

Les entreprises canadiennes ont exposé à la CeBIT depuis sa création et le Canada y a un pavillon national depuis 1984. La promotion des compétences canadiennes sur le marché mondial fait partie intégrante de notre stratégie internationale d'expansion du commerce.

En partie en raison de cet engagement, le Canada a été désigné pays partenaire officiel de la CeBIT en 1994. Cela offrira au Canada une occasion en or de présenter nos grandes compétences en technologie de l'information, de promouvoir notre potentiel d'exportation, de commercialiser les produits ca-

nadiens et de promouvoir les possibilités d'investissement au Canada.

Nous disposerons d'un emplacement de premier choix dans un secteur très visible, à côté de l'entrée principale de la foire commerciale : Une occasion exceptionnelle qui permettra à de nouvelles entreprises d'exposer leurs produits et à d'autres d'avoir des kiosques plus grands.

Les entreprises et les organismes, comme des compagnies aériennes, des banques, des institutions financières, des experts-conseils en administration des affaires et en gestion et des associations industrielles et commerciales, qui désirent promouvoir le Canada en tant que lieu d'affaires, seront aussi autorisées à exposer à la CeBIT, mais seulement en 1994.

Le fait d'être pays partenaire offre un autre avantage, à savoir la possibilité d'organiser la tribune internationale de la CeBIT. Cette tribune, qui débute le deuxième jour, attire des hommes d'affaires du monde entier et commence par des allocutions importantes par des chefs de file de l'industrie de la technologie de l'information et des gouvernements canadiens et allemands.

Les jours suivants, des symposiums et des colloques ont lieu sur une vaste gamme de sujets : les coentreprises, l'évolution de la technologie, les stimulants à l'investissement et d'autres encore sur le commerce avec le Canada.

La division TAE d'AECEC organisera la participation canadienne en tant que pays partenaire à la CeBIT 94. Cette foire offrira une occasion unique de promouvoir le Canada et les intérêts commerciaux de l'industrie de la technologie de pointe canadienne auprès d'un auditoire mondial.

Pour de plus amples renseignements sur CeBIT 1994, s'adresser à Brian Cox, Affaires Extérieures. Tél. : (613) 996-1918. Fax : (613) 944-0050.

Regroupement des forces

Airshow Canada et l'exposition Subcontractors prennent leur envol

Abbotsford — Airshow Canada et l'exposition annuelle Subcontractors se dérouleront simultanément cette année du 4 au 6 août 1993, a annoncé M. Michael Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur.

« Le secteur aérospatial du Canada, qui connaît une certaine vigueur, a gagné la sixième place en importance au monde en concevant et en fabriquant une vaste gamme de produits, allant des cellules et des moteurs d'avion à de l'équipement de communications spatiales et par satellite », a déclaré M. Wilson.

« À une époque où la concurrence mondiale croît, les gouvernements doivent créer un environnement économique au sein duquel le secteur privé peut réaliser son plein potentiel. Les occasions d'affaires internationales que représente la combinaison de l'exposition Subcontractors et de l'Airshow Canada constituent un important pas dans cette direction pour l'industrie aérospatiale canadienne. »

L'Airshow Canada est une foire internationale bisannuelle de l'aviation et de l'aérospatiale. On attend 500 exposants de 20 pays et 15 000 visiteurs de 70 nations représentant tous les secteurs de cette industrie mondiale. Cette foire se tiendra simultanément avec l'Abbotsford International Airshow qui attire plus de 300 000 mordus de l'aviation.

L'exposition Subcontractors est une réunion, axée sur les affaires, des principaux entrepreneurs de l'aérospatiale des États-Unis et des sous-traitants canadiens.

Organisée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, l'exposition Subcontractors s'est tenue dans l'est du Canada les cinq dernières années. Environ 200 entrepreneurs principaux et visiteurs et 125 sous-traitants exposants ont participé à la foire en juin

dernier, à Toronto.

Pendant la foire, des symposiums ont lieu sur certains problèmes auxquels sont confrontés les compagnies aériennes, les aéroports et l'industrie de l'aviation. Les thèmes abordés comprendront la mondialisation, les alliances, la déréglementation, le financement, les nouvelles technologies, la fabrication, les communications par satellite et les opérations dans les endroits reculés.

M. Wilson a fait remarquer que la stratégie de soutien du gouvernement à l'industrie aérospatiale comprend aussi des initiatives visant à faire venir des acheteurs à l'Airshow Canada, offertes par l'intermédiaire du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et de l'Agence canadienne de coopération internationale (ACDI).

Le ministre a déclaré : « Ces activités



**Airshow
Canada**

internationales visant un objectif précis ont prouvé qu'elles engendraient des affaires. Elles permettent de stimuler davantage de possibilités d'affaires dans l'aérospatiale pour le Canada. »

Une enquête indépendante effectuée après l'Airshow Canada 91 a révélé que 74% des exposants y ont signé des contrats totalisant plus de 200 millions de dollars.

Pour s'inscrire, joindre M. John Burley, vice-président marketing, Airshow Canada. Tél. : (604) 852-4600. Fax : (604) 852-3704.

Pour renseignements, joindre M. Rick Steadman, directeur des communications, Airshow Canada. Tél. : (604) 852-4600. Fax : (604) 852-3704.

Le Salon des télécommunications au Mexique

Monterrey — Les entreprises canadiennes disposeront, entre les 21 et 23 juillet 1993, d'une occasion incomparable de positionner leurs produits sur un marché des télécommunications potentiellement lucratif. C'est à ces dates que la ville de Monterrey, deuxième ville en importance au Mexique, accueillera le salon TelNets 93, la première exposition et conférence internationales sur les télécommunications à avoir lieu dans cette ville.

L'expérience de LATCOM (organisateur de 77 manifestations comparables en Amérique et aux Antilles) y sera mise à profit en vue de fournir aux exposants une chance unique de rencontrer les utilisateurs, les acheteurs, les cadres et les ingénieurs qui doivent avoir recours aux dernières technologies pour demeurer concurrentiels (la bureautique et les

capacités de communication étant en plein essor).

TelNets 93 offre aux entreprises canadiennes spécialisées dans les réseaux de communication phoniques et de données, les PABX, les services par satellites, les microstations et les systèmes de communication sans fil, une occasion unique de mettre en valeur leur technologie de pointe et leur expérience.

Monterrey fournit environ 6% du produit national brut total du Mexique et sert de siège social à plus de 14 500 entreprises.

Pour obtenir des renseignements sur les coûts ou les conditions de participation à TelNets 93, communiquer avec M. Ross A. Cowan, RAC Marketing & Associates Inc., 81, Ramsgate, Ottawa (Ontario), K1V 8M4. Tél. : (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

La foire Globe 94 sur les affaires et l'environnement

Vancouver — La protection de l'environnement signifie l'expansion des affaires — comme le découvriront les visiteurs de la **Globe 94 Trade Fair and Conference on Business and the Environment**.

La troisième édition de la foire et des conférences commerciales bisannuelles **GLOBE** se tiendra du 21 au 25 mars 1994, à Vancouver, et le recrutement des participants a déjà commencé.

GLOBE 94, qui attire des acheteurs du monde entier, spécialisés dans les produits et services de prévention et de contrôle de la pollution, sera l'occasion propice pour se bien positionner et avoir accès aux débouchés commerciaux qu'offre le secteur de la protection de l'environnement.

Parmi les participants, on trouvera les organismes chargés de réglementer l'environnement, les représentants de l'industrie de l'environnement, le secteur privé, la communauté des finances et les utilisateurs de technologies de l'environnement et de services connexes.

Cette foire présentera les derniers outils et techniques de la technologie de l'environnement, répartis en six secteurs : la gestion de l'eau et des eaux usées; la gestion de la qualité de l'air; les technologies à faible consommation d'énergie; la gestion des déchets solides; les services environnementaux et la gestion des matières dangereuses et toxiques.

Le Centre de rencontre des gens d'affaires de **GLOBE 94** offrira aux participants plusieurs services, notamment un système informatisé de jumelage, des présentations par des acheteurs afin d'exposer leurs besoins aux exposants et des colloques de démonstration de produits afin d'aider les exposants à lancer de nouveaux produits.

Au cours des conférences, la discussion portera sur des questions comme la détermination de débouchés commerciaux découlant des modifications apportées aux lois sur l'environnement, les stratégies d'accès aux nouveaux marchés pour les tech-

nologies et les services environnementaux et les conseils pratiques en vue d'évaluer l'investissement public et privé en capital et l'aide financière officielle.

Pour de plus amples renseignements,

veuillez communiquer avec **GLOBE 94**, 504 - 999 Canada Place, Vancouver (Colombie-Britannique), V6C 3E1. Tél. : (604) 775-1991. Fax : (604) 666-8123.

Salon malaisien : alimentation et hôtellerie

Kuala Lumpur — L'incontournable foire commerciale malaisienne des industries de l'alimentation et de l'hôtellerie — **Food and Hotel Malaysia 1993 (FHM 93)** - se tiendra pour la deuxième année consécutive du 23 au 26 septembre. Cette année, le salon présente également un concours culinaire (**Culinaire 1993**) ainsi qu'une Foire internationale de la viande et

de la volaille 1993. Ces deux activités contribueront à renforcer la position de la Malaisie en tant que destination touristique de choix au sein de la région.

Communiquez avec Overseas Exhibition Services Ltd., 11 Manchester Square, London, W1M 5AB, Royaume-Uni. Tél. : +44 (0) 71 486 1951. Télex : 24591 MONTEX G. Fax : +44 (0) 71 486 8773.

Salon suisse de la radiodiffusion et de la câblodistribution

Montreux — Le plus important salon de la radiodiffusion et de la câblodistribution en Europe, le 18^e **symposium international sur la télévision (ITV 93)**, auquel Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aura un stand d'information, se déroulera dans la ville suisse de Montreux entre les 10 et 15 juin 1993.

Cette manifestation a lieu tous les deux ans et alterne, de façon non officielle, avec le salon international de la radiodiffusion, tenu à Amsterdam. Elle attire les principales sociétés de radiodiffusion et de câblodistribution européennes, ainsi

qu'un nombre important de sociétés nord-américaines et japonaises.

Cette année, outre le gouvernement du Canada qui y exploitera un stand d'information, 13 sociétés canadiennes participeront, à titre individuel, à cette manifestation.

Les sociétés canadiennes de radiodiffusion et de câblodistribution qui désirent distribuer leur documents publicitaires à ITV 93 doivent en faire parvenir de 15 à 20 exemplaires — **avant le 1^{er} juin 1993** — à M. Jean-Marc Duval, conseiller commercial, ambassade du Canada, C.P. CH-3000, Berne 6, Suisse. Fax : (011-41-31) 44-73-15.

Turquie : Salon de la sécurité, dates confirmées

Il est maintenant confirmé que le salon de la sécurité et de la sûreté organisé par la Turquie, qui devait initialement avoir lieu du 22 au 25 avril 1993 (comme l'avait annoncé *CanadaExport* dans son vol. 11, n^o 3 du 15 février 1993), se déroulera plutôt du 2 au 5 décembre 1993.

L'ambassade gardera toute cette do-

cumentation en dépôt jusqu'à la tenue du Salon, en décembre.

Pour de plus amples renseignements sur le Salon de la sécurité et de la sûreté peuvent communiquer avec l'ambassade du Canada à Ankara. Tél. : (011-90-4) 436-1275. Fax : (011-90-4) 446-2811/4437.

L'Amérique centrale : un marché en pleine croissance

Une fois de plus, les occasions d'affaires pour les Canadiens augmentent en Amérique centrale, alors que l'aide internationale permet la rénovation des infrastructures délabrées et que les portes s'ouvrent en grand aux importations et aux investissements.

Certains pays, comme le Salvador et le Nicaragua, reprennent de la vigueur après des années de guerre et ont « besoin d'à peu près tous les produits de première nécessité que l'on peut imaginer ».

L'ouvrage intitulé *Amérique centrale : guide de l'exportateur canadien* (numéro de code 165 LF), publié récemment par la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est un outil important qui aide les exportateurs à se retrouver dans ces marchés tropicaux.

Les cinq pays qui composent cette région ont besoin de compétences dans les domaines où les Canadiens excellent depuis longtemps, à savoir l'énergie, les transports, les télécommunications, la santé, l'éducation, l'agriculture, l'industrie, la technologie et la construction. Les exportations canadiennes vers la région ont été de 88,7 millions \$ en 1991, soit une diminution par rapport au chiffre de 105,2 millions réalisés en 1990.

Le produit intérieur brut de la région, qui compte 30 millions d'habitants, a dépassé 33 milliards \$ US en 1990, mais une dette extérieure de 30 milliards \$ US continue d'entraver les efforts de développement économique de ces pays. Toutefois, des mesures positives sont prises, notamment le réaménagement de la dette, la réduction des tarifs douaniers, l'assouplissement des restrictions sur l'importation et du contrôle des changes et la cession de sociétés d'État dans les secteurs manufacturier, agricole, financier, bancaire, ainsi que celui des assurances.

Des pays comme le Guatemala offrent des bas salaires et de faibles taux d'imposition, le libre accès de certains produits au marché des États-Unis dans le cadre du programme *U.S. Caribbean Basin Incentives* et des stimulants fiscaux spéciaux aux investissements étrangers dans les industries d'exportation. Il y a des débouchés pour

miques, d'animaux reproducteurs, de produits industriels et de matières premières ainsi que d'articles électroniques et de télécommunications. Il faut aussi envisager d'implanter de nouvelles industries axées sur l'exportation dans les zones franches manufacturières, lesquelles font l'objet d'une promotion d'envergure.

« la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement ont approuvé le financement d'un plan de Reconstruction nationale, à raison de 800 millions \$ US échelonné sur les cinq prochaines années »

le matériel géophysique et de forage, l'équipement pour pipeline et les matières premières destinées à l'agriculture et à l'industrie.

Le Salvador est un bon exemple de pays qui a réussi à obtenir de l'aide à la fin de la guerre et cherche de l'aide de l'étranger en vue de reconstruire son infrastructure qui porte les cicatrices de la guerre.

D'après le guide, « la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement ont approuvé le financement d'un plan de Reconstruction nationale, à raison de 800 millions \$ US échelonné sur les cinq prochaines années, en vue de la restauration et de la reconstruction de projets d'infrastructure de taille. Il y a des projets prioritaires dans les secteurs de l'énergie, de l'alimentation en eau, des routes, des ponts, de la santé et des télécommunications. Le marché du Salvador est aussi ouvert aux importations de papier journal, de matériaux de construction, d'outils, de matériaux structuraux, et de matériel de télécommunications et d'articles électroniques.

Au Honduras, il existe des débouchés « pour un Canadien patient et tenace du milieu des affaires, en mesure d'assurer des livraisons et un service supérieurs à ceux des concurrents (qui se situent principalement aux États-Unis). »

Cela est particulièrement vrai pour la fourniture d'intrants agricoles, de produits agrochimiques, d'engrais chi-

« En plus du marché intérieur, le Panama offre les avantages de la Zone franche de Colon (ZFC), la deuxième plus grande zone de libre-échange au monde, qui sert de centre de distribution à des centaines de fabricants vendant leur production en Amérique latine. »

Les débouchés au Panama comprennent les intrants agricoles, les denrées alimentaires, les matériaux de construction, le matériel de télécommunications, les produits pharmaceutiques, les pièces d'automobile et les biens de consommation.

Pour obtenir des informations additionnelles relatives à cette région, en matière commerciale, contactez directement l'ambassade du Canada, San Jose, Costa Rica, tél. : (011-506) 55-35-22, fax : (011-506) 23-23-95; ou l'ambassade du Canada, Guatemala City, Guatemala, tél. : (011-502-2) 321411/321413, fax : (011-502-2) 321419.

Pour de plus amples renseignements généraux sur ces pays, vous pouvez aussi communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460. Fax : (613) 943-8806. Des exemplaires du guide sont disponibles, en citant le numéro de code, auprès d'Info Export (voir encadré au bas de la page 8).

D'autres pays, notamment le Panama, peuvent faire office de porte

AU CALENDRIER

Ottawa — 6 mai 1993 — Les femmes et les milieux d'affaires asiatiques. À l'occasion de ce séminaire d'une demi-journée, un impressionnant groupe d'éminents conférenciers explorera les mythes et les réalités des préjugés contre les femmes dans les milieux d'affaires asiatiques. De multiples sujets pouvant intéresser les femmes désireuses de se lancer sur ce nouveau et vaste marché y seront abordés. Communiquer avec M^{me}

Nancy Macguire du World Trade Centre d'Ottawa. Tél. : (613) 230-5223. Fax : (613) 236-7998.

Ottawa — 10 juin 1993 — Réunion printanière de l'Industrial Benefits Association of Canada (anciennement connu sous le nom de Forum for Industrial Participation). Cette réunion abordera les politiques canadiennes sur les bénéfiques industriels régionaux et la

collaboration entre les gouvernements, les industries et les universités aux fins de la recherche-développement. L'Association s'occupe surtout de questions liées aux marchés publics et à leurs retombées industrielles régionales et internationales. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Bob Brown, 1538, Featherston Drive, Ottawa, K1H 6P2. Tél. : (613) 733-0704. Fax : (613) 741-6013.

Publications

Le marché coréen des instruments médicaux, une étude sur le marché coréen des instruments médicaux, aidera les entreprises à se positionner avec succès sur ce marché qui, selon les prévisions, croîtra de 10 à 15 % par an et atteindra 1 milliard \$ d'ici 1995.

Au cours des cinq dernières années, le marché intérieur coréen des instruments médicaux a connu une croissance annuelle moyenne de 42 % et s'est monté à 668 millions \$ CAN en 1991. Les fournisseurs étrangers assurent 72 % de cette demande qui, selon les prévisions, doit augmenter à mesure que les hôpitaux coréens se consolident, se modernisent et cherchent du matériel plus perfectionné. Un agent ou représentant efficace est essentiel pour réussir sur ce marché.

On peut se procurer des exemplaires de cette étude auprès de la Section commerciale et économique de l'ambassade du Canada, CPO Box 6200, Séoul, Corée. Fax : (82-2) 755-0686.

Une première Royale en Chine

La Banque Royale du Canada est devenue, le 15 mars 1993, la 27^e banque étrangère à ouvrir une succursale dans la ville chinoise de Shanghai.

Il s'agit de la première succursale de cette banque — en fait, de toutes les banques canadiennes — en République populaire de Chine.

Les autorités de Shanghai accueillent favorablement cette initiative, car la ville désire retrouver un rôle de premier plan comme centre financier en Asie orientale. Les dirigeants de la Banque Royale se réjouissent pour leur part de s'installer dans une ville

qui semble promise à un brillant avenir financier.

Les principales activités de la Banque Royale à Shanghai seront les suivantes : financement des importations et des exportations, prêts commerciaux, prêts de fonds de roulement et services connexes, par exemple services de banques correspondantes. La Banque pourra aussi, ponctuellement, agir comme consultant et exécuter, à ce titre, des mandats précis. L'installation de la Banque Royale à Shanghai est bien accueillie et vient y accroître la présence commerciale canadienne.

Service sans frais du Bureau des passeports

Le Bureau des passeports a mis en place un service de renseignements téléphoniques sans frais. Il permet d'obtenir, par l'entremise du système automatisé accessible 24 heures sur 24 ou des standardistes du Bureau, en service entre 9 h et 17 h du lundi au vendredi, des renseignements sur presque tous les sujets liés aux passeports. Désormais,

tous les services de renseignements publics du Bureau des passeports seront raccordés au nouveau service sans frais, sauf à Montréal et à Toronto où les bureaux conserveront leur propre service de renseignements téléphoniques.

Le nouveau numéro est le 1-800-567-6868. Les résidents de Montréal : 283-2152 et ceux de Toronto : 973-3251.

InfoExport

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

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

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



CA-1
FA
C16f
17 mai
1993
c.2
OCS

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

MAY 2 1993

RETURN TO PARLIAMENTARY LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

CANADÉXPORT

Vol. 11 N°9

17 mai 1993

RETOUR D'IMPÔT!

Les Canadiens qui sont allés en Allemagne pour affaires en 1992 ont jusqu'au 15 juin 1993 pour demander le remboursement de la taxe allemande sur la valeur ajoutée (TVA) pour l'année financière 1992.

Le remboursement de la TVA de 14 p. 100 s'applique à toutes les factures relevant du secteur des services (hôtel, taxi, location d'une voiture, essence, frais de participation à une foire, etc.).

Ce service unique est offert par la Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M^{me} Monika Wolf, Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce Inc., 1010 ouest, rue Sherbrooke, pièce 1604, Montréal H3A 2R7. Tél. : (514) 844-3856. Fax : (514) 844-1473.

Guide sur l'approvisionnement de matériel de défense de l'OTAN

Un guide révisé et mis à jour, le *Defense Product Marketing to the North Atlantic Treaty Organization and its Agencies*, renseigne les entreprises canadiennes sur les meilleurs débouchés dans le système d'approvisionnement de l'OTAN.

Ce guide explique aussi les changements apportés aux méthodes de financement et d'approvisionnement depuis la fin de la guerre froide.

D'après le guide, au cours des prochaines années, le repérage des appels

d'offres intéressants et le suivi de l'avancement des projets jusqu'à la signature du contrat seront quelque peu problématiques. Toutefois, les entreprises canadiennes devraient être en mesure de gérer ce risque, car la plupart de celles qui s'intéressent aux projets de l'OTAN tendent à intervenir au niveau de la sous-traitance. Le guide expose aussi les tactiques qu'utilisent certains pays pour restreindre les contrats à leurs fournisseurs nationaux.

«Les entreprises canadiennes ne peuvent souvent intervenir dans ce processus complexe qu'au niveau de la sous-traitance. Même dans ce cas, la réussite n'est possible que si elles possèdent le bon produit au juste prix et ont établi et entretenu des rapports soutenus avec un important entrepreneur dont la soumission est concurrentielle, de préférence dans le pays où l'appel d'offres est lancé.»

Le guide souligne la nécessité de tels rapports, l'importance de repérer précocement les projets et de posséder une bonne connaissance des détails des projets.

Il indique également que les entreprises canadiennes de haute technologie pourraient trouver des débouchés dans les secteurs des communications, des médias de communication stratégique et des systèmes de PTT de

(Voir page 2— L'OTAN)

AgExport

Supplément
Pages I-IV

Apport demandé

Le Ministre rend public le Répertoire américain des obstacles au commerce

La deuxième édition annuelle du *Répertoire des obstacles au commerce maintenus par les États-Unis* (1993) a été rendue publique par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, Michael Wilson.

Le *Répertoire*, liste explicative des obstacles à la libre circulation des biens, des services et des capitaux vers les États-Unis, énumère également les mesures de règlement des différends prises en vertu de l'Accord de libre-échange (ALE) et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), en réponse aux obstacles maintenus par les États-Unis.

Parmi ces obstacles, mentionnons les subventions, les lois correctives unilatérales, les lois sur les marchés publics

et celles privilégiant les entreprises nationales, les procédures douanières et administratives ainsi que les pratiques techniques et réglementaires.

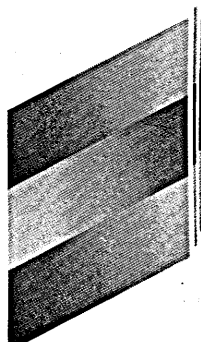
Grâce aux négociations bilatérales prévues dans l'ALE, le Canada a réussi à faire lever plusieurs obstacles figurant dans le *Répertoire* 1992.

Par exemple, deux obstacles de la section technique et réglementaire de l'édition précédente ont été levés après la conclusion d'ententes bilatérales sur l'inspection des viandes et sur les pommes de terre.

Le ministre Wilson a souligné que, même si le Canada demeure préoccupé par le nombre d'obstacles américains, ceux-ci ne touchent qu'une part relativement petite d'une relation commer-

(Voir page 2— Les obstacles)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires commerciales de Leipzig, Paris et Beijing	4-6
Contrats décrochés	7
Au calendrier	8

L'OTAN *(Suite de la première page)*

longue distance.

Les secteurs qui devraient être particulièrement intéressants pour les entreprises canadiennes sont la fourniture de câbles souterrains et sous-marins, de relais micro-onde, de câbles à fibres optiques, de systèmes de communication à impulsions météoriques, de satellites et de terminaux satellites, de systèmes de radiodiffusion à ondes décimétriques, de relais maritimes et d'autres systèmes de communications mobiles.

Les autres secteurs intéressants sont les stations-relais TACAN fixes et mobiles, les aides à la navigation en mer, les installations radar de détection lointaine pour la défense aérienne, les radars côtiers et les radars de guet de mine comprenant tous les relais de communications connexes.

Les installations de détection constituent la base du Système de commandement et de contrôle aérien de l'OTAN. La nouvelle stratégie de cette dernière s'appuiera aussi largement sur les installations mobiles, et l'accent sera désormais mis sur les forces d'action rapide et les opérations de maintien de la paix.

Le guide fournit une liste des projets d'infrastructure « devant être lancés » de 1993 à l'an 2000, qui comprend le Système de télécommunication de terre, le Système de communications dans la zone de combat et l'amélioration du segment terre des télécommunications par satellite de l'OTAN, notamment des installations à fréquence décimé-

trique mobiles, à visibilité directe, à sections locales à fibres optiques et de transmissions navire-terre.

L'approvisionnement en pièces de rechange et en fournitures nécessaires pour les opérations et l'entretien se fait à partir des listes d'entreprises admissibles que tiennent les bureaux d'achat. Les vendeurs éventuels doivent fournir à ces bureaux les données nécessaires sur les produits figurant dans leurs catalogues, ainsi que leur prix.

Même si l'OTAN ne dispose pas d'une publication annonçant les projets, on peut obtenir cette information des plans

pluriannuels appelés NATOCLIP, lesquels indiquent le pays qui prépare les spécifications de chaque projet, réunit les documents d'invitation à soumissionner (IFB), invite les entreprises à soumettre des propositions, octroie et administre les contrats et accepte le travail fini de l'entrepreneur pour le compte de l'OTAN.

On peut obtenir des exemplaires du guide à la Direction des Programmes de la défense et de l'aérospatiale (TAG), AECEC, 125 promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-1814. Fax : (613) 996-9265.

Les obstacles *(Suite de la première page)*

très importante et profitable aux deux parties.

«Le Canada et les États-Unis sont les principaux partenaires commerciaux l'un de l'autre, la valeur de leurs échanges ayant dépassé 220 milliards de dollars en 1992. L'ALE a permis de réduire ou d'abolir de nombreux obstacles au commerce des deux côtés de la frontière», a dit le ministre Wilson.

Le Canada aura encore plus facilement accès au marché américain avec la mise en oeuvre (le 1^{er} janvier 1994) de l'Accord de libre-échange nord-américain, qui étendra les dispositions de l'ALE au Mexique.

«L'ALENA améliore l'ALE, particu-

lièrement par ses règles d'origine plus claires, ses procédures améliorées de règlement des différends et un meilleur contrôle des restrictions imposées à la frontière aux importations en provenance du Canada», a poursuivi le Ministre.

«La conclusion de l'Uruguay Round contribuera grandement à éliminer un certain nombre d'obstacles encore en place», a conclu M. Wilson.

Le Ministre demande encore un fois aux dirigeants d'entre-

prise, de syndicat, aux universitaires et aux provinces de lui faire part des autres barrières commerciales américaines auxquelles ils se sont heurtés. Prière d'adresser toute correspondance à la Direction de la politique économique et commerciale - États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2.

On peut obtenir un exemplaire du *Répertoire des obstacles au commerce maintenus par les États-Unis* (code 94UF) en communiquant avec Info Export (voir encadré au bas de la page 8).

“Les échanges Canada - US dépassent 220 milliards \$”

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

CHINE - Une entreprise chinoise d'import-export veut acquérir une **presse hydraulique d'occasion** pour fabriquer des carrosseries d'automobile. Communiquer avec M. Xing Hua Wang, Hubei Machinery Equipment Imp. & Exp. Co., Zhuodao Quan, Wuchang, Wuhan, République populaire de Chine, 430070. Fax : (027) 716664.

CHINE - Une entreprise chinoise d'import-export veut acquérir des équipements et de la machinerie d'occasion pour des machines de pâtes et papier. Communiquer avec M. Xing Hua Wang, Hubei Machinery Equipment Imp. & Exp. Co., Zhuodao Quan, Wuchang, Wuhan, République populaire de Chine, 430070. Fax : (027) 716664.

FINLANDE — Une entreprise de Helsinki désire collaborer et établir des partenariats financiers avec des entreprises canadiennes qui font des affaires en Russie, dans les pays baltes et en Europe de l'Est. Elle est prête à offrir son savoir-faire, à collaborer à des projets et à fournir de la machinerie pour des projets industriels légers (exploitation forestière, foresterie, sciage mécanique et ameublement). Communiquer avec M. Raimo Keskimäki, TRIFOSA OY, Vironkatu 5A9, 00170 Helsinki, Finlande. Tél. : +358-0-1356161. Fax : +358-0-1357971.

PORTUGAL - Un groupe d'industriels portugais recherche des débouchés extérieurs ainsi que des projets en coparticipation avec des entreprises canadiennes dans un certain nombre de secteurs, notamment les **accessoires industriels, les matières premières, les denrées alimentaires, le textile, les matériaux de construction, les meubles et la porcelaine**. Ce groupe est aussi

désireux d'offrir des services de consultation et (ou) de distribution sur le **marché portugais**. Communiquer avec Marina Ribau, TESTAFRICA, Apartado 147, 3770, Oliveira do Bairro, Portugal. Tél. : 351-34-747628. Fax : 351-34-752824.

ARABIE SAOUDITE — Une société établie à Riyad désire entrer en contact avec des entreprises qui fabriquent et vendent des composantes d'**appareils à ultrasons, à électrocardiogrammes et médicaux**. Communiquer avec M.

d'eau douce frais et congelés (pas de saumon) en entier ou en filet, et des **produits de fruits de mer**. L'acheteur exige que le poisson soit livré régulièrement toutes les semaines en quantité relativement faible, soit de 100 à 300 kilos. Communiquer avec G. Bianchi AG, Comestibles, Marktgasse 3, CH-8001, Zurich, Suisse. Tél. : (41-1) 261 70 90. Fax : (41-1) 262 26 68.

SUISSE - Une entreprise médicale de secours en montagne cherche un fournisseur canadien de **respirateurs artificiels de secours et de tubes trachéaux**. Elle recher-

che aussi un partenaire canadien en vue de fournir des **trousses médicales de secours, des appareils de ventilation à l'oxygène, d'intubation, d'aspiration, d'injection et de perfusion**. Communiquer avec M. Eric Schweizhauzer, Medicoval Sa, Laboratoire Biostate, 10, avenue Pratifiori, CH-1950 Sion, Suisse. Tél. : 41-27/22 04 74. Fax : 41-27/23 28 79.

SUISSE - Une entreprise suisse cherche un réalisateur canadien de **logiciels d'analyses dentaires, médicales et de laboratoires**. Ce logiciel de gestion et scientifique sera distribué en Suisse et au Canada avec un partenaire. Communiquer avec M. Jean Widmer, Gespower Applications Informatiques, 20, chemin Saladin, CH-1224 Genève, Suisse. Tél. : 41-22/348 08 48. Fax : 41-22/348 00 02.

SUISSE - Un expert-conseil médical suisse recherche des experts-conseils canadiens en **planification et en gestion de cabinets/unités médicaux**. Communiquer avec M. Hans Schatzmann, expert-conseil médical, Schauptplatzgasse 26, CH-3011 Berne, Suisse. Tél. : 41-31/22 10 23. On peut aussi communiquer avec l'ambassade du Canada : M. Walter P. Laubscher, agent commercial, Kirchenfeldstrasse 88, CH-3005 Berne, Suisse. Tél. : 41-31/44 63 81. Fax : 41-31/44 73 15.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Mazen Al-Masri, directeur général adjoint, Beautiful Home Trading, C.P. 90906, Riyad 11623. Tél. : 966-1-476-0810. Fax : 966-1-476-5639.

ESPAGNE - Une entreprise d'import-export voudrait recevoir des offres d'entreprises canadiennes en vue de l'importation et de l'exportation et de la distribution de **bateaux de pêche (à l'échelle mondiale), de poissons et de fruits de mer, de services de construction et d'agence immobilière**. Cette entreprise est aussi désireuse de considérer toute autre offre de distribution ou de coentreprise. Communiquer avec M. Adelina de Ruvio, Avda. Garcia Barbon, 30-5 Ofic. 6a, 36201, VIGO, Espagne.

SUISSE - Une entreprise recherche des partenaires canadiens pour la **construction et la commercialisation de nouveaux matériels de déménagement de charges lourdes, comme des meubles et des coffre-forts**. Ce partenaire doit posséder des connaissances en chariots de manutention de matériel et en soudure en aluminium. Communiquer avec Levalor Systems Ltd., M. Charles Gros, Ch. des Avelines 1, CH-1004 Lausanne, Suisse. Tél. : 011-41-21-24-46-20. Fax : 011-41-21-24-48-10.

SUISSE - Un importateur de poisson suisse cherche des **poissons de mer et**

• Calendrier des foires commerciales de Leipzig •

Entre les mois de juin et de décembre 1993, Leipzig sera l'hôte de divers événements reliés au commerce, susceptibles d'attirer la participation d'entreprises canadiennes.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. Carlos Pechtel de Avila, Leipzig Fair, agent général pour le Canada, 11231 Jasper Avenue, Edmonton, Alberta T5K 0L5. Tél. : (403) 482-3427. Fax : (403) 488-0350. Appel sans frais 1-800-661-2221.

Du 3 au 6 juin - Salon du livre : romans et poésie; ouvrages généraux; livres pour enfants et adolescents; journaux; revues; guides de voyage; recueils d'expressions; cartes; livres internationaux sur les sciences et la technologie; livres religieux; manuels scolaires étrangers; livres d'art internationaux, y compris le dessin; illustrations et reproductions; livres miniatures; livres d'art; beaux-arts et patrimoine national.

Du 10 au 20 juin - Salon des produits pharmaceutiques

Du 21 au 24 août - Salon de la mode : vêtements pour hommes, femmes et enfants; jeans et mode pour jeunes; cuirs et fourrures; sous-vêtements et lingerie; ceintures, sacs et accessoires en cuir; couvre-chefs et foulards; parapluies.

Du 28 au 30 août - Foire commerciale des montres, bijoux et articles en argent : petites et grandes horloges et montres; vrais bijoux et bijouterie de fantaisie; pierres précieuses, perles, corail; argent; machines, équipement et outils pour bijoutiers et horlogers, étalages pour vitrines, services connexes.

Du 7 au 11 septembre - BIK 93 - Foire de la bureautique et des techniques en communication : ordinateurs personnels et postes de travail; périphériques informatiques; accessoires pour le traitement informatique des données;

réseaux locaux; logiciels normalisés; télébureautique; systèmes de télécommunications; téléphones portatifs; aides audiovisuelles pour l'enseignement et l'apprentissage; mobilier et matériel de bureau; machines à écrire; machines de bureau pour l'impression et le tri; machines à affranchir; systèmes de classement; conservation des documents; équipement de bureau; organisation; ouvrages et publications spécialisés.

Du 7 au 11 septembre - CAMP 93 - Applications assistées par ordinateur pour la gestion et la productivité : architecture; cartographie; production de diagrammes de circuits; génie en construction; appareils électriques; électronique; devis et facturation; gestion des installations; systèmes de classement; systèmes d'information géographique; postes de travail à écran graphique; ordinateurs et périphériques; fabrication intégrée; construction de machines; analyses du matériel; programmation et contrôle de machines à contrôle numérique; réseaux; systèmes d'opération; développement des photographies; moulage à injection de plastique; contrôle des procédés; conception de produits; planification et contrôle de la production; réalisation de logiciels.

Du 18 au 20 septembre - Cadeaux Leipzig - Salon du cadeau : cadeaux et présents en tout genre; souvenirs; arts et artisanat; articles décoratifs pour murs et fenêtres; miniatures; jouets; hobbies; articles et paniers en rotin; illustrations et cadres; papeterie; décorations et articles de fantaisie pour réceptions; décorations de Pâques, de l'Avent et de Noël; articles pour fleuristes, y compris les fleurs artificielles; bougies et bougeoirs; articles pour fumeurs.

Du 25 au 27 septembre - Comfortex - Foire du textile pour la décoration intérieure : rideaux et accessoires; tapisseries; tissus d'ameublement; auvents et stores; accessoires pour la

maison; accessoires pour chambres; fibres, fil et tissus; tapis faits à la main et à la machine; autres revêtements de sol en tissus; serpillières et chiffons; nappes; lavettes et torchons; draps; matelas; techniques d'application des tissus et étalages pour magasins.

Du 1er au 3 octobre - Foire internationale de la chaussure de mode : chaussures de toutes sortes pour femmes, hommes et enfants.

Du 26 au 31 octobre - Foire commerciale de la construction de Leipzig : protection des immeubles; matériaux de construction; toitures, murs et façades; intérieurs et accessoires; installations sanitaires et génie du chauffage; accessoires électriques pour immeubles; équipement, machines et outils pour la construction et le métier de la construction; services relatifs à la construction.

Du 16 au 20 novembre - BUGRA - Foire commerciale de l'industrie de l'impression : préparation de l'impression; impression; traitement supplémentaire des documents imprimés, reliure de livres; traitement du papier et des pellicules plastiques; raffinage du papier, du carton et des feuilles de plastiques; climatisation; élimination des déchets, purification de l'air et de l'eau, recyclage; systèmes de mesures et de contrôle; systèmes d'entreposage et moyens de transport; machines servant à l'emballage de documents imprimés; papier et carton; services pour l'industrie de l'impression.

Du 22 au 25 novembre - INNOMATA - Foire de la technologie des matériaux - Applications.

Du 2 au 7 décembre - Foire du tourisme et du camping-caravaning : compagnies et bureaux de voyage; transporteurs; publications spécialisées; équipement à l'intention des agences de voyage; caravanes; matériel de camping.

À Paris

La foire de pièces et d'équipement d'automobiles

PARIS - La plus grosse foire de pièces et d'équipement d'automobiles au monde doit y avoir lieu une fois de plus, cette année, et on attend plus de 2 100 exposants.

Equip'Auto 93 se tiendra du 22 au 28 octobre 1993 et misera sur sa réussite de 1991, année où 40 pays étaient représentés et 116 000 personnes de 111 pays l'ont visitée.

Equip'Auto 93 est considérée comme la porte d'entrée du marché de la Communauté européenne, la France, la Belgique, l'Italie, l'Allemagne, la Grande Bretagne, les Pays-bas et l'Espagne ayant été fortement représentés en 1991. La participation étrangère a fait un bond de 27 pour cent en 1991. Onze pour cent des exposants ont déclaré avoir signé de nouveaux contrats après la foire, 20 pour cent ont annoncé de nouvelles commandes et 35 pour cent, des négociations réussies.

Equip'Auto 93 est divisée en quatre secteurs, soit l'équipement original, les pièces de rechange et accessoires, le garage et le nouveau secteur des processus de conception de la fabrication.

La foire se composera des quatre centres suivants au Centre d'exposition de Paris-Nord : le centre de l'autoradio, de l'autotéléphone et des systèmes d'alarme pour automobiles; le centre informatique; le centre des stations-services qui vendent des lubrifiants et de l'essence et le nouveau centre de l'environnement et du recyclage.

Le nouveau secteur des processus de conception de la fabrication comprendra des produits et services, l'accent étant mis sur l'efficacité des procédés de fabrication.

Dans le secteur de l'équipement original, on trouvera les principaux fournisseurs d'équipement; une conférence, réunissant des directeurs de chaînes de montage, des achats et des techniques du secteur de la fabrication et de la fourniture d'équipement, aura lieu en vue de discuter des tendances courantes. Une conférence mondiale, parrainée

par la **Vehicle Equipment Industry Federation**, en collaboration avec l'**American Society of Automobile Engineers** et la Société japonaise des concepteurs automobiles, réunira des ingénieurs afin de donner un aperçu de la technologie de demain.

Le secteur des pièces de rechange et des accessoires présentera une exposition de la quasi-totalité des produits et des composants nécessaires pour le service après-vente, ainsi que les derniers modèles de moteurs, de panneaux de carrosserie, de systèmes électriques et électroniques, de systèmes de châssis et d'accessoires.

Le secteur garage a été qualifié par les organisateurs de plus grand garage du monde et présente tout l'équipement et les services nécessaires pour la réparation et l'entretien automobiles, notamment l'équipement de diagnostic, les appareils de vérification, les outils, les systèmes de nettoyage, les appareils de levage, l'équipement servant à réparer les pannes, l'équipement de réparation et de carrosserie et les ordinateurs.

Le centre des stations-services qui vendent des lubrifiants et de l'essence présentera des entreprises pétrolières, de graissage et de lubrification industrielles, des fabricants de systèmes de gestion du carburant, des spécialistes de la fourniture et des techniques marchandes, ainsi que tout l'équipement et les services dont se compose une station service qui répond vraiment aux «nouveaux» besoins des consommateurs.

Le centre informatique présentera tous les programmes d'organisation et de gestion nécessaires pour exploiter de façon optimale les ateliers de réparation et le commerce de l'automobile en général.

Le centre de l'autoradio, de l'autotéléphone et des systèmes d'alarme pour l'automobile sera le plus important d'Equip'Auto 93 et réunira les chefs de file mondiaux de l'électronique de communication incorporée aux automobiles.

Le centre de l'environnement et du recyclage réunira les principales entreprises oeuvrant dans le recyclage des déchets automobiles et le contrôle de la pollution, notamment des fournisseurs d'équipement, des compagnies pétrolières, des entreprises et des fabricants de produits en plastique. La technologie d'avenir, la classification des véhicules propres, les véhicules à faible émission de gaz d'échappement, les nouveaux carburants et le recyclage du matériel ne sont que quelques sujets qui seront abordés.

Pour de plus amples renseignements sur **Equip'Auto 93**, communiquer avec C. Mille International Agency, 322 Eglinton Avenue East, Suite 902, Toronto (Ontario), M4P 1L6. Tél. : (416) 482-5322. Fax : (416) 925-2768.

Exposition au Nevada axée sur l'Europe de l'Est

Las Vegas — Les entreprises canadiennes, en particulier les petites et moyennes, sont invitées à participer à **East Europe Expo 93**, qui se tiendra du 13 au 15 juillet prochain au Tropicana Resort et au Convention Center.

Conçu pour amorcer et faciliter des transactions internationales, cet événement rassemblera des commerçants de biens et services, des distributeurs, des franchiseurs, des entrepreneurs et des investisseurs des États-Unis, du Canada et de l'Europe de l'Est.

Les exposants et participants sont recrutés dans les milieux suivants : entreprises privées, organismes gouvernementaux, franchiseurs, industriels, sociétés d'importation et d'exportation, promoteurs immobiliers, distributeurs et agences touristiques.

Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec Steven A. Colantuoni, Marketing Director, Inter-Trade, 2935 East Broadway, Suite 204, Tucson, Arizona 85716. Tél. : (602) 795-3690. Fax : (602) 327-6628.

*Comme l'Airshow***L'exposition des sous-traitants prend son envol**

Abbotsford — Presque toutes les personnes que les participants désirent rencontrer seront invitées à la sixième exposition annuelle des sous-traitants (SUBCON VI), qui aura lieu le 4 août prochain.

Dans le cadre de l'exposition SUBCON VI, cette année combinée à Airshow Canada, des sous-traitants de

différents secteurs (industrie spatiale, aérospatiale, électronique, robotique, produits de simulation et matériel de défense) auront l'occasion de rencontrer d'importants entrepreneurs étrangers — surtout américains.

L'exposition SUBCON tenue l'année dernière à Toronto avait attiré quelque 200 gros entrepreneurs et 125 exposants sous-traitants. Jusqu'à 15 000 visiteurs sont attendus cette année.

Les frais d'inscription pour les exposants sont de 200 \$. SUBCON VI est

organisée par les directions de l'Aérospatiale, de l'Expansion du commerce et des Relations commerciales avec les États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec M^{me} Gisèle Laframboise, gestionnaire de projets, Direction des opérations d'expansion du commerce, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-8099. Fax : (613) 996-8688.

Important salon du transport à Beijing

Beijing — À l'occasion de l'International Exhibition on Transportation 93, qui se tiendra dans la capitale chinoise du 1^{er} au 6 septembre prochain, l'accent sera mis sur trois secteurs importants : réseaux de trains, de métros et de véhicules légers sur rail; technologie des transports terrestres, génie routier et génie des véhicules automoteurs; gestion des ports et des canaux, et génie maritime.

Selon les organisateurs, cette exposition pourrait ouvrir la voie à des projets de coentreprise, de coordination, d'investissement et de transfert technologique, car la Chine a comme priorité d'accroître l'efficacité de son réseau de transport.

Un réseau de transport efficace lui permettrait d'attirer plus d'investissements et stimulerait sa croissance économique.

Les organisateurs espèrent attirer des grands de l'industrie, qui souhaiteraient former des coentreprises, des consortiums et des projets de coordination.

Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec le représentant canadien des organisateurs, Willie S. Zhu, President, Pacific Rim Group Inc., 672 Manning Avenue, Toronto M6G 2W3. Tél. : (416) 516-2234. Fax : (416) 588-7668.

Ouverture d'un secrétariat de liaison et d'expansion du commerce au Zaïre

Etant donné la fermeture de l'ambassade du Canada au Zaïre, qui desservait également le Congo, le Rwanda et le Burundi, les gens d'affaires canadiens seront heureux d'apprendre la création d'un secrétariat de liaison et d'expansion du commerce, par monsieur Bongola Wa Bilapo, l'ancien agent local de commerce à l'ambassade.

Au service des sociétés canadiennes, le secrétariat se chargera de

coordonner la liaison entre les autorités locales, les secteurs privés et les sociétés d'état, et fournir de l'information sur les marchés comme sur les entreprises canadiennes par des contacts suivis et directs avec les exportateurs/importateurs.

Le secrétariat fonctionnera dès la mi-mai 1993, à l'adresse suivante: République du Zaïre, B.P.2875 KIN I. Téléx : Intercontinental 21212/21343.

Matériel de télécommunications faisant l'objet d'appels d'offres en Éthiopie

Les autorités responsables des télécommunications en Éthiopie ont lancé plusieurs appels d'offres financés par la Banque africaine de développement.

Le numéro de l'appel, l'article en question, le prix du document et la date de fermeture sont les suivants :

- # 1/93 — câbles téléphoniques pour service local — environ 75 \$ CAN — 5 juillet 1993.
- # 2/93 — émetteur-récepteur HF standard — environ 75 \$ CAN — 6 juillet 1993.
- # 3/93 — système UHF de faible puissance — environ 75 \$ CAN — 6 juillet 1993.

• # 4/93 — PABX — environ 50 \$ CAN — 7 juillet 1993.

• # 8/93 — appareil téléphonique à pousoirs à impulsion décadique — environ 50 \$ CAN — 7 juillet 1993.

• # 10/93 — appareil téléphonique à magnéto — environ 50 \$ CAN — 7 juillet 1993.

Pour obtenir de l'aide pour acheter les documents relatifs à ces appels d'offres (contre remboursement à une date ultérieure), communiquer avec l'ambassade du Canada à Addis-Ababa en Éthiopie. Téléx : 21053 (DOMCAN ET). Fax : (011-251-1) 51.28.18.

Le matériel SR500 pour les réseaux hertziens, produit par **SR Telecom Inc.**, de Saint-Laurent (Québec), sera utilisé en Grèce, où Intracom S.A. en assurera la fabrication. Ce contrat vise 53 systèmes qui, grâce à une capacité de plus de 20 000 lignes, permettront d'offrir le service de téléphone aux collectivités et villages ruraux des îles grecques. Le marché, d'une valeur d'environ 11 millions de dollars, porte sur la vente de composants, de sous-ensembles et d'outils spécialisés ainsi que sur le versement de redevances.

Harris Farinon, Dorval (Québec) a obtenu un contrat de 9,2 millions \$ pour remplacer le réseau analogique de télécommunications micro-ondes de la compagnie Petroleum Development Oman (PDO) par une nouvelle technologie, les radios numériques. En plus d'inclure la radio numérique, le contrat comprend différents services tels que : la conception, l'ingénierie, la construction des tours, les systèmes électriques, l'installation et la formation.

Alcatel Canada Inc., de Toronto, a signé un contrat de 52,7 millions \$ US pour l'installation d'un nouveau système de signalisation et de contrôle du mouvement des trains pour la compagnie de transport par chemin de fer de la ville de San Francisco. La Muni Metro a acheté le système de contrôle SELTRAC d'ALCATEL pour son service de métro à véhicules légers sur rail, remplaçant ainsi une technologie conçue en 1872.

La Division Diesel de **General Motors du Canada Limitée**, dont le siège social est à London (Ontario), a vendu 15 locomotives diesel-électriques, des pièces de rechange et des outils ainsi que des services de formation à la Zambia Railways Limited, de Kabwe en République de Zambie. La SEE appuie la transaction en collaboration avec la Meridien International Bank Ltd (MIBL), de Nassau (Bahamas), sous

forme d'un prêt pouvant aller jusqu'à 11,2 millions de dollars américains. La MIBL assumera l'obligation du prêt direct envers la Zambia Railways Limited.

En vertu d'un appui financier de 2,17 millions \$ assuré conjointement par la SEE et l'Agence canadienne de développement international (ACDI), deux

CONTRATS DÉCROCHÉS

exportateurs canadiens ont conclu des transactions dans le secteur pétrolier avec des acheteurs de l'Inde. **Ingersoll-Rand Canada Inc.** de Montréal, au Québec, a vendu des pompes pour pipelines et du matériel connexe (1,17 millions \$ de la SEE et 718 000 \$ de l'ACDI), tandis que **Bovar Engineered Products - Western Research** de Calgary, en Alberta, a vendu des instruments d'analyse pour la récupération du soufre (175 000 \$ de la SEE et 107 000 \$ de l'ACDI).

Une ligne de crédit pouvant atteindre jusqu'à 15,2 millions \$ US que la Société pour l'expansion des exportations a établie avec la Banque de Chine, appuiera la vente à la Chine, par la société **Sulzer Escher Wyss Hydro (SEWH)**, de trois générateurs à turbine bulbe de 19 MW et de services connexes. SEWH, une division de Sulzer Canada Inc. basée à Lachine, au Québec, vendra du matériel et des services en provenance de plus de 20 fournisseurs dans tout le Canada, et y créera quelque 567 années-personnes d'emploi.

L'appui financier de 262 500 \$ US fourni par la SEE a aidé la société **B.S.L. Machine Ltd.** d'Edmonton, en Alberta, à vendre une tronçonneuse à lames mobiles pour tuyaux de 18 pouces à la société Tubacero, S.A. de C.V. de Monterrey (N.L.) au Mexique.

SR Telecom Inc. (SRT), Saint-Laurent (Québec), a obtenu un contrat de 4,5 millions \$ pour la fourniture d'un

service téléphonique à d'autres régions des Philippines. SR Telecom est un chef de file mondial dans la technologie de l'amélioration des systèmes téléphoniques en régions éloignées. Ses systèmes sont maintenant utilisés dans 70 pays.

Com Dev Limited, de Cambridge en Ontario et **Telesat Canada**, de Gloucester, également en Ontario, fourniront des sous-systèmes à satellites et des

services de consultation pour la construction et le lancement de deux satellites de communication mondiale. La SEE offre un financement jusqu'à concurrence de 15 millions \$ US pour la transaction. International Private Satellite Partners, une société en commandite du Delaware, dirige le projet qui devrait créer environ 533 années-personnes d'emploi au Canada.

C.I. Power, de Mississauga (Ontario) a obtenu un contrat d'étude avec la Anguilla Electricity Co. Ltd., en vue de l'expansion du réseau électrique de l'île. Le projet, dont le montant n'a pas été révélé, est financé par la Banque de développement des Antilles.

SNC Lavalin, de Montréal (Québec), a décroché un contrat de 5 à 7 millions \$ US pour étendre le réseau électrique de l'île antillaise de Saint-Kitts. Le projet est financé par la Banque de développement des Antilles.

Le **Matthews Group Ltd.**, de Mississauga (Ontario), a décroché un contrat de 560 000 dollars américains pour l'installation d'un pipeline dans le cadre du projet de barrage de Roseau sur l'île antillaise de Sainte-Lucie. C'est le troisième projet financé par la Banque de développement des Antilles qu'obtient Matthews. Le barrage de Roseau est le plus important projet cofinancé par la CDB, la Banque mondiale et l'ACDI, cette dernière agissant à titre de coordonnatrice du projet.

Un marché australien attractif : les logiciels

Selon un rapport provenant du consulat du Canada à Melbourne, qui signale que des entreprises canadiennes ont récemment pénétré avec succès le lucratif marché australien du logiciel, d'autres sociétés pourraient en faire autant.

Ce marché est bel et bien lucratif — et en pleine croissance!

En 1990, le marché des logiciels et des services informatiques était évalué à 2,2 milliards \$ U.S. D'ici à 1995, le secteur du logiciel devrait connaître une progression annuelle de 12,4 p. 100, et celui des services une croissance encore plus rapide (18,5 p. 100). Les logiciels d'applications spécialisées destinés aux industries extractives et manufacturières ainsi qu'aux secteurs des banques, de la finance et de l'éducation offrent les meilleures possibilités. Il y a aussi des débouchés dans les domaines de la conception, de la fabrication et de l'ingénierie assistées par ordinateur (CAO, FAO et IAO).

Le rapport mentionne que nombre des entreprises canadiennes qui ont percé ce marché y ont ouvert des bureaux pour assurer un service après-vente et aussi pour faciliter leur accès aux marchés de l'Asie-Pacifique.

D'autres sociétés ont plutôt choisi de former des coentreprises ou de désigner des agents ou des distributeurs pour s'occuper de leurs gammes de produits.

Les entreprises australiennes exigent un service rapide et des communications efficaces. Il est donc essentiel qu'elles puissent trouver sur place des représentants pour les biens qu'elles importent.

Les entreprises canadiennes devraient s'attendre à devoir fournir une forma-

tion appropriée à leurs agents ou distributeurs et une formation d'appoint pour les nouveaux produits. Il est en outre recommandé d'assurer une liaison continue par télécopieur pour les communications normales ou le dépannage.

Il existe déjà des réseaux de distribution bien établis en Australie, et les distributeurs et agents, qui pour la plupart demandent l'exclusivité, sont très compétents.

Le rapport précise que presque toutes les entreprises considèrent l'Australie comme un marché intéressant et facile d'accès parce que le contexte économique, culturel, juridique et commercial y est semblable au nôtre.

Conférences et expositions

Parmi les conférences et les expositions se tenant régulièrement dans ce pays, mentionnons :

- Australian Software Engineering Conference (ASWEC), Sydney
- Australian Open System Users Group (AUGG), Sydney
- CADEX, Victoria, Queensland et New South Wales
- Industrial Engineering Applications of Artificial Intelligence and Expert Systems (IEA), Sydney
- MACWORLD, Sydney
- WINDOWS WORLD, Sydney
- Personal Computer (PC), Melbourne

Les entreprises qui désirent assister ou prendre part à l'une de ces activités, ou obtenir de plus amples renseignements devraient communiquer avec le consulat général du Canada, Level 5, Quay West, 111 Harrington Street, Sydney, New South Wales 2000, tél. : 61 2 364 3000, fax : 61 2 364 3098 OU

avec le Haut-commissariat du Canada, Commonwealth Avenue, Canberra A.C.T. 2600. Tél. : 61 6 273 3844. Fax : 61 6 273 3285.

AU CALENDRIER

Montréal — du 7 au 9 août 1993 — **Canadian International Footwear Exposition (C.I.F.E)** — Organisé par GroupEXPO, la foire commerciale de l'industrie des chaussures attirera des détaillants à travers le Canada et les États Unis ainsi que de nombreux exposants internationaux. La date limite pour retenir un kiosque est le 1^{er} juillet 1993. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Mme Lina Romano, GroupEXPO, Montréal. Tél. : (514) 272-0606. Fax : (514) 272-6699.

Numéros à noter

Les bureaux de l'ambassade du Canada à Vienne sont maintenant situés au 10-12 Schuberting, Vienne 1010. Leurs numéros de téléphone et de fax demeurent les mêmes. Tél. : (011-43-1) 533-3691. Fax : (011-43-1) 535-4473.

• • • • •

Le nouveau numéro de téléphone de l'ambassade du Canada à Paris est le 44.43.29.00, précédé de 011-33 si l'on appelle du Canada.

InfoExport

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

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

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



1
6f
0
93
2
0CS

CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

1993

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE
1^{er} juin 1993

Vol. 11 N° 10

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

L'AEC célèbre ses 50 ans

Plus de 600 délégués venus de partout au Canada participeront aux célébrations entourant le cinquantième anniversaire de l'Association des exportateurs canadiens, lequel sera souligné à l'occasion du Congrès annuel des exportateurs qui se déroulera du 3 au 5 octobre à l'Hôtel Vancouver.

Cette importante manifestation, dont le thème sera « se positionner sur les marchés du village global », offrira aux participants une occasion unique de se familiariser et de nouer des liens avec des exportateurs de biens et de services, des entreprises offrant des services aux exportateurs, des institutions financières et des hauts fonctionnaires. La remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aura lieu dans le cadre de ce Congrès.

Communiquer avec M^{me} Louise Cecire, AEC, Ottawa, K1P 6B9. Tél. : (613) 238-8888. Fax : (613) 563-9218.

La Belgique, marché-test au coeur de la communauté européenne

Les experts en marketing sont unanimes: la Belgique constitue le marché-test idéal au sein du marché unique européen. Pays compact, ouvert et cosmopolite, les cultures germanique et latine s'y côtoient. La Belgique offre à l'exportateur canadien un terrain d'essai unique en Europe pour tester son approche marketing et ses produits auprès des consommateurs européens et faire l'expérience des pratiques commerciales en vigueur dans ce marché. Située dans la zone la plus industrialisée et la plus peuplée d'Europe et possédant l'un des marchés les plus ouverts aux fournisseurs étrangers de toute la communauté européenne, la Belgique constitue une excellente porte d'entrée

sur l'Europe et il est généralement reconnu que si un produit remporte du succès en Belgique, les chances sont bonnes qu'il remporte un succès semblable dans d'autres pays européens.

Devant ce constat et les nombreuses demandes de renseignements qu'il recevait, le service économique et commercial de l'Ambassade du Canada à Bruxelles a demandé à un expert belge en marketing de préparer, à l'intention des exportateurs canadiens, une série de dix profils de marchés intitulée: "Belgique-Marché-test au coeur de la Communauté européenne". Chaque profil offre à l'exportateur des renseignements de base sur le marché belge: la demande et les tendances, la structure du marché, les meilleures occasions d'affaires, la concurrence et les quatre "P" du "marketing mix": prix, produit, place et promotion). Les secteurs couverts par ces profils sont les suivants:

- les produits de la mer
- les aliments et les boissons
- les vêtements
- les appareils et les équipements médicaux
- les accessoires et les pièces de rechange pour les voitures
- les équipements et les services de sécurité

(Voir page 4— La Belgique)

Supplément :

Communications Canada

pp. I-IV

Des débouchés exceptionnels au Mexique dans le domaine des études d'impact sur l'environnement

Le Mexique offre des débouchés exceptionnels aux sociétés canadiennes d'experts-conseils en environnement, principalement en raison de la nouvelle et abondante réglementation sur l'environnement qui a vu le jour lorsque l'Institut national d'écologie (INE) et le bureau du procureur général en matière d'environnement ont acquis le statut d'organismes décentralisés relevant du ministère du Développement social.

Un changement important pour les exportateurs canadiens réside dans le fait que désormais, une étude d'impact environnemental doit précéder la construction de toute nouvelle usine. En outre, les sociétés mexicaines d'experts-

conseils en environnement doivent s'associer à une entreprise étrangère afin d'être agréées pour procéder aux évaluations.

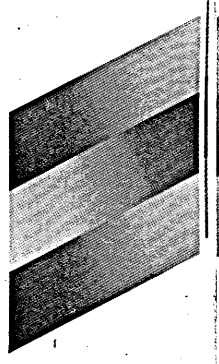
L'INE a instauré cette politique afin de s'assurer que les études sont menées à bien de façon correcte par des entreprises possédant les compétences nécessaires. De plus, l'Institut a estimé que les entreprises étrangères fourniraient des évaluations complètes et objectives.

Selon un rapport produit par l'ambassade du Canada au Mexique, il semblerait qu'en réalité, seules les entreprises américaines aient tiré parti

(Voir page 2— L'impact)

DANS CE NUMÉRO

Projet portuaire en Floride	2
Débouchés en Espagne	3
Foires : Canada, Mexique, Amérique du Sud, Europe	5-7
Au calendrier! Publications	8



Canada

Des séminaires sur le financement du capital de risque en Asie

Les sociétés canadiennes de technologie qui voudraient établir des liens internationaux et financiers seront certainement intéressées par deux séminaires à venir, l'un à Vancouver le 16 juin, l'autre à Calgary le 17 juin.

Lorsque vient le moment de mettre en oeuvre une stratégie internationale, bien des PME font face à un problème de financement.

La source que les séminaires passeront en revue est la région Asie-Pacifique. Cette région est aujourd'hui l'un des grands centres du financement international de la haute technologie. C'est aussi l'une des places financières les plus prometteuses du monde pour le capital de risque.

Les séminaires porteront sur les aspects suivants :

— comment les entreprises canadiennes peuvent-elles puiser aux sources asiatiques de capital de risque?

• que faut-il rechercher dans une entente d'investissement?

• comment trouver un financement et comment négocier et structurer une entente de financement? et

• les occasions découlant d'une entente de financement (accès aux réseaux asiatiques de commercialisation et de distribution, capacité de fabrication et développement technologique).

Les participants rencontreront aussi des spécialistes du capital de risque qui gèrent des fonds asiatiques de capital de risque et qui sont en quête d'investissements stratégiques dans les PME nord-américaines axées sur la technologie.

Les séminaires seront présentés en partie par Investissement Canada (IC) et par la Fondation Asie-Pacifique du Canada (FAPC).

Pour renseignements complémentaires,

prérez, prière de communiquer avec Dianne Caldbick (IC), à Ottawa, au numéro : (613) 995-7646, ou avec Sue Hooper (FAPC) à Vancouver, au numéro : (604) 684-5986.

Soumissions pour un projet en Floride

La mise en oeuvre du plan d'expansion et de modernisation du port de Jacksonville (JAXPORT), en Floride, devrait offrir des débouchés intéressants aux fournisseurs canadiens d'installations destinées à la manutention de marchandises, notamment dans les ports.

Évalué à 206 millions \$ US, ce projet qui débutera cette année donnera lieu à l'acquisition et à la mise en valeur de près de 3 000 acres, qui s'ajouteront aux 1 000 acres existants. Les travaux porteront sur les installations de ce port en eau profonde ainsi que sur l'accès à ces dernières par route et par voie ferrée.

Le plan d'expansion du port de Jacksonville vise à accroître le volume de marchandises qui y transitent et à mettre en place des installations de manutention modernes plus complètes que celles de tout autre port de la côte Atlantique.

On compte ainsi exploiter l'attrait accru que présente le marché américain pour les pays d'Amérique du Sud et d'Amérique centrale depuis la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain. Par ailleurs, selon des statistiques récentes, Porto Rico importe des

États-Unis 95 % des marchandises nécessaires pour répondre à ses besoins et 45 % de ces produits transitent par le port de Jacksonville.

Entre 1985 et 1991, ce port a affiché un taux de croissance moyen de 8 % par année; en outre, le volume des marchandises expédiées en conteneurs a augmenté de 15 % par année et son taux annuel de croissance devrait atteindre 9 % au cours des trois prochaines années.

Les entreprises canadiennes intéressées aux avis d'appel d'offres peuvent s'adresser à M. Robert B. Reeves, Directeur adjoint, Marketing et ventes, Autorités portuaires de Jacksonville, 2381 Talleyrand Avenue, Jacksonville, Floride 32206-3496. Tél. : (904) 630-3070. Fax : (904) 630-3066.

L'impact (Suite de la page 1)

de ce règlement!

Par conséquent, 65 maisons d'experts-conseils seulement, sur les 1 400 établies au Mexique, ont réussi à se conformer à ce règlement et environ 2 500 entreprises attendent de pouvoir mener des études d'impact - une situation offrant aux entreprises canadiennes des débouchés exceptionnels.

Les sociétés canadiennes intéressées et possédant les compétences voulues doivent communiquer avec M. Paul St-Amour, de l'ambassade du Canada à Mexico (fax 011-525-724-7982), pour obtenir des renseignements sur des partenaires mexicains possibles et sur les personnes chargées d'appliquer les règlements au bureau du procureur général.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Le Bureau commercial canadien à Barcelone a déterminé un certain nombre de coentreprises et de débouchés possibles en Espagne. Les entreprises canadiennes qui s'intéressent aux secteurs mentionnés ci-dessous doivent - en citant le numéro de référence pertinent - envoyer des renseignements généraux sur leurs activités à M. René François Desamoré, Bureau commercial, Consulat du Canada, Travessera de les Corts, 265 Entl. 1, 08014 Barcelona, Espagne. Fax : 343-410-77-55.

Référence PAD - Un fabricant d'édulcorants,

d'additifs alimentaires, de produits chimiques de laboratoire et de produits entrant dans la fabrication de produits chimiques espère élargir sa gamme de produits grâce à des accords ou des licences de fabrication, de distribution et de commercialisation. Il recherche des additifs pour produits pharmaceutiques, comme des parfums et des aromates; des produits en vente libre en pharmacie, notamment des bonbons et des édulcorants; des additifs alimentaires, des édulcorants et des agents épaississants; des produits chimiques de laboratoire anesthésiants et hypnotiques; des additifs pour nourriture pour animaux; de nouveaux types de conteneurs d'un volume de 20 à 60 litres pour produits solides fabriqués avec des matériaux primaires comme le plastique ou le carton et qui peuvent être recyclés.

Référence LOZ - Depuis 1987, cette entreprise de services informatiques commercialise, installe et entretient des lecteurs optiques automatiques de code à barres. Sise à Barcelone, elle espère élargir son actuelle gamme de produits grâce à des accords de distribution et (ou) de commercialisation de logiciels éducatifs dans les écoles, les universités et les entreprises. L'entreprise recherche des logiciels informatiques d'apprentissage de la géographie, de la biologie, de la comptabilité et des tech-

niques de vente; des produits de lecture optique automatique de codes à barres, notamment des imprimantes à transfert thermique, des étiquettes spéciales, des lecteurs optiques de codes à barres (crayons-lecteurs optiques), des décodeurs, des lecteurs industriels, des terminaux portatifs et des médailles (système comprenant un lecteur et une pastille à fréquence radioélectrique utilisé pour identifier les animaux).

Référence BEN - Une entreprise bien établie de Barcelone qui fabrique et

sera le bienvenu.

Référence OGA - Une entreprise qui dessine, fabrique et commercialise des pots de fleurs et des objets décoratifs pour jardin en ciment blanc et en marbre voudrait consolider sa position et cherche à passer des accords avec des fabricants de pots de fleurs. Elle recherche aussi des technologies, des systèmes et des matériaux en vue de fabriquer des pots de fleurs légers. Elle a besoin de ciment léger et de matériaux légers qui peuvent remplacer le béton,

de matières plastiques qui peuvent être mélangées au bé-

DÉBOUCHÉS EN ESPAGNE

commercialise des outils pour l'industrie électronique cherche à passer des accords d'achat en vue d'élargir sa gamme de composants de produits. Elle recherche des tuyaux en acier inoxydable d'une épaisseur de 0,2 ou 0,25 millimètres, des poires de caoutchouc pour outils à dessouder pouvant supporter des températures de 150°C sans perdre leurs caractéristiques, des tiges de céramique fines et des câbles à 5 fils pour soudeuses et des tiges de métal pour soudure au gaz.

Référence SIC - Une entreprise cherche à passer un accord de commercialisation et (ou) de fabrication de plusieurs produits en plastique, notamment ceux qui peuvent être vendus à des laboratoires pharmaceutiques et utilisés comme flacons, systèmes d'ouverture, scellés, emballages, etc. Elle recherche aussi des produits en plastique comme des diffuseurs et des vaporisateurs pour produits de beauté et des produits s'adressant aux hôpitaux, comme des pipettes, des seringues, des compte-gouttes, des pots de chambre et des poubelles. L'entreprise recherche, en outre, des produits en plastique pour l'industrie alimentaire, notamment des contenants et des emballages pour le transport des fruits. Tout produit nouveau en plastique à l'intention des marchés de l'alimentation, des produits de beauté, de la pharmacie et des hôpitaux

ton sans perdre leur consistance, de matières qui peuvent remplacer le marbre, de nouveaux dessins de pots de fleurs légers et de nouvelles technologies de fabrication de pots de fleurs. Elle recherche aussi des produits novateurs pouvant être vendus dans des jardineries ou tout genre de meubles pour la ville, notamment des pots de fleurs démontables, des matériaux d'imitation, de la roche, du plastique, de l'aluminium et des dessins novateurs.

Référence CORB - Un fabricant-vendeur de produits novateurs pour la chromatologie sur couches minces cherche à capturer 15% du marché mondial d'ici 1997 avec l'aide d'un partenaire industriel canadien. Recherche une entreprise canadienne pour fabriquer en collaboration des plaques et des feuilles, des revêtements absorbants et des accessoires.

Référence CTER - Une nouvelle entreprise novatrice de Barcelone cherche à vendre des licences de fabrication ainsi que des investissements dans une usine espagnole en vue du développement et de la vente d'un isolant thermique, acoustique et résistant au feu nouveau et plus efficace. Ce produit écologique et à faible densité se destine à la construction, la climatisation, les chambres froides et tout autre secteur se servant d'isolants.

La Belgique *(Suite de la page 1)*

- les matériaux de construction
- les articles de sport
- les produits de quincaillerie et "do-it-yourself"
- les jouets, les jeux et l'artisanat

Pour l'instant, seuls les quatorze premiers profils sont disponibles, et en anglais seulement. Dès que la version française sera parue, CanadExport vous en avisera, tout comme nous vous annoncerons l'arrivée des six autres profils de marché.

Voici donc un aperçu des recommandations que contiennent deux des profils déjà prêts, que vous vous procurez en vous adressant à l'ambassade du Canada à Bruxelles, en identifiant clairement votre société, vos produits et en donnant des précisions sur votre plan marketing en ce qui concerne l'Europe.

Communiquer avec M. Bruno Picard, Conseiller, Affaires économiques et commerciales, Ambassade du Canada, 2, avenue de Tervuren, 1040 Bruxelles, Belgique, Fax : (011-32-2) 735-3383.

Produits de la mer

La Belgique est le troisième importateur européen de produits de la mer canadiens et, bien qu'elle soit située sur la mer du Nord, elle importe 80% de sa consommation. Les principales recommandations que l'on peut extraire de ce profil sont:

DIVERSIFICATION: Les Belges sont habitués de consommer une très grande variété de poissons et de fruits de mer frais et les Canadiens devraient donc ne pas se limiter aux exportations traditionnelles de homard et de saumon, mais devraient tenter de développer de nouveaux créneaux. Le récent succès remporté par certains exportateurs de moules d'élevage constitue un premier pas dans cette direction.

PRODUITS A VALEUR AJOUTEE: Le succès récent du surimi à saveur de homard démontre que le consommateur belge est ouvert aux nouveaux produits. Les Canadiens, avec leurs ressources halieutiques fort variées, pourraient jouer un rôle prépondérant

dans ce marché, s'ils l'abordaient avec un esprit plus créateur.

PLATS PREPARES: Le marché des plats préparés et congelés a été traditionnellement partagé entre trois grands concurrents qui offrent une gamme réduite de produits. Les producteurs canadiens de plats préparés originaux pourraient faire une percée importante dans ce créneau de marché.

Les vêtements

Bien qu'ils aient la réputation d'être

l'un des peuples les plus conservateurs d'Europe, les Belges sont à l'affût des modes et styles nouveaux et aiment porter des vêtements de qualité. Comme ils sont sensibles à la marque et à l'image que projette le vêtement, cela amène l'exportateur canadien à investir dans des matières originales et de qualité, et dans une campagne publicitaire qui permettra par conséquent au consommateur belge d'identifier l'originalité et la qualité du vêtement canadien par

(Voir page 7 : La Belgique)

Saviez-vous que . . .

- Dans la Communauté européenne, la Belgique occupe le sixième rang pour le volume de ses importations.
- Pour le Canada, la Belgique représente le cinquième marché en importance parmi les membres de la Communauté, et le deuxième plus grand marché pour ce qui a trait au bois et aux produits de la mer.
- En 1992, nos exportations vers la Belgique se sont chiffrées à \$1 milliard et nos importations à \$428 millions.
- Les débouchés les plus prometteurs pour les sociétés canadiennes se trouvent dans les technologies reliées à l'environnement, les télécommunications, les produits de bois à valeur ajoutée, la machinerie industrielle, l'alimentation et les biens de consommation.
- Les experts en marketing considèrent la Belgique comme le marché-test idéal en Europe. Un microcosme où se côtoient deux cultures, l'une germanique et l'autre latine.
- Per capita, la Belgique est le plus grand récipiendaire d'investissement étranger au monde. Il ya déjà belle lurette que les sociétés américaines et celles de l'Europe non-continentale utilisent la Belgique comme porte d'entrée sur le marché de la Communauté.
- La Belgique est au coeur de la région la plus densément peuplée et la plus industrialisée de toute la CE: 75% du pouvoir d'achat de la CE se trouve à moins de 350 kms de Bruxelles.
- Les sociétés canadiennes ont quintuplé leurs investissements en Belgique au cours des derniers six ans. Il ya maintenant 85 sociétés et associations canadiennes présentes en Belgique.
- La Belgique est un "pays à valeur ajoutée" avec des importations de biens et services se chiffrant à quelque 60% de son PNB et des exportations à environ 70%. Ses industries excellent dans les secteurs suivants: technologies médicales, matériaux industriels de pointe, biotechnologie, travail des métaux, transformation alimentaire, produits chimiques et pharmaceutiques, textiles, technologie du verre, aéronautique, transport maritime, services financiers.
- Troisième plus grand investisseur à l'étranger (per capita), la Belgique est un pays à considérer sérieusement si vous vous intéressez à des alliances stratégiques dans un de ces secteurs d'activité industrielle.

*Organisées par AECEC***Foires commerciales au Mexique et en Amérique du Sud**

La Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT) a organisé plusieurs manifestations à caractère commercial qui auront lieu au Mexique et en Amérique du Sud au cours des prochains mois. Les entreprises canadiennes seront sans doute intéressées à participer à l'un ou l'autre des événements suivants :

FISPAL 93 — Du 22 au 26 juin, Sao Paulo, Brésil. Cette manifestation vise le marché brésilien des aliments transformés et s'adresse également aux acheteurs de machines de conditionnement et de matériel connexe. Les entreprises intéressées doivent envoyer leurs catalogues directement au consulat général du Canada à Sao Paulo. Fax : (011-55-11) 251-5057. Aux soins de C. Perry.

TECNO MEUBLE 93 — Du 8 au 11 juillet, Guadalajara, Mexique. Cette manifestation, qui en est à sa huitième édition, est maintenant bien rodée; elle concerne l'industrie mexicaine du meuble qui est en pleine expansion. Personne-ressource : Paul Schutte, LGT. Fax : (613) 944-0479.

SALON DEL'ALIMENTATION 93 — Du 23 au 27 juillet, Caracas, Venezuela. La clientèle visée est celle des acheteurs vénézuéliens d'aliments transformés. Personne-ressource : J. Dundon, LGT. Fax : (613) 944-0479.

COMDEX 93 — Du 23 au 27 août, Sao Paulo, Brésil. Cette manifestation cherche à rejoindre les distributeurs et les importants utilisateurs de logiciels du Brésil. De plus, après la foire, les participants seront invités à visiter Buenos

Aires. Personne-ressource : J. Dundon, LGT. Fax : (613) 944-0479.

CONTROL AMBIENTAL 93 — Du 23 au 27 août, Mexico, Mexique. Une manifestation qui vise directement le marché mexicain des équipements et services de protection de l'environnement, en pleine expansion. Personne-ressource : J. Dundon, LGT. Fax : (613) 944-0479.

INFORVEN 93 — Du 21 au 24 septembre, Caracas, Venezuela. Une bien-

occasion d'écouler des accessoires de camion, des pièces et des services sur le marché mexicain où l'industrie du camionnage est florissante (au Mexique, 90 % du transport des marchandises s'effectue par camion). Personne-ressource : Paul Schutte, LGT. Fax : (613) 944-0479.

COPUMUNDO 93 — Du 19 au 22 octobre, Mexico, Mexique. Une excellente occasion d'établir des relations d'affaires avec les acheteurs mexicains de matériel informatique et de logiciels.

Personne-ressource : Paul Schutte, LGT. Fax : (613) 944-0479.

CONGRÈS 93 DE L'INDUSTRIE MINIÈRE MEXICAINE — Du 27 au 31 octobre, Acapulco, Mexique. Une biennale importante au cours de laquelle les participants ont l'occasion de rencontrer les représentants de l'industrie minière du Mexique. Personne-ressource : C. Munante, LGT.

Fax : (613) 944-0479.

FISA 93 — Du 29 octobre au 7 novembre, Santiago, Chili. Une manifestation importante pour les entreprises de produits de consommation qui veulent explorer le marché chilien. Prière de communiquer avec l'ambassade du Canada à Santiago. Fax : (011-56-2) 696-0738. Aux soins de P. Feres.

EXPOCORMA 93 — Du 23 au 28 novembre, Conception, Chili. En Amérique du Sud, il s'agit de la seule foire consacrée à la machinerie de l'industrie sylvicole et elle n'a lieu que tous les deux ans. Personne-ressource : Paul Schutte, LGT. Fax : (613) 944-0479.

Canada Expo vous invite . . .

La prochaine **Canada Expo** aura lieu à Mexico, du 21 au 24 mars 1994. Cette exposition consacrée à la machinerie industrielle ainsi qu'aux produits alimentaires et de consommation est la plus importante manifestation organisée dans le cadre du programme de promotion du commerce avec l'Amérique latine pour l'exercice financier 1993-1994.

Afin de vous assurer que le nom de votre société est bel et bien sur la liste des invitations, prière de communiquer avec Paul Schutte, LGT. Fax : (613) 944-0479.

nale importante qui offre aux participants l'occasion de rencontrer les distributeurs et les acheteurs vénézuéliens de logiciels. Personne-ressource : C. Munante, LGT. Fax : (613) 944-0479.

SALON DE EMPAQUE 93 (Salon du matériel de conditionnement de Caracas) — Du 24 au 28 septembre, Caracas, Venezuela. Le salon vise le marché du matériel de conditionnement qui est fort dynamique au Venezuela. Personne-ressource : C. Munante, LGT. Fax : (613) 944-0479.

TRANSEXPO 93 — Du 28 septembre au 10 octobre, Monterrey, Mexique. Cette exposition fournit une excellente

On recrute des exposants en vue de la foire CeBit

Une tournée spéciale de recrutement d'exposants dans les villes du Canada explique aux éventuels exposants canadiens les avantages qu'ils pourraient recueillir en participant à CeBit 94, la plus importante foire commerciale au monde en matière de technologie de l'information.

Les séminaires misent également sur la désignation du Canada comme « pays partenaire » pour ce prestigieux événement, qui doit se dérouler à Hanovre, en Allemagne, du 16 au 23 mars 1994.

Cette désignation devrait donner au Canada une longueur d'avance sur la concurrence. Voici quelques-uns des avantages qui en découleront :

- elle sera pour le Canada une belle occasion de faire connaître ses atouts en matière de technologie de l'information;
- elle augmentera le potentiel d'exportation du Canada;
- elle favorisera la commercialisation des produits et services canadiens;
- elle procurera au Canada un espace supplémentaire de choix durant l'exposition; et
- elle permettra à un plus grand nombre d'entreprises canadiennes d'exposer leurs produits et services et d'occuper des espaces d'exposition plus grands.

Ce sont là des atouts, surtout compte tenu du fait que CeBit constitue une fenêtre pour l'industrie mondiale de l'informatique et des télécommunications; cette foire commerciale est le point de rencontre des vendeurs, des acheteurs, des négociants, des distributeurs, des intégrateurs, des représentants de fabricants et des réalisateurs de logiciels.

Les exposés présentés durant ces séminaires seront les suivants : possibilités de commercialisation dans le secteur européen de la technologie de l'information, faits saillants de la foire de 1993 (qui a accueilli 660 000 visiteurs et qui a permis aux entreprises canadiennes de recevoir des commandes d'environ 100 millions \$), logistique d'une exposition, conditions d'admis-

sibilité applicables aux kiosques du gouvernement canadien, enfin renseignements sur les voyages.

Les endroits et les dates de la tournée de recrutement (qui s'est déjà rendue à Halifax, Québec et Toronto) sont les suivants :

- **Ottawa** — le 1^{er} juin
- **Montréal** — le 2 juin
- **Calgary** — le 3 juin
- **Vancouver** — le 4 juin
- **Saskatoon** — à déterminer et
- **Winnipeg** — à déterminer.

Les séminaires, auxquels on peut assister gratuitement, mais qui nécessitent des réservations, sont organisés par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et par la Commission de la foire commerciale de Hanovre.

Pour faire vos réservations ou pour obtenir des renseignements complémentaires sur les séminaires, communiquez avec M. Brian Cox, Direction des technologies de pointe, EAITC, Ottawa. Fax : (613) 944-0050.

Pays partenaire

Le forum CeBit fait place au Canada

Ayant reçu la désignation de « Pays partenaire » en prévision de CeBit 94, la plus grande exposition mondiale sur la technologie de l'information, le Canada organise maintenant le **Forum canadien CeBit**. Ce forum n'est que l'un des nombreux faits saillants de la participation du Canada à ce grand événement, qui doit avoir lieu du 16 au 23 mars 1994 à Hanovre, en Allemagne. Le **Forum canadien CeBit** — pour lequel le gouvernement canadien est à la recherche de conférenciers (et/ou de vidéos de qualité) — a les objectifs suivants :

- attirer des visiteurs dans l'espace d'exposition attribué au Canada;
- montrer à ces visiteurs les capacités de premier ordre dont dispose le Canada dans la technologie de l'information;
- leur indiquer les possibilités d'alliance offertes par le Canada : investissements conjoints, alliances commerciales, travaux conjoints de re-

cherche et de développement; et

- leur expliquer la politique gouvernementale et les programmes de soutien qui sont en application au Canada.

Les exposés seront probablement limités à 20 minutes, et les plus courts seront réédités durant les huit jours que durera l'exposition.

Il y aura aussi, au milieu même de l'espace d'exposition du Canada, un mini-théâtre de 100 places, un équipement audiovisuel et des services de traduction. (Les exposants pourront eux aussi utiliser ces installations pour les démonstrations de produits et les présentations techniques.)

Si vous voulez prendre la responsabilité d'un exposé ou si vous désirez d'autres renseignements sur le **Forum canadien CeBit**, veuillez communiquer avec Bob Baser, Communications Canada, à Ottawa. Tél. : (613) 990-4112. Fax : (613) 952-5313.

Globe '94

Pour de plus amples renseignements au sujet de **GLOBE'94, Trade Fair and Conference on Business and the Environment**, qui se tiendra du 21 au 25 mars 1994 à Vancouver, prière de composer le (604) 775-1994.

Une erreur s'est glissée dans le numéro de téléphone indiqué dans la livraison du 3 mai 1993 de *CanadExport*.

La Belgique (Suite de la page 4)

rapport à ses concurrents.

Si le vêtement d'hiver, adapté aux conditions climatiques plus douces de la Belgique, constitue un créneau qui vient naturellement à l'esprit, les créateurs canadiens de prêt-à-porter haut de gamme trouveront en Belgique un excellent marché qu'ils pourront en plus utiliser comme marché-test à partir duquel ils rayonneront sur toute l'Europe.

Expositions au Brésil

Sao Paulo — Tout porte à croire que deux expositions commerciales qui auront lieu cet automne attireront des entreprises canadiennes intéressées à explorer le marché brésilien.

Du 9 au 12 septembre prochain, des fabricants de produits de beauté et de matériel connexe ainsi que d'articles de toilette participeront à l'exposition intitulée **COSMETICA**. Les organisateurs de cet événement qui a attiré 50 000 visiteurs l'an dernier misent sur le succès des deux premières années et innoveront en érigeant dans le secteur des exposants internationaux un pavillon nord-américain qui regroupera dix stands. Par ailleurs, **EQUIPOTEL** constitue la seule exposition commerciale présentée en Amérique latine qui soit consacrée au matériel, aux produits et aux services destinés aux hôtels, restaurants, casse-croûte, bars laitiers, cuisines industrielles et établissements similaires.

Cette exposition du 22 au 26 septembre prochain offre aux entreprises canadiennes intéressées une occasion unique de montrer leur savoir-faire dans ce secteur.

On peut obtenir de plus amples renseignements sur ces deux expositions en s'adressant à M^{me} Myra Young, PRIME Assessoria e Participacoes Ltda, Caja Postal 21342-04698-970, Sao Paulo, SP, Brésil. Tél. ou fax : (011-55-11) 843-4728.

En Belgique, un marché en pleine expansion : Les technologies de l'environnement

GHENT — Les sociétés intéressées à explorer le marché de l'environnement en Belgique ou à y effectuer une percée devraient envisager la possibilité de se rendre ou de participer à IFEST 93, qui aura lieu dans cette ville du 10 au 22 octobre 1993.

Les exportateurs canadiens qui participeront au Salon professionnel international pour les technologies de l'environnement et de la sécurité (IFEST), où l'ambassade du Canada aura un stand d'information, pourraient fort bien accéder à ce marché en pleine expansion.

Au cours des dernières années, le marché des technologies de l'environnement en Belgique n'a pas été très dynamique mais l'adoption récente de règlements de tous genres tant en Europe qu'en Belgique est sans doute de

nature à susciter une forte demande de produits et de services dans ce secteur au cours des cinq prochaines années.

La demande sera concentrée dans quatre domaines principaux :

- les stations d'épuration des eaux d'égout;
- les stations d'épuration des eaux résiduelles privées et industrielles;
- la réduction de la pollution de l'air attribuable aux usines;
- la collecte sélective et le tri des ordures des ménages, des industries et des bureaux.

Bon nombre des sociétés en place sont à la recherche de nouveaux produits et services anti-pollution. Les intéressées à IFEST 93 peuvent communiquer avec Roger Denorme, OMNITRENDS, Ottawa. Tél. et fax : (819) 684-1828.

Populaire auprès de l'industrie :

Foire commerciale en Allemagne

Munich — Le Canada participera pour la sixième fois au **Salon international de l'informatique et des communications (SYSTEMS 93)**, qui aura lieu à Munich du 17 au 23 octobre 1993.

L'emplacement est réservé et on procède actuellement au recrutement des entreprises canadiennes qui voudraient se joindre au stand national du Canada mis sur pied par AECEC.

L'année 1993 marque le douzième anniversaire de cette foire commerciale, qui compte parmi les plus importantes en Europe.

En 1991, cette manifestation avait attiré plus de 160 000 personnes, dont plus de 80% possédaient un pouvoir décisionnel en matière d'achats. Une analyse plus poussée révèle que 22% des visiteurs se rangeaient dans la catégorie des fabricants de technologie de l'information et des communications, tandis que 53% étaient des gérants, des directeurs généraux ou des propriétaires d'entreprises.

97% des participants ont effectué des contacts en vue de mener des affaires à l'étranger, tandis que 68% ont réussi à établir des relations sérieuses dans une perspective d'exportation. Les entreprises canadiennes (qui ont répondu à 6 000 demandes de renseignements sérieuses) ont réalisé, sur place, des ventes de plus de 200 000 \$, et s'attendaient à ce que la manifestation donne lieu à des ventes supplémentaires de 8,3 millions \$ CAN.

SYSTEMS 93, qui présente une vaste gamme de matériel, de systèmes et de services liés à l'informatique et aux communications, fournit un tremplin important en vue de l'établissement de relations avec des groupes cibles - une clé importante du succès sur le nouveau marché européen.

Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec M^{me} Hélène, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8296. Fax : (613) 995-6319.

PUBLICATIONS

Coup d'oeil sur l'Accord de libre-échange nord-américain

La brochure d'une vingtaine de pages intitulée *Coup d'oeil sur l'Accord de libre-échange nord-américain* traite de divers aspects de l'ALENA, notamment les avantages pour le Canada, les secteurs protégés, les consultations canadiennes, l'ALENA et les provinces, ainsi que les mécanismes de règlement des différends.

Les avantages sectoriels examinés portent sur l'agriculture, l'industrie de l'automobile, les services commerciaux et professionnels, l'énergie, les services financiers, l'investissement, les télécommunications, les textiles et le vêtement, ainsi que les transports.

Il est possible d'obtenir un exemplaire de ce guide — numéro de référence 275 LF — par l'intermédiaire d'Info Export. (Voir l'encadré au bas de cette page.)

Errata — ALENA

On peut se procurer un exemplaire de l'Errata de la version du 17 décembre 1992 du texte officiel de l'Accord de libre-échange nord-américain — numéro de référence 276 LF — par l'intermédiaire d'Info Export.

Guide des affaires en Asie du Sud

Les pays de l'Asie du Sud sont l'Afghanistan, le Bangladesh, le Bhoutan, l'Inde, les Maldives, le Pakistan, Sri Lanka et, dans ce guide, le Myanmar (anciennement la Birmanie). Cette région compte environ un milliard d'habitants, soit le cinquième de la population mondiale.

Jusqu'à récemment, l'aide au déve-

loppement constituait la majeure partie des relations du Canada avec ces pays et les relations commerciales étaient peu développées. La région étant aujourd'hui en pleine mutation, des occasions d'affaires se présentent régulièrement, en particulier en Inde et au Pakistan. Le potentiel d'échanges bilatéraux avec ces pays est énorme : l'Inde est maintenant une grande puissance économique occupant le dixième rang mondial, et le Pakistan est engagé sur la même voie. Le *Guide* comprend un

chapitre sur chaque pays et une section utile consacrée aux organismes fournissant de l'aide financière tant au niveau national (Société pour l'expansion des exportations, Direction de la coopération industrielle de l'ACDI) qu'international (Banque asiatique de développement, Banque mondiale). Vous pouvez vous procurer le *Guide des affaires en Asie du Sud* à Info Export en donnant le numéro de code 16 CA ou au Centre de commerce international le plus près de chez vous.

AU CALENDRIER

Moncton — 1^{er} juin; **Montréal** — 7 juin; **Ottawa** — 9 juin — Offerts par la Société d'expansion des exportations (SEE), ces ateliers d'une demi-journée traitent de la gestion du risque pour les exportateurs canadiens. Les exportateurs y apprendront, entre autres, à protéger leurs contrats à l'étranger, et à demeurer concurrentiels tout en minimisant les risques. Pour s'inscrire, s'adresser au bureau régional de la SEE.

Ottawa — 10 juin 1993 — Réunion printanière de l'Industrial Benefits Association of Canada (anciennement connu sous le nom de Forum for Industrial Participation). — Cette réunion abordera les politiques canadiennes sur les bénéfices industriels régionaux et la collaboration entre les gouvernements, les industries et les universités aux fins de la recherche-développement. Communiquer avec M. Bob Brown, 1538, Featherston Drive,

Ottawa, K1H 6P2. Tél. : (613) 733-0704. Fax : (613) 741-6013.

Toronto — 23 juin; **Vancouver** — 24 juin; **Montréal** — 28 juin — Une série de séminaires d'une journée portant sur l'Accord de libre-échange nord-américain. Communiquer avec CCh Canadian Limited, département des conférences, 6, Garamond Court, Don Mills, Ontario, M3C 1Z5. Tél. : (de Toronto 441-2992), de l'extérieur de Toronto, on peut faire le numéro sans frais suivant : 1-800-268-4522. Fax : (416) 444-9478.

Vancouver — 16 juin 1993; **Calgary** — 17 juin 1993 — Asian Venture Capital Financing Seminars. Communiquer avec Mme Dianne Caldbick (à Ottawa), tél. : (613) 995-7646; ou Mme Sue Hooper (à Vancouver), tél. : (604) 684-5986.

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

JUN 10 1993

CANADEXPORT

15 juin 1993

Le Mexique**Le processus d'approvisionnement**

Un rapport sur *Les méthodes de passation des marchés publics au Mexique* (en traduction maintenant) sera disponible chez Info-Export (voir la case au bas de la page 8).

Commandé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et la Corporation commerciale canadienne, et réalisé par la firme Townsend Trade Strategies d'Ottawa, le document :

- fournit un aperçu complet du processus d'approvisionnement actuellement en vigueur au Mexique;
- indique comment le processus changera et s'adaptera conformément à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA);
- décrit les débouchés qui existent sur le marché mexicain.

Le rapport expose les pratiques d'approvisionnement de la plupart des ministères mexicains (secrétariats) et des

(Voir page 5 : Le Mexique)

Conseils pour le choix d'un agent

par Jay Mileham, *Consulat général du Canada, Buffalo*

On trouve dans un rayon de 500 milles à partir du nord de l'état de New York 55 % de toute l'activité manufacturière des États-Unis. Comme cette région est située à proximité de l'Ontario et du Québec, elle est la première étape logique pour les éventuels exportateurs aux États-Unis en ce qui concerne les études de marché, les essais de produits, la participation aux foires régionales pour observer les concurrents, la comparaison des prix et l'acquisition d'expérience dans le choix d'un agent commercial, d'un courtier ou d'un distributeur. Le terme «agent» est utilisé pour désigner tous ces titres partout dans le texte, puisque les différences entre agents commerciaux, courtiers et distributeurs ont trait à l'entreposage et à l'identité de celui qui prend le titre, plutôt qu'aux méthodes de sélection.

L'étude de marché signifie la connaissance du produit, particulièrement les canaux de distribution et la structure

des prix (dont les droits de douane et les frais de transport fab au point d'entrée aux États-Unis) en dollars américains. En raison de la vaste dispersion des centres de fabrication dans tous les États-Unis, les entreprises ont souvent recours aux agents commerciaux pour élargir leur territoire. Pour de nombreuses sociétés canadiennes, le recours à des agents représente un changement de la façon dont la vente est effectuée par rapport au Canada, où les ventes directes sont plus courantes.

Le recours à un agent vous permet de pénétrer le marché relativement vite, et sans frais généraux ou peut s'en faut. Un bon agent a des contacts établis depuis longtemps avec les acheteurs et les ingénieurs de son territoire. Ce qu'un agent vous apporte, c'est sa connaissance du marché. La plupart des sociétés aux États-Unis, comme partout ailleurs, préfèrent transiger leurs ventes avec des personnes qu'elles connaissent déjà.

Trouver un bon agent n'est pas facile. Il n'existe probablement aucun élément du domaine du marketing qui soit aussi mal compris que la commercialisation de produits par l'intermédiaire d'agents. Dans de nombreux cas, c'est comme se marier. Vous devez fréquenter beaucoup avant de trouver le bon partenaire. Ce

(Voir page 5 : Le choix)

La route du succès vers les États-Unis

Le travail d'équipe produit des résultats, et parfois des résultats merveilleux.

Par leurs efforts réunis, la Direction de la promotion du commerce et du tourisme (UTO) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et l'Association des exportateurs canadiens (AEC) ont réalisé une importante trousse d'information sur l'exportation intitulée *La route du succès : Exportation de services vers les États-Unis*. Recueil de renseignements et de suggestions sur les principales questions qui se posent aux entreprises de services lorsqu'elles vendent leurs services aux États-Unis,

cette trousse fait partie d'un programme complet de promotion du commerce des services lancé récemment par l'honorable Michael Wilson. «Le commerce des services est un élément important de nos liens commerciaux avec les États-Unis, a dit le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur. Grâce à l'amélioration de l'accès au marché américain résultant de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et grâce à l'accroissement de la gamme de services libéralisés dans le cadre des négociations sur l'Accord de libre-échange nord-américain, les ex-

(Voir page 2 : La route)

DANS CE NUMÉRO

- Le Mexique consultatif* 3
Foires commerciales : de l'Arabie saoudite à la Saskatchewan 4
L'exportation, route du succès 6
Le «dernier» sondage 7-8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

• ÉDITORIAL •

Vous avez été des milliers à répondre à notre sondage et les questionnaires dûment complétés continuent d'affluer à nos bureaux. Comme nous n'avons pas encore, de toute manière, terminé la compilation des données et surtout l'analyse des commentaires et suggestions que vous êtes nombreux à nous fournir, nous avons décidé de donner une dernière occasion de répondre à ceux d'entre vous qui n'ont pas encore communiqué avec nous. Vous trouverez donc encore une fois, dans ces pages, le questionnaire et l'enveloppe-réponse.

En septembre prochain, notre numéro de la rentrée vous offrira le portrait détaillé des lecteurs de *CanadExport*. Et pour vous donner tout de suite un aperçu des améliorations que nous apporterons pour mieux répondre à vos attentes, ce numéro aborde deux thèmes qui reviennent très souvent dans les commentaires que nous sommes en train d'éplucher : le premier, c'est toute la question du **comment s'y prendre pour exporter**: on veut savoir quoi faire ou ne pas faire, les règles à suivre, les trucs du métier, etc. En réponse, nous vous présentons aujourd'hui la première partie d'un article rédigé par Jay Mileham, agent commercial au Consulat général du Canada à Buffalo, New York, et qui traite, de façon pratico-pratique, d'un élément clé de la stratégie à l'exportation : le choix d'un représentant sur place. Vous y trouverez des conseils qui pourront vous être utiles.

Nous avons également noté une forte demande pour des histoires de **réussites commerciales** qui mettent en scène de petites et moyennes entreprises qui ont réussi une percée à l'étranger, et dont l'exemple pourrait inspirer les exportateurs qui en sont à leurs premières armes. Sous la nouvelle rubrique « **réussites commerciales** » nous publierons régulièrement des portraits d'entreprises qui ont réussi, en tentant de cerner les facteurs clés de leur succès. Pour ouvrir la série, nous vous proposons de découvrir « Garden Grove Produce Imports Ltd. » de Winnipeg, une petite entreprise du secteur agro-alimentaire qui a vu le jour en 1987 et qui, à partir d'une idée toute simple, en est arrivée à exporter au Mexique et aux États-Unis pour un chiffre d'affaires de trois millions et demi en 1991.

Bonne lecture!

Sylvie Bédard, *Le rédacteur en chef*

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Rédacteur : Don Wight

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : *CANADEXPORT* (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

La route (Suite de la page 1)

portateurs de services canadiens vont augmenter encore davantage leurs exportations vers les États-Unis». Destinée aux petites entreprises de services, la trousse d'information **La route du succès** est une composante clé du programme et comprend trois éléments :

1. Un film vidéo d'une durée de 40 minutes montrant des entrevues avec des exportateurs qui réussissent.
2. Un logiciel pour vous aider à déterminer dans quelle mesure vous êtes prêts à percer sur le marché américain.
3. Une série de trois brochures exposant les trois étapes à franchir pour se préparer à percer sur le marché américain et utilisant une analogie avec les feux de circulation pour faire passer le message.

La première brochure, le « feu rouge », décrit ce qu'il faut prendre en compte lorsque vous préparez votre effort d'exportation et avant de vous lancer sur le marché américain. La deuxième brochure, le « feu jaune » présente les autres facteurs à considérer lorsque vous êtes toujours au Canada, tandis que la brochure « feu vert », comme vous l'aurez deviné, porte sur les facteurs à considérer lorsque vous êtes prêts à vous lancer sur le marché américain.

La trousse est disponible en français ou en anglais, au prix de 29,95 \$ plus la TPS. Pour 44,95 \$ plus la TPS, vous pouvez obtenir en plus un film vidéo de 28 minutes décrivant les six étapes à franchir pour exporter avec succès vos services aux États-Unis, avec des suggestions pratiques de M^{me} Dorothy Riddle, experte-conseil canadienne en développement du secteur des services.

Un dernier mot : bien que s'adressant principalement à l'industrie des services, cette trousse contient un grand nombre d'éléments intéressants tout exportateur éventuel.

On peut se procurer la trousse en s'adressant directement à l'Association des exportateurs canadiens, pièce 250, 99, rue Bank, Ottawa K1P 6B9. Tél. : (613) 238-8888. On peut aussi la commander par la poste à InfoExport (voir la case à la page 8).

• *Le Mexique consultatif* •

A) CERTIFICATS D'ORIGINE EXIGÉS POUR LES EXPORTATIONS AU MEXIQUE

À compter du **15 avril 1993**, les exportateurs canadiens des produits mentionnés ci-après doivent joindre un certificat d'origine à leur envoi : pneus et chambres à air neufs en caoutchouc (40.11 et 40.13), bicyclettes (87.12), chaussures (64.01 à 64.06), tuyaux et raccords (7307.19.02, 7307.19.03, 7307.19.99, 7307.99.99), outils (82.01, 82.03, 82.04, 82.05 et 82.06), jouets et articles de sport (95.01 à 95.08), moteurs électriques et génératrices et pièces (85.01 à 85.48), produits chimiques (29.01 à 29.42), vêtements (61.01 à 61.17, 62.01 à 62.17), couvertures et tapis (63.01 à 63.10), produits textiles (52.01 à 52.12, 53.01 à 53.11, 54.01 à 54.08, 55.01 à 55.16, 30.05, 58.03, 59.11) et fluorure (2529.22.01).

À compter du **23 avril 1993**, les exportateurs canadiens des produits mentionnés ci-après doivent joindre un certificat d'origine à leur envoi : polypropylène (3902.10.01), réfrigérateurs (8418.10.01) 8418.21.01) et peroxyde d'hydrogène (2847.00.01).

À compter du **28 avril 1993**, les exportateurs canadiens des catégories de produits laminés plats de fer ou d'acier ordinaire protégé, plaqué ou revêtu mentionnés ci-après doivent joindre un certificat d'origine à leur envoi : 7209.12.01, 7209.22.01; 7209.13.01; 7209.23.01; 7210.31.01; 7210.31.99; 7210.39.01; 7210.39.99; 7210.41.01; 7210.41.99; 7210.49.01; 7210.49.99; 7210.70.01; 7210.70.99; 7208.32.01; 7208.33.01; 7208.42.01; 7208.43.01; 7208.12.01; 7208.22.01; 7208.13.01; 7208.14.01; 7208.23.01 et 7208.24.01.

B) LICENCES D'IMPORTATION REQUISES POUR LES EXPORTATIONS AU MEXIQUE

Entre le **1^{er} avril 1993** et le **31 décembre suivant**, des licences d'importation seront exigées par le gouvernement mexicain pour les exportations canadiennes de marchandises usagées dans les catégories de produits suivantes : machines de traitement automatique des données, analogiques ou hybrides (8471.10.01), systèmes automatiques de données, numériques (8471.20.01), unités de traitement numériques (8471.91.01), unités de mémoire (8471.93.01) et autres (8471.92.99, 8471.99.01).

NATOCLIP

En raison d'une ambiguïté dans notre numéro du 17 mai 1993, certains lecteurs ont conclu à tort que le document NATOCLIP pouvait être obtenu de la Direction des programmes de défense et de l'aérospatiale d'Affaires exté-

rieures et Commerce extérieur Canada. Il s'agissait plutôt du document intitulé **Defence Product Marketing to the North Atlantic Treaty Organization and Its Agencies**. Fax : (613) 996-9265.

Foires commerciales

SYRIE

Damas — Pour la neuvième année consécutive, le Canada aura son pavillon à la **Foire internationale de Damas (FID)**, qui doit se dérouler du 28 août au 10 septembre 1993.

L'ambassade du Canada à Amman, en Jordanie, recrute en ce moment des participants et espère que les entreprises canadiennes obtiendront le même succès qu'à la Foire de 1992.

Les produits exposés seront les suivants : matériel et outillage du bâtiment (chargeuses et rouleaux compresseurs), équipements médicaux et dentaires, articles de sport et de loisir, distillateurs d'eau, produits du bois d'oeuvre, centraux téléphoniques et combinés téléphoniques.

Les autorités de la **FID** ont donné leur accord pour que les produits exposés durant la foire soient vendus à des acheteurs du secteur privé ou du secteur public, pour livraison peu après la date de clôture.

L'ambassade du Canada à Amman signale que l'économie syrienne pro-

gresse de façon remarquable, et cela grâce à plusieurs facteurs : accroissement des revenus procurés par le pétrole et le gaz, assouplissement récent des lois sur l'investissement, accroissement du tourisme, et progrès de l'agriculture et des télécommunications. Le secteur privé montre un grand dyna-

misme et prise énormément les produits et technologies de pointe dont le prix est concurrentiel.

Les entreprises canadiennes devraient communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada, C.P. 815403, Amman, Jordanie. Fax : (011-962-6) 689-227.

ROUMANIE

Bucarest — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada exploitera, pour la 13^e fois, un stand national à la **foire commerciale internationale de Bucarest (TIB 93)**, qui aura lieu dans la capitale roumaine du 11 au 17 octobre 1993.

Cette foire commerciale, la plus importante du pays pour les biens d'équipement et les services connexes, offre une excellente occasion de sonder le marché local, de rencontrer des partenaires commerciaux possibles, de conclure des transactions et d'analyser la concurrence. Elle attire également bon nombre de responsables techniques et de représentants de gouvernements.

Le pays, actuellement en période de transition, est à se doter de structures

d'une économie de marché et à mettre sur pied un secteur privé dynamique, de sorte que les décisions commerciales sont, de façon croissante, laissées à la discrétion des entreprises individuelles.

Les observateurs soulignent également que la Roumanie, qui possède un marché de 23 millions de consommateurs, offre une vaste gamme de débouchés commerciaux aux entreprises canadiennes intéressées.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur TIB 93, on est prié de communiquer avec M^{me} Hélène Guillot de la section Foires et missions commerciales (RWTF) - Europe, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8296. Fax : (613) 995-6319.

SASKATCHEWAN

Regina — La première foire commerciale de matériel agricole de pointe du Canada, la **Western Canada Farm Progress Show (WCFPS)**, se tiendra à Regina du 16 au 19 juin 1993.

Cette manifestation annuelle, qui réunit plus de 500 exposants et où des contrats internationaux de près de 50 millions \$ sont en jeu, attire quelque 2 000 acheteurs (soit des agents et des distributeurs) des États-Unis, d'Australie, d'Europe, du Moyen-Orient, d'Europe de l'Est et d'ailleurs.

Pour plus de renseignements, communiquer avec le **Show Office, Western Canada Farm Progress Show**, Regina (Saskatchewan). Tél. : (306) 781-9200. Fax : (306) 781-9396.

ARABIE SAOUDITE

Riyad — Les exportateurs canadiens qui prendront la route de Riyad pour assister à la 12^e édition annuelle du salon **Agriculture saoudienne 93** sur l'agriculture, l'irrigation et l'industrie agro-alimentaire pourront constater les nombreux débouchés que leur offre le marché saoudien.

L'ambassade canadienne disposera d'un kiosque d'information à ce salon qui aura lieu du 3 au 7 octobre 1993 au Centre d'exposition de Riyad. Il faut s'inscrire dès que possible auprès du représentant canadien de l'organisateur.

Les organisateurs du salon signalent

qu'en vertu du plan quinquennal actuel de l'Arabie saoudite, des dépenses supérieures à 37 milliards \$US seront engagées dans le secteur du développement agricole, de la modernisation et de l'expansion des infrastructures actuelles et dans de nouveaux projets.

Ces projets, combinés à une croissance vigoureuse de 7% par année, font de l'Arabie saoudite le marché le plus dynamique au monde pour la machinerie, le matériel et les autres fournitures agricoles et les technologies connexes.

Communiquer avec Derek Complin, UNILINK, 50 Weybright Court, unité 41, Agincourt (ON), M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Le choix

Chacun de ces commentaires reflète habituellement l'expérience d'un fabricant particulier. Invariablement, toutefois, ces problèmes ont été causés par le choix d'un mauvais agent.

Comment, alors, choisir un bon représentant?

Voici six éléments qui peuvent contribuer à réduire les recherches :

Ciblage du marché - l'agent devrait consacrer au moins 50 % de ses activités à votre industrie et à votre secteur de produit. Il doit donner la priorité à ce secteur.

Principes compatibles - la raison d'être d'un agent est d'assembler plusieurs produits complémentaires que la compagnie peut vendre non seulement sur les mêmes marchés, mais aussi aux mêmes acheteurs et aux mêmes rédacteurs de fiches techniques. Le secret consiste à confier vos produits à un agent qui tient des produits complémentaires et représente d'autres fabricants ayant d'importants budgets de publicité. Si votre gamme de produits est la plus chère de l'industrie et doit

vous avez besoin. Ne négociez pas un territoire avant d'être sûr que l'agent y est actif. Pour certains produits, il peut n'y avoir qu'un petit nombre de gros clients dans l'état et un bureau suffirait peut-être. Analysez la liste des clients éventuels avant de donner à votre représentant un territoire trop grand.

Entreposage et titre - quelles sont les normes du canal de distribution? Faut-il entreposer ou pouvez-vous livrer directement? N'oubliez pas de parler du titre de propriété des marchandises et évitez les consignations lorsque cela est possible. Habituellement, un courtier prend le titre de propriété, assume les risques liés au crédit, mais ne garde pas de stocks. Un distributeur prend le titre de propriété, assume les risques liés au crédit et stocke les marchandises.

Quel canal de distribution pouvez-vous vous payer? - Rappelez-vous que vous pouvez devoir établir jusqu'à trois niveaux de remise selon ses services. Prenez soin de ne pas donner à un courtier les prix du distributeur. Si vous

utilisez un agent, vous contrôlez le prix. Les agents et les distributeurs fixent leurs propres prix, et chacun d'eux aura besoin d'une plus grande remise pour vendre au niveau supérieur au sien.

Voilà les six facteurs les plus importants. Ajoutez à la liste toutes les qualités que vous recherchez, puis classez-les par ordre de priorité. C'est essentiel. Prenez soin d'obtenir une fiche de gamme de produits des autres fabricants représentés par l'agent et vérifiez les références. Si cette fiche n'est pas disponible, cela signifie peut-être que l'agent renouvelle fréquemment les entreprises qu'il représente ou qu'il s'occupe d'une gamme de produits concurrente.

pré-
de New
Buffalo,

utilisez un agent, vous contrôlez le prix. Les agents et les distributeurs fixent leurs propres prix, et chacun d'eux aura besoin d'une plus grande remise pour vendre au niveau supérieur au sien.

Voilà les six facteurs les plus importants. Ajoutez à la liste toutes les qualités que vous recherchez, puis classez-les par ordre de priorité. C'est essentiel. Prenez soin d'obtenir une fiche de gamme de produits des autres fabricants représentés par l'agent et vérifiez les références. Si cette fiche n'est pas disponible, cela signifie peut-être que l'agent renouvelle fréquemment les entreprises qu'il représente ou qu'il s'occupe d'une gamme de produits concurrente.

Le Mexique (Suite de la page 1)

grandes entreprises parapubliques, dont les budgets réunis ont atteint en 1992 une valeur totale de 57 milliards \$ US.

Une ventilation des dépenses montre que le gouvernement central a consacré seulement 9,5% de son budget aux biens et services, contre 60 % pour les entreprises parapubliques.

Quatre entreprises : Petroleos Mexicanos (PEMEX), la Commission fédérale de l'électricité (CFE), l'Institut mexicain de sécurité sociale (IMSS) et la Compagnie nationale de subsistance populaire (CONASUPO) achètent près de 65% de tous les biens et services. (En 1988, par exemple, près de 50% des équipements achetés ont été importés.)

Le gouvernement fédéral mexicain, indique le rapport, n'a aucun organisme d'approvisionnement central. Chaque secrétariat et organisme parapublic gère lui-même ses propres achats. En général, tous les marchés publics font l'objet d'appels d'offres.

Les appels d'offres peuvent être nationaux ou internationaux, au gré de l'organisme acheteur. Les fournisseurs étrangers peuvent soumissionner l'un ou l'autre type de marché.

Foires co

SYRIE

Damas — Pour la neuvième année consécutive, le Canada aura son pavillon à la **Foire internationale de Damas (FID)**, qui doit se dérouler du 28 août au 10 septembre 1993.

L'ambassade du Canada à Amman, en Jordanie, recrute en ce moment des participants et espère que les entreprises canadiennes obtiendront le même succès qu'à la Foire de 1992.

Les produits exposés seront les suivants : matériel et outillage du bâtiment (chargeuses et rouleaux compresseurs), équipements médicaux et dentaires, articles de sport et de loisir, distillateurs d'eau, produits du bois d'oeuvre, centraux téléphoniques et combinés téléphoniques.

Les autorités de la **FID** ont donné leur accord pour que les produits exposés durant la foire soient vendus à des acheteurs du secteur privé ou du secteur public, pour livraison peu après la date de clôture.

L'ambassade du Canada à Amman signale que l'économie syrienne pro-

gresse de façon
grâce à plusieurs
ment des revenus
trole et le gaz,
des lois sur l'in
sément du tou
l'agriculture et d
Le secteur privé

ROUMANIE

Bucarest — A
Commerce exté
pour la 13^e fois
foire commerciale
Bucarest (TIB)
capitale roumaine
1993.

Cette foire com
portante du pays
pement et les se

une excellente occasion de sonder le marché local, de rencontrer des partenaires commerciaux possibles, de conclure des transactions et d'analyser la concurrence. Elle attire également bon nombre de responsables techniques et de représentants de gouvernements.

Le pays, actuellement en période de transition, est à se doter de structures

SASKATCHEWAN

Regina — La première foire commerciale de matériel agricole de pointe du Canada, la **Western Canada Farm Progress Show (WCFPS)**, se tiendra à Regina du 16 au 19 juin 1993.

Cette manifestation annuelle, qui réunit plus de 500 exposants et où des contrats internationaux de près de 50 millions \$ sont en jeu, attire quelque 2 000 acheteurs (soit des agents et des distributeurs) des États-Unis, d'Australie, d'Europe, du Moyen-Orient, d'Europe de l'Est et d'ailleurs.

Pour plus de renseignements, communiquer avec le **Show Office, Western Canada Farm Progress Show, Regina (Saskatchewan)**. Tél. : (306) 781-9200. Fax : (306) 781-9396.

ARABIE SAOUDITE

Riyad — Les exportateurs canadiens qui prendront la route de Riyad pour assister à la 12^e édition annuelle du salon **Agriculture saoudienne 93** sur l'agriculture, l'irrigation et l'industrie agro-alimentaire pourront constater les nombreux débouchés que leur offre le marché saoudien.

L'ambassade canadienne disposera d'un kiosque d'information à ce salon qui aura lieu du 3 au 7 octobre 1993 au Centre d'exposition de Riyad. Il faut s'inscrire dès que possible auprès du représentant canadien de l'organisateur.

Les organisateurs du salon signalent

qu'en vertu du plan quinquennal actuel de l'Arabie saoudite, des dépenses supérieures à 37 milliards \$US seront engagées dans le secteur du développement agricole, de la modernisation et de l'expansion des infrastructures actuelles et dans de nouveaux projets.

Ces projets, combinés à une croissance vigoureuse de 7% par année, font de l'Arabie saoudite le marché le plus dynamique au monde pour la machinerie, le matériel et les autres fournitures agricoles et les technologies connexes.

Communiquer avec Derek Complin, **UNILINK, 50 Weybright Court, unité 41, Agincourt (ON), M1S 5A8**. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

CANADA



External Affairs
International Trade

125 Saw

Le choix

EXPORT (BPT)

Affaires Affaires extérieures et
 al Trade Commerce extérieur Canada

125 Ottawa K1A 0G2

Chacun de ces commentaires relate habituellement l'expérience d'un fabricant particulier. Invariablement, toutefois, ces problèmes ont été causés par le choix d'un mauvais agent.

Comment, alors, choisir un bon représentant?

Voici six éléments qui peuvent contribuer à réduire les recherches :

Ciblage du marché - l'agent devrait consacrer au moins 50 % de ses activités à votre industrie et à votre secteur de produit. Il doit donner la priorité à ce secteur.

Principes compatibles - la raison d'être d'un agent est d'assembler plusieurs produits complémentaires que la compagnie peut vendre non seulement sur les mêmes marchés, mais aussi aux mêmes acheteurs et aux mêmes rédacteurs de fiches techniques. Le secret consiste à confier vos produits à un agent qui tient des produits complémentaires et représente d'autres fabricants ayant d'importants budgets de publicité. Si votre gamme de produits est la plus chère de l'industrie et doit

il a peut-être pas la couverture dont vous avez besoin. Ne négociez pas un territoire avant d'être sûr que l'agent y est actif. Pour certains produits, il peut n'y avoir qu'un petit nombre de gros clients dans l'état et un bureau suffirait peut-être. Analysez la liste des clients éventuels avant de donner à votre représentant un territoire trop grand.

Entreposage et titre - quelles sont les normes du canal de distribution? Faut-il entreposer ou pouvez-vous livrer directement? N'oubliez pas de parler du titre de propriété des marchandises et évitez les consignations lorsque cela est possible. Habituellement, un courtier prend le titre de propriété, assume les risques liés au crédit, mais ne garde pas de stocks. Un distributeur prend le titre de propriété, assume les risques liés au crédit et stocke les marchandises.

Quel canal de distribution pouvez-vous vous payer? - Rappelez-vous que vous pouvez devoir établir jusqu'à trois niveaux de remise selon ses services. Prenez soin de ne pas donner à un courtier les prix du distributeur. Si vous

ges et ses
 z pas un
 urants au
 ise fabri-
 mbreuses
 iner s'il a
 une d'el-
 imum la
 peut-être
 tants sur
 r dans le
 peuvent

nce - sont
 usn'avez
 a pas la
 ire pour

prétend
 de New
 Buffalo,

utilisez un agent, vous contrôlez le prix. Les agents et les distributeurs fixent leurs propres prix, et chacun d'eux aura besoin d'une plus grande remise pour vendre au niveau supérieur au sien.

Voilà les six facteurs les plus importants. Ajoutez à la liste toutes les qualités que vous recherchez, puis classez-les par ordre de priorité. C'est essentiel. Prenez soin d'obtenir une fiche de gamme de produits des autres fabricants représentés par l'agent et vérifiez les références. Si cette fiche n'est pas disponible, cela signifie peut-être que l'agent renouvelle fréquemment les entreprises qu'il représente ou qu'il s'occupe d'une gamme de produits concurrente.

Le Mexique (Suite de la page 1)

grandes entreprises parapubliques, dont les budgets réunis ont atteint en 1992 une valeur totale de 57 milliards \$ US.

Une ventilation des dépenses montre que le gouvernement central a consacré seulement 9,5% de son budget aux biens et services, contre 60 % pour les entreprises parapubliques.

Quatre entreprises : Petroleos Mexicanos (PEMEX), la Commission fédérale de l'électricité (CFE), l'Institut mexicain de sécurité sociale (IMSS) et la Compagnie nationale de subsistance populaire (CONASUPO) achètent près de 65% de tous les biens et services. (En 1988, par exemple, près de 50% des équipements achetés ont été importés.)

Le gouvernement fédéral mexicain, indique le rapport, n'a aucun organisme d'approvisionnement central. Chaque secrétariat et organisme parapublic gère lui-même ses propres achats. En général, tous les marchés publics font l'objet d'appels d'offres.

Les appels d'offres peuvent être nationaux ou internationaux, au gré de l'organisme acheteur. Les fournisseurs étrangers peuvent soumissionner l'un ou l'autre type de marché.

Foires c

SYRIE

Damas — Pour la neuvième année consécutive, le Canada aura son pavillon à la **Foire internationale de Damas (FID)**, qui doit se dérouler du 28 août au 10 septembre 1993.

L'ambassade du Canada à Amman, en Jordanie, recrute en ce moment des participants et espère que les entreprises canadiennes obtiendront le même succès qu'à la Foire de 1992.

Les produits exposés seront les suivants : matériel et outillage du bâtiment (chargeuses et rouleaux compresseurs), équipements médicaux et dentaires, articles de sport et de loisir, distillateurs d'eau, produits du bois d'oeuvre, centraux téléphoniques et combinés téléphoniques.

Les autorités de la **FID** ont donné leur accord pour que les produits exposés durant la foire soient vendus à des acheteurs du secteur privé ou du secteur public, pour livraison peu après la date de clôture.

L'ambassade du Canada à Amman signale que l'économie syrienne pro-

gresse de
grâce à pl
ment des
trole et le
des lois su
sement d
l'agricultu
Le secteur

ROUMANIE

Bucarest
Commer
pour la 12
foire com
Bucarest
capitale r
1993.

Cette fo
portante c

ement et les s
une excellente occasion de sonder le marché local, de rencontrer des partenaires commerciaux possibles, de conclure des transactions et d'analyser la concurrence. Elle attire également bon nombre de responsables techniques et de représentants de gouvernements.

Le pays, actuellement en période de transition, est à se doter de structures

Pour obtenir de plus amples renseignements sur TIB 93, on est prié de communiquer avec M^{me} Hélène Guillot de la section Foires et missions commerciales (RWTF) - Europe, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8296. Fax : (613) 995-6319.

SASKATCHEWAN

Regina — La première foire commerciale de matériel agricole de pointe du Canada, la **Western Canada Farm Progress Show (WCFPS)**, se tiendra à Regina du 16 au 19 juin 1993.

Cette manifestation annuelle, qui réunit plus de 500 exposants et où des contrats internationaux de près de 50 millions \$ sont en jeu, attire quelque 2 000 acheteurs (soit des agents et des distributeurs) des États-Unis, d'Australie, d'Europe, du Moyen-Orient, d'Europe de l'Est et d'ailleurs.

Pour plus de renseignements, communiquer avec le Show Office, **Western Canada Farm Progress Show**, Regina (Saskatchewan). Tél. : (306) 781-9200. Fax : (306) 781-9396.

ARABIE SAOUDITE

Riyad — Les exportateurs canadiens qui prendront la route de Riyad pour assister à la 12^e édition annuelle du salon **Agriculture saoudienne 93** sur l'agriculture, l'irrigation et l'industrie agro-alimentaire pourront constater les nombreux débouchés que leur offre le marché saoudien.

L'ambassade canadienne disposera d'un kiosque d'information à ce salon qui aura lieu du 3 au 7 octobre 1993 au Centre d'exposition de Riyad. Il faut s'inscrire dès que possible auprès du représentant canadien de l'organisateur.

Les organisateurs du salon signalent

qu'en vertu du plan quinquennal actuel de l'Arabie saoudite, des dépenses supérieures à 37 milliards \$US seront engagées dans le secteur du développement agricole, de la modernisation et de l'expansion des infrastructures actuelles et dans de nouveaux projets.

Ces projets, combinés à une croissance vigoureuse de 7% par année, font de l'Arabie saoudite le marché le plus dynamique au monde pour la machinerie, le matériel et les autres fournitures agricoles et les technologies connexes.

Communiquer avec Derek Complin, UNILINK, 50 Weybright Court, unité 41, Agincourt (ON), M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Le choix *(Suite de la page 1)*

qui rend la commercialisation par le biais d'un agent si complexe et difficile à comprendre, c'est le fait que l'agent constitue une entreprise indépendante. Cette situation peut souvent être frustrante pour les fabricants dont le programme et les idées sur la pénétration du marché diffèrent de ceux des agents.

Par conséquent, beaucoup d'entreprises ne réalisent pas de ventes grâce à leurs canaux de distribution et ne maîtrisent jamais cet art. Les entreprises nous font souvent part de commentaires comme ceux-ci :

- Les agents ne vendent pas, ils ne font que prendre des commandes.
- Les agents ne s'intéressent qu'aux profits faciles.
- Les agents ne consacrent pas de temps à mon produit.
- Les agents ne font pas de prospection.
- Les agents ne sont pas fidèles - et ainsi de suite.

Chacun de ces commentaires reflète habituellement l'expérience d'un fabricant particulier. Invariablement, toutefois, ces problèmes ont été causés par le choix d'un mauvais agent.

Comment, alors, choisir un bon représentant?

Voici six éléments qui peuvent contribuer à réduire les recherches :

Ciblage du marché - l'agent devrait consacrer au moins 50 % de ses activités à votre industrie et à votre secteur de produit. Il doit donner la priorité à ce secteur.

Principes compatibles - la raison d'être d'un agent est d'assembler plusieurs produits complémentaires que la compagnie peut vendre non seulement sur les mêmes marchés, mais aussi aux mêmes acheteurs et aux mêmes rédacteurs de fiches techniques. Le secret consiste à confier vos produits à un agent qui tient des produits complémentaires et représente d'autres fabricants ayant d'importants budgets de publicité. Si votre gamme de produits est la plus chère de l'industrie et doit

être vendue pour ses avantages et ses caractéristiques, ne choisissez pas un agent qui vend des produits courants au plus bas prix. Si votre entreprise fabrique un produit pour de nombreuses industries, vous devez déterminer s'il a une forte présence dans chacune d'elles. Pour accroître au maximum la pénétration, vous devez peut-être nommer plusieurs représentants sur le même territoire et préciser dans le contrat à quelles industries ils peuvent vendre.

La compétence et l'expérience - sont essentielles, cela va de soi. Vous n'avez que faire d'un agent qui n'a pas la discipline technique nécessaire pour vendre vos produits.

Succursales - un agent qui prétend couvrir tout le nord de l'état de New York, mais n'a qu'un bureau à Buffalo, n'a peut-être pas la couverture dont vous avez besoin. Ne négociez pas un territoire avant d'être sûr que l'agent y est actif. Pour certains produits, il peut n'y avoir qu'un petit nombre de gros clients dans l'état et un bureau suffirait peut-être. Analysez la liste des clients éventuels avant de donner à votre représentant un territoire trop grand.

Entreposage et titre - quelles sont les normes du canal de distribution? Faut-il entreposer ou pouvez-vous livrer directement? N'oubliez pas de parler du titre de propriété des marchandises et évitez les consignations lorsque cela est possible. Habituellement, un courtier prend le titre de propriété, assume les risques liés au crédit, mais ne garde pas de stocks. Un distributeur prend le titre de propriété, assume les risques liés au crédit et stocke les marchandises.

Quel canal de distribution pouvez-vous vous payer? - Rappelez-vous que vous pouvez devoir établir jusqu'à trois niveaux de remise selon ses services. Prenez soin de ne pas donner à un courtier les prix du distributeur. Si vous

utilisez un agent, vous contrôlez le prix. Les agents et les distributeurs fixent leurs propres prix, et chacun d'eux aura besoin d'une plus grande remise pour vendre au niveau supérieur au sien.

Voilà les six facteurs les plus importants. Ajoutez à la liste toutes les qualités que vous recherchez, puis classez-les par ordre de priorité. C'est essentiel. Prenez soin d'obtenir une fiche de gamme de produits des autres fabricants représentés par l'agent et vérifiez les références. Si cette fiche n'est pas disponible, cela signifie peut-être que l'agent renouvelle fréquemment les entreprises qu'il représente ou qu'il s'occupe d'une gamme de produits concurrente.

Le Mexique *(Suite de la page 1)*

grandes entreprises parapubliques, dont les budgets réunis ont atteint en 1992 une valeur totale de 57 milliards \$ US.

Une ventilation des dépenses montre que le gouvernement central a consacré seulement 9,5% de son budget aux biens et services, contre 60 % pour les entreprises parapubliques.

Quatre entreprises : Petroleos Mexicanos (PEMEX), la Commission fédérale de l'électricité (CFE), l'Institut mexicain de sécurité sociale (IMSS) et la Compagnie nationale de subsistance populaire (CONASUPO) achètent près de 65% de tous les biens et services. (En 1988, par exemple, près de 50% des équipements achetés ont été importés.)

Le gouvernement fédéral mexicain, indique le rapport, n'a aucun organisme d'approvisionnement central. Chaque secrétariat et organisme parapublic gère lui-même ses propres achats. En général, tous les marchés publics font l'objet d'appels d'offres.

Les appels d'offres peuvent être nationaux ou internationaux, au gré de l'organisme acheteur. Les fournisseurs étrangers peuvent soumissionner l'un ou l'autre type de marché.

Réussites commerciales**Un grossiste de Winnipeg réalise des bénéfices**

Glen Behl et son beau-frère, Michael Gorun, ont le «goût de la concurrence». Face à un marché apathique, ils ont réalisé que les grossistes devaient offrir un service rapide et efficace aux détaillants. En 1987, ils ont fondé Garden Grove Produce Ltd afin d'importer les produits eux-mêmes, dans l'espoir d'offrir un meilleur service aux détaillants du secteur alimentaire et aux restaurants de la région de Winnipeg. À la fin de 1988, les ventes atteignaient 1,3 million \$, comparativement à 175 000 \$ l'année précédente.

En achetant les produits directement aux producteurs, Garden Grove pouvait offrir à ses clients les produits les plus frais aux prix les plus bas. L'entreprise a acquis la réputation de fournir le meilleur service qui soit dans sa branche, et elle la maintient. Cependant, MM. Behl et Gorun ont dû élaborer de nouvelles stratégies pour conserver la première position, leurs concurrents étant de plus en plus conscients du rendement de leur entreprise. Comme l'explique M. Behl, « Le service est un facteur tout aussi important que le prix. Nos idées profi-

tent à nos clients et impriment une nouvelle orientation à notre branche d'activité. Le prix des produits dans le secteur nord de Winnipeg a fléchi de 15% au cours des deux dernières années, les gros importateurs ayant dû s'aligner sur nos prix. Garden Grove a dynamisé un marché endormi et peu imaginaire en baissant les prix et en

tradition a permis à Garden Grove d'obtenir un succès considérable. Cette entreprise, dont les ventes totalisaient 5,3 millions \$ en 1992, a vu ses revenus croître de 2 929%, avec une augmentation du profit de 700%, faisant d'elle une des entreprises les plus dynamiques en 1991 et 1992.

Garden Grove a également fait des progrès considérables sur le marché des exportations. Après seulement un an au Mexique, ses ventes totales ont augmenté de 38% en 1992. Comme M. Behl l'explique, les débouchés commerciaux pour Garden Grove dans ce pays sont énormes. «Le Mexique a besoin de produits alimentaires de qualité. Même si la clientèle pour ces produits existe, elle ne peut se

Entreprise : Garden Grove Produce Ltd.

Lieu : Winnipeg (Manitoba)

Produit : produits maraîchers - grossiste

Employés : 16

Chiffre d'affaires : 5,3 millions \$ (1992)

Exportations : 30%

améliorant la qualité du service. Lorsque notre part du marché s'est accrue, nos concurrents se sont rendu compte de notre force et nous avons dû établir de nouvelles stratégies. Par exemple, nous ne refusons jamais aucune commande, qu'elle vaille 5 000 \$ ou seulement 200 \$, ce que ne peuvent faire nos concurrents. »

Le refus des usages établis et de la

les procurer. Un accord de libre-échange nord-américain améliorera notre capacité d'exporter au Mexique, étant donné que les taux de droit de douane pour les marchandises exportées du Canada vers le Mexique, et transitant aux États-Unis, disparaîtront. Par conséquent, nous nous attendons à déculper nos ventes sur le marché mexicain au cours de la prochaine année. »

Science, technologie**Un village canadien au Maroc**

L'Office National des Aéroports (ONDA) du Maroc vient de réaliser une entente avec Northern Telecom concernant l'implantation de cette dernière sur le site de la «Technopole», parc scientifique et technologique dont les autorités marocaines viennent d'annoncer la création. La société Northern Telecom est ainsi la première à s'établir dans cette technopole, située à l'aéroport

Mohammed V. L'ambassade du Canada à Rabat travaille de concert avec l'ONDA afin d'y attirer un nombre de sociétés canadiennes suffisant pour constituer une sorte de «village canadien». On cherche à attirer particulièrement des sociétés oeuvrant dans des domaines tels que l'aéronautique, les télécommunications, l'informatique, l'électronique, la biotechnique, les

produits pharmaceutiques, ou encore celles dont les activités sont liées à l'amélioration des normes de qualité des produits. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Roger Marceau, Conseiller aux Affaires commerciales, Ambassade du Canada, 13 bis, rue Jaafar As-Sadik, Rabat-Agdal, Morocco. Fax: (011-212-7) 77-28-87.

Nous mettons à jour la liste d'abonnés

Si vous désirez continuer à recevoir **CanadExport**, veuillez indiquer votre numéro d'abonnement et remplir le questionnaire et le sondage ci-joints et nous les retourner immédiatement.

Veuillez indiquer clairement, en lettres moulées, tout changement à apporter sur l'étiquette-adresse.

NUMÉRO D'ABONNÉ											
NOM											
ORGANISATION											
DÉPARTEMENT											
ADRESSE											
VILLE						PROV.			CODE POSTAL		
TÉLÉPHONE						TÉLÉCOPIEUR					

1. a) Type d'organisation (un seul choix)

- | | | |
|------------------------|--------------------------|----|
| Éducation | <input type="checkbox"/> | ED |
| Entreprise | <input type="checkbox"/> | BU |
| Association d'affaires | <input type="checkbox"/> | BA |
| Gouvernement : fédéral | <input type="checkbox"/> | GF |
| provincial | <input type="checkbox"/> | GP |
| régional | <input type="checkbox"/> | GR |
| municipal | <input type="checkbox"/> | GM |
| Médias | <input type="checkbox"/> | ME |
| Autre | <input type="checkbox"/> | OT |

b) Nombre d'employés à plein temps au Canada

- | | | |
|----------------|--------------------------|----|
| de 1 à 4 | <input type="checkbox"/> | N1 |
| de 5 à 20 | <input type="checkbox"/> | N2 |
| de 21 à 100 | <input type="checkbox"/> | N3 |
| de 101 à 1 000 | <input type="checkbox"/> | N4 |
| 1 001 et plus | <input type="checkbox"/> | N5 |

2. a) Activité principale de l'organisation (un seul choix)

- | | | |
|--|--------------------------|----|
| Agriculture | <input type="checkbox"/> | AG |
| Pêche et produits de la mer | <input type="checkbox"/> | FS |
| Mines, métaux et minéraux | <input type="checkbox"/> | MM |
| Produits de consommation | <input type="checkbox"/> | CP |
| Produits de défense | <input type="checkbox"/> | DE |
| Produits alimentaires | <input type="checkbox"/> | FP |
| Produits forestiers | <input type="checkbox"/> | FT |
| Machinerie industrielle et spécialisée | <input type="checkbox"/> | IM |
| Électronique | <input type="checkbox"/> | EL |
| Équipement de transport | <input type="checkbox"/> | TR |
| Environnement/équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | ET |
| Communications/information/
équipement/technologies | <input type="checkbox"/> | CT |
| Énergie/produits pétroliers | <input type="checkbox"/> | EP |
| Construction | <input type="checkbox"/> | CO |
| Services de transport | <input type="checkbox"/> | TS |
| Entreposage/commerce de gros et de détail | <input type="checkbox"/> | SW |
| Communications/services d'information | <input type="checkbox"/> | CI |

- | | | |
|-------------------------------|--------------------------|----|
| Services de consultation | <input type="checkbox"/> | CS |
| Accueil/tourisme | <input type="checkbox"/> | HT |
| Services bancaires/financiers | <input type="checkbox"/> | BF |
| Services d'éducation | <input type="checkbox"/> | ES |
| Services de santé | <input type="checkbox"/> | HS |
| Autre (veuillez préciser) | <input type="checkbox"/> | OH |

b) Dans quelle langue désirez-vous recevoir le bulletin *CanadExport*?

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|----|
| en anglais | <input type="checkbox"/> | EN |
| en français | <input type="checkbox"/> | FR |
| dans les deux langues | <input type="checkbox"/> | BI |

3. a) Poste/fonction

- | | | |
|-------------------|--------------------------|----|
| Propriétaire | <input type="checkbox"/> | F1 |
| Directeur | <input type="checkbox"/> | F2 |
| Commercialisation | <input type="checkbox"/> | F3 |
| Autre | <input type="checkbox"/> | F4 |

b) Sexe

- | | | |
|-------|--------------------------|----|
| Femme | <input type="checkbox"/> | FE |
| Homme | <input type="checkbox"/> | MA |

4. a) À l'heure actuelle, vous

- | | | |
|----------------------|--------------------------|----|
| exportez | <input type="checkbox"/> | C1 |
| envisagez d'exporter | <input type="checkbox"/> | C2 |
| n'exportez pas | <input type="checkbox"/> | C3 |

b) Si vous avez coché C1 ou C2 au numéro 4a), veuillez indiquer vers quelles régions

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|----|
| États-Unis | <input type="checkbox"/> | A1 |
| Europe | <input type="checkbox"/> | A2 |
| Asie-Pacifique | <input type="checkbox"/> | A3 |
| Amérique latine/Antilles | <input type="checkbox"/> | A4 |
| Afrique | <input type="checkbox"/> | A5 |
| Moyen-Orient | <input type="checkbox"/> | A6 |
| Toutes ces régions | <input type="checkbox"/> | A7 |

Sondage/questionnaire CanadExport

Votre opinion nous permettra de produire un bulletin **CanadExport** qui vous sera plus utile. Nous vous serions très reconnaissants de répondre à ce court questionnaire et de le retourner à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, dans l'enveloppe-réponse ci-jointe.

Veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre réponse.

1. De quelle façon avez-vous été informé de l'existence du bulletin CanadExport (une seule réponse)

- A au bureau/lieu de travail
- B par un autre abonné
- C dans un Centre de commerce international (colocalisé avec Industrie, Sciences et Technologie Canada)
- D à bord d'un vol d'Air Canada
- E sur la recommandation d'un collègue ou d'un ami
- F à l'occasion d'une foire commerciale
- G Info Export
- H Autre (veuillez préciser): _____

2. Les catégories d'articles suivants, publiés régulièrement dans CanadExport, vous sont-elles utiles?

Inutiles (1); Quelque peu utiles (2); Assez utiles (3); Très utiles (4)

	1	2	3	4
a) Profils des différents services des Affaires extérieures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Profils de secteurs industriels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Profils de pays et de régions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Foires et expositions commerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Activités des institutions financières internationales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Suppléments en collaboration avec d'autres ministères fédéraux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Débouchés commerciaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Calendrier des événements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Publications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Éditoriaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Articles de fond ALENA, ALE, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Quels autres sujets aimeriez-vous voir aborder dans le bulletin CanadExport?

Avez-vous de nouveaux noms d'abonnés à suggérer ou à ajouter?

NOM _____

ORGANISATION _____

DÉPARTEMENT _____

ADRESSE _____

VILLE _____ PROV. _____ CODE POSTAL _____

TÉLÉPHONE _____ TÉLÉCOPIEUR _____

Votre collaboration est grandement appréciée



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

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par **télécopieur** une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



Quatre délégués commerciaux à l'honneur

Kathleen Mackay, deuxième secrétaire commerciale de l'ambassade canadienne à Tokyo est devenue la première lauréate du Prix pour excellence en affaires du ministre du Commerce extérieur. Ce nouveau prix vise à récompenser les délégués commerciaux du ministère des Affaires extérieures qui se sont distingués par un rendement exceptionnel dans l'exercice de leurs fonctions.

En la présentant à l'occasion de la cérémonie de remise du prix, M. Michael Wilson, ministre du Commerce extérieur, a loué le travail de M^{me} Mackay, première spécialiste canadienne des pêches détachée au Japon. Il a plus particulièrement souligné l'excellence dont M^{me} Mackay a fait preuve dans l'élaboration, en collaboration avec l'Association canadienne des mactres, d'un plan commercial et d'un programme de promotion visant à lancer les mactres canadiennes au Japon. La valeur des ventes de ce mollusque sur le marché japonais est depuis passée du quasi-néant à un niveau record de 34 millions de dollars en 1992. Dans les provinces canadiennes de l'Atlantique, ce baume économique a été accueilli avec enthousiasme.

Invités à formuler, au nom de l'industrie, des commentaires sur le travail de M^{me} Mackay, Jane Barnett, présidente de la CAFE (Association canadienne des exportateurs de poissons) et Ron Bulmer, président du Conseil des pêches du Canada, se sont empressés de souligner la qualité exceptionnelle de ses rapports sur l'état du marché japonais. Les représentants de l'industrie ont aussi loué sa diligence et son efficacité à

(Voir page 11 : Délégués)

L'Inde mérite un examen attentif

par Michael Wondergem, agent de promotion du commerce, AECEC

Les entreprises canadiennes à la recherche de nouveaux marchés auraient tout avantage à examiner les possibilités que présente l'Inde.

Ce pays, qui vient au deuxième rang mondial par sa population et dont la classe moyenne compte plus de 250 millions de personnes, est l'un des nouveaux grands marchés des années 1990.

L'Inde possède des bases économiques saines, une excellente réserve de main-d'oeuvre qualifiée en matière de technologie et un modèle exemplaire de croissance.

Les déréglementations survenues ré-

cemment favorisent elles aussi une plus grande participation du secteur privé et l'intégration progressive de l'Inde dans le courant principal de l'économie mondiale.

Pour un grand nombre d'entreprises canadiennes, l'Inde représente un marché d'exportation important, et plusieurs y poursuivent d'ailleurs déjà des projets, avec succès. On peut citer le nom d'entreprises comme Met-Chem, Raytheon, Bell Canada International Inc., BATA, SNC-Lavalin, Sydney Steel Corporation, Agra/Howe International et la Banque de Nouvelle-Écosse.

Promotion du commerce

Les services commerciaux du haut-commissariat du Canada à New Delhi et du consulat du Canada à Bombay External Affairs recherche activement des débouchés

(Voir page 2 : L'Inde)

Compendium mis à jour

pages 6-7

Réseau téléphonique

Projet prometteur en Angleterre

À titre de maître d'oeuvre chargé de la conception et de l'installation d'un nouveau réseau téléphonique (évalué à 80 millions \$) en Angleterre et au Pays de Galles, Northern Telecom Europe (NTE) choisira auprès des fournisseurs du monde entier les meilleurs produits qui seront intégrés au nouveau réseau.

Ce grand projet offre des possibilités commerciales aux fournisseurs canadiens compétents, que le haut-commissariat du Canada à Londres est prêt à présenter au personnel responsable de la NTE.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser au haut-commissariat du Canada, MacDonald House,

One Grosvenor Square, Londres W1X OAB, Angleterre. Tél. : (011-44-71) 258-6600. Fax : (011-44-71) 258-6384.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Point de vue des manufacturiers/rep	4
Foires commerciales : de St-Petersbourg à Casablanca ..	8-9
Maisons de commerce : un franc succès	10
Publications/calendrier	12

L'Inde *(suite de la page 1)*

sur le marché indien et y effectuent la promotion des capacités canadiennes, entre autres en appuyant la participation canadienne aux expositions commerciales et à d'autres manifestations liées au commerce.

La récente **Foire commerciale indienne d'ingénierie**, à laquelle le Canada a exploité un stand national, a accueilli 26 sociétés canadiennes. Bien qu'il soit trop tôt pour évaluer le succès de cette entreprise, on sait que plusieurs contrats ont été signés sur place et que les premiers rapports concernant les possibilités de futures alliances stratégiques sont encourageants.

Le salon **India Comm 92**, auquel le Canada possédait un stand d'information, a permis de faire circuler la documentation et les dépliants présentant les produits de 27 entreprises canadiennes. Les visiteurs y ont manifesté un intérêt particulier à l'égard des systèmes téléphoniques cellulaires et des systèmes d'appareils téléavertisseurs, ainsi que des systèmes de commutation par paquets. Plusieurs entreprises indiennes ont manifesté le désir de conclure des ententes de collaboration avec leurs homologues canadiens.

Dans la foulée de ce succès, une série de séminaires se dérouleront en 1993 à New Delhi, Bangalore et Bombay.

Le salon **Pune**, une exposition individuelle de vente par catalogue à laquelle 67 entreprises canadiennes ont présenté leurs dépliants, a attiré plus de 1 200 visiteurs. La démonstration en continu du fonctionnement du WIN, le système

informatique de repérage de renseignements, a constitué une des sensations de cette exposition.

À **Madras**, une exposition multi-sectorielle de vente par catalogue a accueilli 300 visiteurs, dont 80 cadres supérieurs. Le succès remporté lors de cette exposition justifie notre participation à l'avenir.

Les visites de délégations de l'Inde peuvent aussi servir les intérêts des entrepreneurs canadiens désireux de faire du marché indien un de leurs marchés d'exportation.

Au mois de mai, 14 cadres supérieurs de grandes entreprises indiennes, désireux de participer à des coentreprises et à des transferts de technologie, ont assisté à des séminaires qui ont eu lieu à Montréal, Toronto et Calgary.

Des manifestations semblables auront lieu en septembre dans d'autres villes canadiennes (coordonnées de la personne-ressource fournies en fin d'article).

Contacts

Pour tous renseignements sur les relations commerciales entre le Canada et l'Inde ou sur le programme de promotion des échanges commerciaux appliqué par l'Inde, veuillez communiquer avec l'agent chargé du dossier de l'Inde à la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 996-5903. Fax : (613) 996-4309.

Le *Guide des exportateurs vers l'Asie du Sud* (voir la case au bas de la page 12

portant le code #16CA) que l'on peut se procurer auprès d'Info Export, présente aussi un intérêt à ce titre.

Pour obtenir des renseignements sur les séminaires devant avoir lieu en septembre, communiquer avec le Conseil de commerce Canada-Inde. Tél. : (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643.

Nouveau service de transport de fret Canada-Mexique

Les entreprises canadiennes qui exportent vers le Mexique bénéficient maintenant d'un nouveau service qui facilite le commerce.

Il s'agit du service offert par la société Lykes Bros. Steamship Co. de New Orleans (dont le représentant pour les provinces maritimes, la Société Kent Line Limited, se trouve à Saint-Jean, au Nouveau-Brunswick). Il fonctionne depuis le début de mars et assure le transport de fret canadien directement à Veracruz, au Mexique, en huit jours. Le marché mexicain, un des marchés mondiaux en pleine croissance, revêt une importance grandissante, particulièrement dans le contexte de l'Accord de libre-échange nord-américain.

L'ajout du port de Saint-Jean à la liste d'escales de la société Lykes complète le service diversifié offert par l'entreprise entre le Moyen-Orient, l'Italie, l'Espagne, les États-Unis et le Mexique.

Le service amélioré requerra l'emploi de trois navires polyvalents qui assureront, sur une période de base de 23 jours, le transport de conteneurs, le transport ponctuel et le transport de marchandises en lots de colis.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires et (ou) effectuer des réservations, communiquer avec la société Kent Lines Limited. Tél. : (506) 632-1660. Fax : (506) 648-2757.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

CAMEROUN — Une société camerounaise voudrait se procurer des **tours parallèles à usage industriel, une fraiseuse universelle** (type 760, convertible en une fraiseuse de production, 12 régimes de broche allant de 35 à 1 600 tr/min. et 10 vitesses de marche longitudinales et transversales se situant entre 16 et 410 mm/min. Moteur principal : 3 kW. Masse : 2085 kg) et un **diviseur optique** (pour tours parallèles). L'entreprise recherche la meilleure proposition avant de retenir un fournisseur. Prière de communiquer avec Honoré Justin Mondomobé, agent commercial, ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Tél. : (237) 23 23 11. Fax : (237) 22 10 90.

CHINE (République populaire de) — Les entreprises canadiennes désireuses d'exporter leur **technologie** et leurs **produits** en Chine sont invitées à communiquer avec *Management Technologies International* (MTI), une entreprise internationale installée en Chine et ayant des bureaux à Tianjin, Liaoning, Shandong et Hunan. L'entreprise compte plus de 10 années d'expérience dans la vente d'équipement et de technologie et dans la formation de ces entreprises en Chine. Les personnes intéressées sont priées de communiquer avec James Soo, MTI, 23 chemin Youyi, bureau 232, Tianjin, Chine 300201. Tél. : 86-22-31-9115, poste 481. Fax : 86-22-35-9391.

ÉTHIOPIE — Un appel d'offres a été lancé pour la fourniture d'un **système numérique à hyperfréquences** qui doit être financé par la Banque africaine de développement. On peut se procurer les documents de l'appel d'offres, pour environ 100 \$CAN, en s'adressant à l'ambassade du Canada, qui pourra aussi

fournir des renseignements complémentaires. Prière de communiquer avec l'ambassade du Canada, Addis Abeba, Éthiopie. Fax : 251-1-512818. Télex : 21053 DOMCAN ET.

PHILIPPINES — Une entreprise basée aux Philippines voudrait connaître des fabricants ou fournisseurs canadiens de **roulements à billes et à rouleaux, d'appareils d'appui à billes et à rouleaux et de courroies en V** (destinées aux machines agricoles et aux machines du bâtiment) pour distribution au Vietnam. Prière de communiquer avec

Stanley Phillips, Phillips Associates Consultants Ltd., bureau 801, 8^e étage, avenue Ayala, Makati, Manille, Philippines. Tél. : (632) 810-1313. Fax : 632-815-2861.

POLOGNE — La Fondation polonaise pour les exportations, organisation subventionnée par l'État, voudrait connaître des entreprises canadiennes en vue de conclure avec elles des **accords de coentreprise** en Pologne. Les domaines d'intérêt sont les suivants : **technologies du raffinage des carburants, technologies des lavoirs à charbon et technologies des lentilles cornéennes**. Cette organisation est en mesure d'offrir aux entreprises canadiennes une publicité gratuite dans les journaux. Prière de communiquer avec Mark Kalkusinski, Pol-Can Transport Co. Ltd., U1 Krolewska 27, 00-060 Varsovie, Pologne. Tél. : (48-22) 26-6296. Fax : (48-22) 27-6810.

POLOGNE — Une entreprise privée bien établie de **fondage et de machinage** qui peut fournir des pièces coulées, des sous-ensembles et des boîtes d'interrupteur souhaite discuter d'**accords de coentreprise** et d'**octroi de licence** avec des sociétés canadiennes de haute technologie. Communiquer avec W. Szymanski, gestionnaire du marketing, Blac Hownia, S.A., 42-290,

Blachowina/Czestochowy, U1. 1 Maja 1, Pologne. Fax : 48-34-447-99.

SUISSE — Une entreprise suisse cherche un fournisseur canadien d'**articles de fantaisie et d'articles cadeaux exclusifs**, notamment des articles **art déco, d'artisanat, en céramique et en verre, des décorations de Pâques et de Noël, des bougies et des articles en bois**. Veuillez communiquer avec Mme Brigitte Wullschleger, Spima-Handels Ag, Lehni, B.P. 153, CH-8872 Wesen, Suisse. Tél. : (41-58) 46 22 66. Fax : (41-58) 46 19 09.

cherche un exportateur canadien d'**accessoires de mode et de bijoux de fantaisie, de robes de fantaisie et de prêt-à-porter**. Prière de communiquer avec Mango, Bernard Zwicky, 16, chemin Du Marais, CH-Founex/Genève, Suisse. Tél. : (41-22) 776 51 86. Fax : (41-22) 776 49 93.

SUISSE — Un importateur suisse cherche un fournisseur canadien d'**acétates de cellulose pour la production d'art d'animation des 2e et 3e arts (films sur acétates de cellulose), d'acétates à édition à tirage limité et d'acétates péricellulaires**. Communiquer avec Art Et Cetera, Animation Art, 41, rue de l'Hôpital, CH-2502 Berne; Suisse. Tél. : (41-32) 23 50 20. Fax : (41-32) 23 12 23.

SUISSE — Une entreprise suisse spécialisée dans la **conception de moules, le moulage par injection, les circuits électriques et les appareils électroménagers** recherche des investisseurs. Cette entreprise aimerait également établir des liens avec des entreprises canadiennes désireuses de **s'associer** en vue de **procéder à la fabrication sous licence** de biens en Suisse. Communiquer avec Mercurio S.A., Via Prati Maggi, CH-6862, Rancate (Suisse). Tél. : (0041-91) 46-21-52/46-41-26. Fax : (0041-91) 46-16-95.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

SUISSE
— Une
entreprise
suisse

La relation manufacturier-représentant

par Jay Mileham, *consul général du Canada à Buffalo*

La première partie de cet article, parue dans l'édition du 15 juin de *Canad-Export*, portait principalement sur les qualités à rechercher chez un agent, un distributeur ou un représentant (rep) et sur la façon de trouver un bon agent. Cette dernière partie examine ces points plus en détail, et nous rappelle que le fabricant et le rep ont, eux aussi, des inquiétudes et des questions.

Lorsque cela est possible, les entreprises devraient envisager de vendre directement dans la région géographique avoisinante. Rien ne vaut mieux qu'une information commerciale de première main. Servez-vous des connaissances et de l'expérience que vous en tirez pour gérer votre réseau de représentants dans les autres territoires.

Votre première vente, c'est généralement au représentant ou au distributeur que vous la faites. (Soyez déterminé, mais non arrogant).

Les représentants commerciaux aux États-Unis vendent des produits pour des milliards de dollars. Ils jouent un rôle essentiel dans le plan de commercialisation. C'est pourquoi il est très important d'en choisir un bon.

Une des meilleures façons de trouver un représentant, c'est de s'adresser à un client éventuel. La plupart pourront vous recommander une entreprise fiable dans votre secteur commercial. Le consulat tient également des dossiers sur des représentants.

Le fabricant

Rappelez-vous que, même si une entente permet à chacune des parties de savoir ce sur quoi elles se sont entendues, vos relations reposeront davantage sur la confiance que sur une entente écrite : si vous ne livrez pas la marchandise à temps ou que vous expédiez des pièces défectueuses, c'est sur toute l'entreprise du représentant que le blâme rejaillira. Un représentant ne reste pas longtemps au service d'un fournisseur qui ne tient pas ses promesses, surtout s'il tarde à régler les commissions.

C'est au fabricant que revient la res-

ponsabilité première d'élaborer des stratégies, de mener des études de marché pour fixer ses prix, de préparer une bonne documentation et de bonnes notices techniques, d'organiser des activités promotionnelles et de faire de la publicité. D'ordinaire, les représentants appuient les efforts de commercialisation concernant des lignes de produits établies, afin de conserver leur clientèle. Au départ, cependant, la responsabilité fondamentale en incombe aux fabricants. De façon générale, les courtiers et les distributeurs assument une plus grande part des responsabilités de commercialisation et de promotion.

Examinez en détail les normes du secteur privé et du gouvernement américain, leurs méthodes d'essai, la documentation publicitaire de vos concurrents aux États-Unis, etc., de manière à vous assurer que vos produits sont conformes et que votre documentation et vos notices techniques divulguent tous les renseignements nécessaires.

Si vous voulez être bien représenté, soyez disposé à fournir un soutien pratique et technique, une formation, ainsi qu'une bonne documentation à vos représentants.

Une bonne documentation est essentielle : elle communique au client sa première impression sur vos produits, sur leur qualité, et sur votre entreprise. Mais ne croyez pas que cela suffise, car il faut beaucoup plus à un représentant que des brochures et une liste de prix pour réaliser des ventes.

Les représentants commerciaux vendent les produits les plus faciles à écouler. Vous devez être prêt à examiner leurs résultats et à les remplacer au besoin pour perfectionner votre réseau.

Soyez patient, même si vous offrez le meilleur produit au meilleur prix, il faut compter souvent une ou plusieurs années pour que les échantillons soient approuvés et que l'on puisse les intégrer dans le cycle des achats (les acheteurs n'aiment pas le changement). Rappelez-vous que vous serez en concurrence

directe avec les autres entreprises que votre intermédiaire représente. Si vous sollicitez par courrier les services de représentants pour votre ligne de produits, ne vous étonnez pas de ne recevoir qu'un nombre minime de réponses. Il est recommandé de passer un coup de téléphone aux candidats dont vous aurez retenu les noms, s'ils ne répondent pas à la première sollicitation.

Le rep

En général, un représentant demande une provision pour deux raisons : soit parce qu'il a déjà vécu des situations où l'entreprise a rompu l'accord de services conclu avec lui et a négocié directement avec les clients éventuels une fois tout le travail préliminaire terminé, soit qu'il ne possède pas la clientèle et les connaissances dont vous avez besoin. Une autre solution consiste à lui verser une commission supérieure à la moyenne les premières années pour payer son travail de prospection. N'oubliez pas que les représentants touchent une commission sur les ventes, non sur les études de marché.

Rappelez-vous que le représentant aussi vous choisit. Soyez donc prêt à répondre à ses questions :

- Avez-vous un contrat normalisé?
- Avez-vous des comptes hors commission?
- Fournissez-vous des produits d'essai et des échantillons gratuitement, et sont-ils assurés contre la perte?
- Incitez-vous les représentants commerciaux et techniques des entreprises à présenter des offres communes?
- Quel genre de formation offrez-vous?
- Quel est votre budget de publicité?
- Quelle logistique de service êtes-vous prêt à fournir?
- Avez-vous une assurance responsabilité pour les produits valide aux États-Unis?
- Pouvez-vous assurer la livraison au moment adéquat?
- Expédiez-vous des marchandises en consignation?

(Voir page 5 : Le représentant)

Succès

Le marché belge et l'industrie canadienne

Les exportateurs qui s'intéressent au marché belge seront ravis d'apprendre le succès remporté par la récente «Semaine canadienne» qui s'est déroulée en avril dernier à Bruxelles, à l'initiative de l'Ambassade du Canada. La tenue de 22 événements publics a mobilisé la communauté d'affaires belgo-canadienne et confirmé la cote d'amour dont jouit notre pays en Belgique. Le climat d'affaires est donc propice à l'accroissement de la présence canadienne et c'est dans cette optique que nous poursuivons aujourd'hui notre survol du marché belge avec un bref aperçu de deux des quatre profils de marché disponibles. Dans le numéro du 1^{er} juin 1993, nous avons traité des produits de la mer et des vêtements; voici maintenant les produits alimentaires et les appareils et équipements médicaux. (Si vous désirez vous procurer l'un ou l'autre de ces profils de marchés, adressez-vous à M. Bruno Picard, conseiller commercial auprès de l'ambassade du Canada, 2, Avenue de Tervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Fax: (011-32-2) 735-3383.)

Les produits alimentaires

Combinant un niveau de vie élevé avec une forte propension à consommer, la Belgique est un marché où les aliments

occupent une place importante dans les dépenses des ménages.

La Belgique importe 30% de ses besoins en ce domaine. Les fournisseurs canadiens de spécialités alimentaires et de produits originaux pourraient faire des percées intéressantes dans ce marché.

Les transformations récentes au niveau du secteur de la distribution des produits alimentaires avec l'intégration verticale et l'apparition de grandes chaînes de supermarchés offrent aux exportateurs la possibilité d'entrer dans la chaîne de distribution au stade qui leur convient le mieux.

Toutefois, les exportateurs qui souhaitent prendre une part importante du marché devraient établir une présence permanente dans le pays et la meilleure approche, bien que la plus coûteuse, est celle de l'acquisition d'une société locale. À cet égard, la concentration de l'industrie alimentaire en Belgique et en Europe étant deux fois moins importante qu'aux États-Unis, il existe encore de nombreuses opportunités d'acquisitions intéressantes.

Les appareils et les équipements médicaux

La Belgique possède un système de soins de santé parmi les plus avancés au

monde, dont un certain nombre de centres hospitaliers universitaires et de centres de recherche connus internationalement.

En plus des besoins traditionnels, le marché belge pour les appareils et les équipements médicaux se voit de plus en plus influencé par trois phénomènes contemporains: le vieillissement de la population qui ouvre la porte d'un marché important pour les soins à domicile; l'augmentation rapide des accidents de la circulation sur le dense réseau d'autoroutes belges, de plus en plus fréquentées, crée une demande accrue pour les équipements de premiers soins d'urgence, de soins intensifs et de réhabilitation; enfin, la réorganisation du secteur médical engendre la création de centres de soins de plus en plus spécialisés, ouvrant ainsi un marché nouveau pour les équipements sophistiqués dont ce genre d'établissements a besoin.

Ces dernières années, des sociétés canadiennes ont réussi des percées spectaculaires du marché belge dans le domaine des produits orthopédiques, physiothérapeutiques et des rayons-X, de même que dans le marché des produits textiles à usage médical.

Le représentant (suite de la page 4)

Associations/Répertoires

Les associations nationales de représentants, de courtiers et de distributeurs suivantes ont des répertoires détaillés de leurs membres, ainsi que des publications sur les ventes et les distributeurs.

- **Manufacturers' Agents National Association (MANA)**, 23016 Mill Creek Road, P.O. Box 3467, Laguna Hills, CA 92654. Tél.: (714) 859-4040.
- **Society of Manufacturers' Representatives Inc.**, 29200 Vassar, Suite 520, Livonia, MI 48152. Tél.: (313) 473-2002.

• **Manufacturers' Representatives of America**, P.O. Box 150229, Arlington, Texas 76015. Tél.: (817) 465-5511.

• **National Association of Wholesalers—Distributors**, 1725 K. Street Northwest, Suite 710, Washington, DC 20006. Tél.: (202) 872-0885.

• **American Marketing Association**, 250 South Wacker Drive, Suite 200, Chicago, IL 60606. Tél.: (312) 648-0536.

Le répertoire intitulé «National Trade and Professional Association of the U.S.» renferme plusieurs listes d'associations de courtiers et de distributeurs

par secteur dans l'index par matière, à «salesmen and wholesalers». On peut se le procurer à la plupart des consulats et des bibliothèques, ou en s'adressant par écrit à: Columbia Books Inc., 1212 New York Ave. N. W., Suite 330, Washington, D.C. 20005. Tél.: (202) 898-0662.

Contacts

Pour toutes questions, n'hésitez pas à écrire ou à téléphoner à: Jay Mileham, Consulat général du Canada à Buffalo, 3000 Marine Midland Center, Buffalo, New York 14203. Tél.: (716) 852-1247. Fax: (716) 852-4340.

Plan de promotion du commerce extérieur compendium des activités

Dans le numéro de CanadExport du 15 avril, nous avons annoncé la parution du **Plan de promotion du commerce extérieur de 1993-1994**. Ce Plan donne la liste, à la fin de chacune des 22 stratégies sectorielles, d'environ 1 000 activités que l'administration fédérale prévoit organiser durant l'exercice 1993-1994 et auxquelles les entreprises sont invitées à participer.

Il existe maintenant un **COMPENDIUM** du Plan. Il fournit une liste à jour de toutes les activités citées dans le Plan, accompagnées d'une brève description et du nom de la personne à contacter pour plus de renseignements. Le **COMPENDIUM**

sera mis à jour tous les trois mois.

Le **COMPENDIUM** est disponible en format papier ou sur disquettes (lisibles avec Dbase III ou IV). Les intéressés peuvent aussi obtenir des renseignements sur des activités ou des groupes d'activités spécifiques (par région, secteur ou date) en s'adressant à **INFO-EXPORT**, au numéro 1-800-267-8376, ou en communiquant avec le Centre du commerce international (CCI) le plus proche.

Les exemples suivants d'activités prévues donnent une idée du type d'information disponible dans le **COMPENDIUM** :

NUMÉRO DE DOSSIER : 7

SECTEUR : AÉRONAUTIQUE
RÉGION : États-Unis
DATE : Novembre 1993
ACTIVITÉ : Appareils de simulation; kiosque d'information; Simulation and Training Devices Fair
LIEU : Orlando
PERSONNE-RESSOURCE : Robert Webb, AECEC UTO
TÉLÉPHONE : 613-944-9481

Le gouvernement du Canada participera à cette foire en y distribuant, à partir d'un kiosque d'information, des brochures sur les entreprises canadiennes à l'intention des entrepreneurs principaux et des militaires.

NUMÉRO DE DOSSIER : 49

SECTEUR : AGRICULTURE, BOISSONS ET PRODUITS ALIMENTAIRES
RÉGION : Europe occidentale et Communauté européenne (CE)
DATE : Juillet 1993
ACTIVITÉ : Plants de pommes de terres, acheteurs d'Italie
LIEU : Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard
PERSONNE-RESSOURCE : Hélène Guillot, AECEC RWT
TÉLÉPHONE : 613-954-2922

Une mission composée de techniciens et de représentants des institutions agricoles doit venir visiter des entreprises, des cultures de pommes de terre et des laboratoires canadiens. La mission est organisée sous les auspices d'Agriculture Canada, du ministère de l'Agriculture de l'Île-du-Prince-Édouard, ainsi que d'un certain nombre d'organismes oeuvrant dans le secteur de la pomme de terre.

NUMÉRO DE DOSSIER : 166

SÉCTEUR : ARTS ET CULTURE
RÉGION : Amérique latine et Antilles
DATE : Septembre 1993
ACTIVITÉ : Réalisation de films et d'émissions télévisées, et distribution connexe; mission
LIEU : Mexique, Venezuela, Chili
PERSONNE-RESSOURCE : Anne-Marie Turcotte, Communications Canada
TÉLÉPHONE : 613-990-4231

L'objet de cette mission de réalisateurs et de distributeurs canadiens d'émissions télévisées et de films est de les aider à établir des contacts et à évaluer la situation économique et juridique des industries mexicaines et latino-américaines de l'audiovisuel.

NUMÉRO DE DOSSIER : 204

SECTEUR : BIO-INDUSTRIES
RÉGION : États-Unis
DATE : Octobre 1993
ACTIVITÉ : Partenariat stratégique en biotechnologie; mission
LIEU : San Francisco
PERSONNE-RESSOURCE : J. P. Petit, AECEC
TÉLÉPHONE : 613-944-9482

Une mission composée de 10 à 15 participants canadiens aura la possibilité d'établir des ententes de partenariat stratégique avec un groupe sélectionné de 30 entreprises de biotechnologie américaines.

NUMÉRO DE DOSSIER : 518

SECTEUR : INDUSTRIES FORESTIÈRES
RÉGION : Amérique latine et Antilles
DATE : Novembre 1993
ACTIVITÉ : Machines et services forestiers; stand national; Expocorma 1993
LIEU : Concepcion, Chili
PERSONNE-RESSOURCE : Paul Schutte, AECEC LGT
TÉLÉPHONE : 613-996-5358

Cette exposition importante sur la foresterie porte sur l'éventail complet des industries forestières, y compris les produits en aval. Nous avons parrainé la participation de plus de 30 entreprises à chacune des deux expositions précédentes et nous prévoyons en augmenter le nombre cette année.

NUMÉRO DE DOSSIER : 580

SECTEUR : ÉQUIPEMENT D'EXTRACTION PÉTROLIÈRE ET GAZIÈRE
RÉGION : Afrique et Moyen-Orient
DATE : Décembre 1993
ACTIVITÉ : Pétrole et gaz; mission
LIEU : Égypte
PERSONNE-RESSOURCE : Maurice Bernier, AECEC ISTC GBT
TÉLÉPHONE : 613-944-0396 613-954-3192

Il s'agit d'un marché relativement nouveau pour les entreprises pétrolières et gazières canadiennes. L'importance des gisements égyptiens est encore à l'étude. Les fournisseurs et les manufacturiers ont intérêt à se faire connaître de l'industrie égyptienne.

La Russie accueille une exposition sur les forêts

Saint-Petersbourg — Le Canada aura encore une fois cette année un stand national à la deuxième **Exposition-conférence internationale sur les forêts, les pâtes et les papiers, PAP-FOR RUSSIE 1993**, qui se tiendra à Saint-Petersbourg du 5 au 8 octobre 1993.

Les organisateurs s'attendent à ce que la foire commerciale soit encore plus réussie que la première édition de PAP-FOR en 1992, qui a attiré 159 entreprises venant de 16 pays et environ 15 700 visiteurs. Les participants canadiens ont pu y signer des contrats d'une valeur approximative de 15 à 25 millions \$US.

PAP-FOR RUSSIE est fréquentée par les décideurs, les acheteurs, les techniciens et les dirigeants des entreprises de pâtes et papiers et des sociétés forestières.

La foire permet aux exposants d'entretenir des relations, de se faire connaître auprès d'une nouvelle génération de gens d'affaires et de clients russes et de remplir leur carnet de commandes. (D'après les données recueillies auprès de seulement 51 exposants interrogés lors de la foire de 1992, on prévoyait des ventes de l'ordre de 81,1 à 99,75 millions \$US sur 12 mois.)

La consommation de pâtes et papiers en Russie s'élevait en 1989 à 35 kg par habitant. D'ici l'an 2000, la consommation (toutes catégories confondues) devrait augmenter à 100-150 kg. À l'heure actuelle, 50% de la production russe de papier et de carton est destinée à l'emballage. La tâche prioritaire dans ce dernier domaine consiste à moderniser les techniques. La papeterie commerciale et le papier-mouchoir constituent deux autres secteurs d'avenir où beaucoup de travail reste à faire.

La priorité de la Russie est d'intégrer son industrie papetière au marché mondial en portant une attention toute particulière aux normes de qualité. Ainsi, on mise sur la création de procédés et d'installations se rapprochant des normes internationales et sur l'obtention du certificat ISO 9000.

Dans le secteur des forêts, le principal

objectif de la Russie est de construire l'infrastructure pour faciliter l'accès aux réserves de bois — l'ancienne Union soviétique possédait 25% des réserves mondiales — et de moderniser ses méthodes d'exploitation et de transformation forestières.

PAP-FOR RUSSIE 1993 est l'occasion idéale d'entrer sur le marché russe, au moment où les exploitants forestiers recherchent des technologies et du matériel plus efficaces.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur cette foire, communiquer le plus tôt possible avec M. Gaston Thompson, gestionnaire, Participation du Canada, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Europe, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Fax : (613) 995-6319.

Brno 1993 : l'ingénierie à l'honneur

Brno — Les entreprises canadiennes de l'ingénierie qui souhaitent lancer des nouveaux produits ou encore servir de tremblin pour l'augmentation de leur part du marché en Europe de l'Est et en Europe Centrale, trouveraient un intérêt à participer au salon **BRNO 1993**, une des foires les plus importantes dans le domaine de l'ingénierie, qui aura lieu du 15 au 21 septembre 1993.

Les organisateurs de cette foire disent que les changements économiques majeurs survenus en Europe Centrale et en Europe de l'Est donneront lieu à d'excellents débouchés pour les entreprises canadiennes.

Ils ajoutent de plus que les républiques Tchèque et Slovaque sont actuellement le lieu d'échange commercial par excellence pour les sociétés étrangères. **BRNO 1993** est donc la porte d'entrée pour l'exportateur qui vise à capitaliser sur le développement économique de ces pays en matière de produits d'ingénierie, tout en augmentant sa visibilité en tant que partenaire économique.

Communiquer avec M^{me} Lorraine Reardon, Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ontario K1A 0G2. Tél. : (613) 996-2147. Fax : (613) 995-6319.

Les techniques de construction en Chine

Fuzhou — C'est dans cette ville, capitale du Fujian, une province prospère de Chine, que se tiendra du 23 au 28 octobre 1993 une importante foire commerciale de l'industrie de la construction à laquelle sont conviés les Canadiens.

Le *North American Construction Supplies Show* sera chargé de faire la promotion des matériaux de construction, des engins de chantier et des techniques du bâtiment sur le plus vaste marché du monde pour ce genre de produits.

En participant à cette manifestation, les fournisseurs nord-américains pourront établir de nombreux contacts en vue de relations commerciales, d'échanges de technologie et de coentreprises.

Pour de plus amples renseignements, vous pouvez vous adresser à Hua Executrade Communications, à Vancouver, représentant canadien des organisateurs de la foire. Tél. : (604) 325-8366. Fax : (604) 325-4729.

Optique et imagerie à Rochester

Rochester — Les entreprises spécialisées dans la fabrication et le développement de produits et de procédés relatifs à l'optique et à l'imagerie sont invitées à explorer les possibilités qui existent concernant l'établissement de réseaux et de relations commerciales à long terme dans ces domaines.

Pour cela, il leur suffit de participer au premier **Salon international du partenariat optique et imagier**, qui se tiendra à Rochester du 21 au 24 juillet 1993.

Des invitations ont été envoyées à 12 000 personnes (on prévoit la participation de 300 sociétés «clés» qui ont des activités de partenariat intenses) dans 30 pays. Les représentants des entreprises pourront se rencontrer pour discuter des perspectives commerciales : création de coentreprises, recherche collective ou distribution mutuelle.

Le programme comprend les éléments suivants : séances sur les partenariats d'entreprises; présentation de techniques d'avant-garde; réunions d'affaires et visites d'entreprises; groupe d'experts en recherche et développement représentant des industries de premier plan; et séminaire sur les alliances commerciales stratégiques.

Ce salon, qui sera inauguré par le gouverneur Mario Cuomo, accueillera un haut fonctionnaire de l'administration du président Clinton. Les directeurs généraux de Kodak, de Xerox, de Bausch & Lomb et de Corning assisteront également à l'ouverture; ces entreprises établies dans la région de Rochester en ont fait l'un des centres internationaux de l'optique et de l'imagerie. Communiquer avec Lee Meister, directeur adjoint du Commerce, Département du développement économique de l'État de New York, 207 Queen's Quay West, bureau 408, Box 136, Toronto M5J 1A7. Tél. : (416) 203-0351. Fax : (416) 203-0353.

Foires commerciales à Téhéran Août – novembre

Les foires/expositions suivantes, bien que ne concernant pas Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, pourraient intéresser les entreprises canadiennes qui envisagent d'explorer les possibilités de plus en plus nombreuses du marché iranien ou d'accroître leurs activités sur ce marché. Ces manifestations sont organisées par MABNA Corporation (experts-conseils en commerce et foires en Iran) avec le concours du ministère des Industries lourdes et du Centre de promotion des exportations de l'Iran.

• **Exposition internationale de Téhéran sur la protection de l'environnement et le développement des ressources naturelles (ENVIRO-SAFE 93)** — du 18 au 22 août 1993. Cette exposition fournit aux fabricants et aux fournisseurs de services canadiens une excellente occasion de présenter leurs derniers outils et techniques en matière de technologie environnementale.

L'exposition concerne l'eau et les eaux usées, la qualité de l'air, la technologie économe en énergie, les services environnementaux et les matières dan-

gereuses et toxiques.

• **Exposition internationale de Téhéran sur l'hôtellerie, la restauration et les services de traiteur - du 6 au 10 novembre 1993.** Cette exposition présente les techniques de pointe dans les domaines de la gestion hôtelière, du matériel de restauration, de la transformation des aliments, du matériel d'emballage et des machines et équipement utilisés dans les restaurants et les hôtels.

• **Exposition internationale de Téhéran sur les industries du caoutchouc, du plastique et du bois** — du 25 au 29 novembre 1993. Cette exposition portera sur : les moules et accessoires; l'équipement auxiliaire pour les usines d'extrusion; les presses; les machines de moulage par soufflage, par injection de mousse et au moyen de résine réactive; les matières premières; l'outillage de scierie et le matériel forestier; les machines et l'équipement d'enrobage et de séchage du bois (séchage au four).

Pour renseignements, s'adresser au bureau canadien de MABNA Corporation, Irontage (Canada) Ltd., C.P. 91459, West Vancouver V7V 3P1. Tél. : (604) 926-8243. Fax : (604) 926-8244.

L'équipement aussi!

Le Maroc et l'alimentation

Casablanca — Nourrissant l'ambition d'être le premier salon professionnel africain de l'alimentation, le **Salon international de l'alimentation et des équipements alimentaires de Casablanca (Alimentaria-Maghreb)** se tiendra du 12 au 17 novembre 1993.

Ce salon a pour objet de promouvoir les transferts technologiques, l'adaptation de la production aux exigences du marché et d'attirer les investissements étrangers dans le cadre d'accords de coparticipation.

Parmi les secteurs qui y seront représentés figurent les produits de consommation, la technologie agro-alimentaire et l'emballage.

Les sociétés intéressées à y participer sont priées de communiquer avec l'Office des foires et des expositions de Casablanca, 11, rue Boukraa, Casablanca (Maroc). Tél. : (212-2) 22-28-13. Fax : (212-2) 26-49-49; ou encore avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Rabat (Maroc). Tél. : (011-212-7) 77-28-80. Fax : (011-212-7) 77-28-87.

Succès continu des maisons de commerce

Quand le tapis posé devant la porte dit «Bienvenue», les gens viennent.

Lorsqu'ils s'agit de marchés mondiaux, les gens viennent en foule!

C'est ce qui est arrivé récemment (les 15 et 16 avril) lorsqu'une foule de gens d'affaires de la région de l'Atlantique ont assisté à la foire commerciale **World Markets at Your Doorstep'93**, qui a duré deux jours et qui a littéralement apporté des marchés internationaux à la porte de Halifax.

Les séminaires d'une demi-journée, suivis d'une foire d'une journée, ont connu un succès tel que des manifestations semblables sont actuellement organisées pour Montréal (1^{er} décembre) et l'Alberta le printemps prochain!

World Markets'93 visait à promouvoir et à accroître, par l'intermédiaire des maisons de commerce, les possibilités et les réseaux d'exportation pour les fabricants et sociétés de transformation des provinces de l'Atlantique.

Tous les ingrédients étaient réunis : des invités nombreux et dynamiques (qui animaient des séminaires tenus simultanément), des représentants de plus de 50 grandes maisons de commerce canadiennes et internationales, des exportateurs, des gens d'affaires prêts à exporter et d'autres moins prêts, qui sont venus s'informer des débouchés commerciaux existant à l'extérieur de leurs frontières immédiates.

Les organisateurs de l'événement (mentionnés à la fin du présent article) ont monté le décor.

«Il vous appartient de faire en sorte que le courant passe», a déclaré le président Michael Reshitnyk, d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, dans son allocution d'ouverture.

Le courant a commencé à passer - aux séminaires d'ouverture auxquels j'ai assisté (et d'autres personnes ont dit la même chose des réunions qui avaient lieu simultanément) - lorsque des chaises supplémentaires ont été installées dans

les salles remplies à pleine capacité!

Le courant s'est maintenu tout au long de la foire, car les questions et les réponses ont fusé entre les invités et l'auditoire. Cette «chimie» était particulièrement évidente lorsque les participants se sont mêlés et ont établi des liens non seulement avec les représentants des diverses maisons de commerce, mais aussi entre eux.

«Vous avez l'occasion de rencontrer ces personnes (les représentants des maisons de commerce) et d'autres personnes oeuvrant dans le même domaine», a dit M. Alan McGee, directeur des ventes et du marketing pour la société Steel and Engine Products Limited de Halifax, marchand en gros d'appareils de chauffage, fabricant de produits faits sur commande et fonderie. «Ces séminaires sont utiles.»

De nombreux thèmes ont été abordés pendant les séminaires, entre autres :

- Les maisons de commerce au Canada
- Comment choisir une maison de commerce et collaborer avec elle
- Les maisons de commerce et les fournisseurs de denrées périssables
- Les maisons de commerce et les manufacturiers
- Les contrats de distribution internationale
- L'évaluation des demandes de renseignements provenant de l'étranger
- La fixation des prix à l'exportation et propositions de prix compétitifs
- Le rôle des associations de maisons de commerce
- Le forum sur la formation en commerce international
- Les questions relatives au commerce régional : problèmes et possibilités.

Le dernier sujet, comme son nom l'indique, a donné lieu à une discussion animée sur les problèmes et les possibilités, les avantages et les désavantages de conclure des marchés dans des régions comme l'Inde, la Russie, le Mexique, les Antilles, l'Amérique centrale, l'ex-URSS,

l'Australasie, la République tchèque et la Slovaquie.

Le volet «foire commerciale» de **World Markets'93** a dissipé une fois pour toutes le mythe selon lequel la région de l'Atlantique n'exporte que des fruits de mer et des pommes de terre (quoique la qualité des produits offerts par les fabricants dans ces domaines ait été clairement mise en évidence).

Devant les représentants des maisons de commerce, plus de 90 sociétés ont exposé des produits nombreux et de grande qualité : produits chimiques préparés spécialement (pour des usages allant des services de conciergerie aux sciences marines); déshumidificateurs; acier et matériaux de construction; services/logiciels liés à la sécurité nucléaire; bijoux; tubes en fibre pour le formage du béton; parachutes industriels et tentes pour usage militaire et public; tourbe; vin de bleuets sauvage; caviar.

Étant donné le succès qu'elle a connu (certaines ventes ont déjà été signalées), et qualifiée par certains de la «première du genre au Canada», **World Markets** sera à la porte d'autres villes canadiennes dans un avenir prochain.

World Markets'93, pour laquelle les résultats statistiques sont encore analysés, a été parrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, le World Trade Centre Institute de Halifax et Air Nova. Les quatre ministères provinciaux du commerce ont également fourni un soutien. On peut obtenir des renseignements supplémentaires sur **World Markets'93**, les maisons de commerce ou les foires qui auront lieu à Montréal et en Alberta en communiquant avec Mike Reshitnyk, Direction du financement international, des projets d'immobilisations et des industries de services (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-1862. Fax : (613) 943-1100.

Amérique latine et Antilles : mise à jour

Conseil des Amériques

Les entreprises canadiennes en quête de marchés en Amérique latine et dans les Antilles peuvent commencer par communiquer avec le Conseil canadien pour les Amériques (CCA).

Cet organisme privé sans but lucratif a été créé en 1987 afin de promouvoir les intérêts commerciaux dans cette région.

Son conseil honoraire est formé de tous les ambassadeurs, hauts-commissaires et chargés d'affaires d'Amérique latine et des Antilles à Ottawa, et est présidé par le sous-ministre adjoint du Secteur de l'Amérique latine et des Antilles d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Son comité de direction est composé de plusieurs chefs d'entreprises de toutes les régions du Canada.

Les membres du CCA font partie d'un vaste réseau en place au Canada et partout en Amérique latine. Le bureau administratif du Conseil est situé à Toronto. Ses sections d'Ottawa, Montréal, Calgary et Vancouver permettent à de nombreuses sociétés commerciales ca-

nadiennes fort diverses d'avoir accès au réseau.

Pour en savoir davantage sur le CCA et sur les activités qu'il organise, communiquer avec le bureau administratif du CCA, à Toronto, au 145 Richmond Street West, 3rd Floor, Toronto (Ontario) M5H 2L2. Tél. : (416) 367-4313.

Programme commercial d'AECEC

Les entreprises canadiennes qui font des affaires ou qui voudraient faire des affaires aux Antilles devraient savoir que la représentation du programme commercial d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada dans la région n'est plus tout à fait la même.

Les régions visées, les numéros de téléphone où on peut les joindre et les territoires qu'elles desservent sont les suivants :

Port-of-Spain (Trinité). Tél. : (809) 623-7254. Fax : (809) 624-4016. *Territoire* : Trinité-et-Tobago seulement.

Georgetown (Guyane). Tél. : (011-592-2) 72081/82/83/84/85. Fax : (011-

592-2) 58380. *Territoire* : Guyane, Surinam, Guyane française.

Bridgetown (Barbade). Tél. : (809) 429-3550. Fax : (809) 437-8474. *Territoire* : la Guadeloupe et la Martinique (Antilles françaises) sont de nouvelles responsabilités et s'ajoutent aux territoires suivants : Barbade, Saint-Martin, îles Sous-le-vent et îles du Vent (Antigua, Barbuda, Saint-Kitts-et-Nevis, Anguilla, Montserrat, Dominique, Sainte-Lucie, Saint-Vincent, Grenade), îles Vierges britanniques.

La Barbade

En vertu d'un contrat d'une valeur de 1,5 million \$US conclu entre le ministre de la Santé de la Barbade et Stanley Associates, une étude de faisabilité sur l'implantation à la Barbade d'une installation de gestion des déchets solides de longue durée sera réalisée. Stanley Associates, une entreprise d'Edmonton, réalisera l'étude en collaboration avec R.W. Beck Associates (É.-U.) et Consulting Engineers Partnership (Barbade).

Délégués à l'honneur (suite de la page 1)

répondre à leurs demandes et ses grandes qualités promotionnelles grâce auxquelles on a réussi à attirer l'attention du consommateur japonais sur les produits de la mer canadiens. En fait, M^{me} Barnett a déclaré à *CanadExport* que sans avoir eu le moindre soupçon que le ministre Wilson s'apprêtait à créer un prix de la sorte, les responsables de l'industrie des pêches, impressionnés par la tâche colossale réalisée par Kathleen Mackay, avaient décidé de créer leur propre prix afin de reconnaître à l'avenir la contribution exceptionnelle d'un fonctionnaire à l'industrie canadienne des pêches. Acclamée à la fois par son employeur et ses clients, M^{me} Mackay se trouve, on peut l'affirmer sans crainte de se tromper, dans une position plutôt enviable.

Trois mentions

Trois autres délégués commerciaux ont reçu des mentions honorables. Deux citations sont allées à Nicholas Dellavalle et Louis Gaëtan, en reconnaissance de l'esprit d'équipe dont ils ont su faire preuve en unissant leurs efforts pour inciter une entreprise américaine, *Lear Seating Co.*, à réaliser un gros investissement à Oakville (Ontario). Cette nouvelle usine de fabrication de sièges créera 650 emplois directs et indirects. Nos deux lauréats ont tenu à souligner que cette réussite n'aurait pas été possible sans le travail acharné de Don Campbell et de son équipe de la Division des composants et pneus de Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC).

Finalement, la troisième citation est

allée à M. Waheed Khan, délégué commercial d'Affaires extérieures engagé localement par le haut-commissariat du Canada à Islamabad (Pakistan). M. Khan a mis sur pied, à lui seul, la délégation commerciale canadienne à Karachi en 1991. En outre, M. Khan a joué un rôle vital dans deux percées importantes du Canada au Pakistan : la première vente de blé canadien de l'histoire au Pakistan en 1991 et la première livraison, cette année, de potasse canadienne au Pakistan dans le cadre d'un programme de l'ACDI visant à obtenir que ce produit d'exportation canadien soit autorisé à pénétrer le marché pakistanais (son utilisation comme engrais y est actuellement interdite).

Félicitations à nos quatre collègues méritants!

PUBLICATIONS

La sylviculture au Chili

Le Chili, absent du marché mondial des produits forestiers il y a 25 ans, exporte aujourd'hui pour près de 1 milliard \$ US de ces produits. On pense que le secteur va maintenir sa croissance.

Le marché est évolué et la concurrence est féroce, mais des possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes, peut-on lire dans «Le marché des équipements et services forestiers des chiliens au Chili» (code n° 187 LA). Il s'agit d'une étude que vient de faire l'ambassade du Canada à Santiago. L'industrie forestière chilienne se caractérise par des ressources abondantes et de faibles coûts de production.

Au cours des deux dernières années seulement, trois nouvelles usines de pâtes et papiers, d'une valeur de 600 millions \$ US, ont été construites au Chili, huit nouvelles grandes scieries ont vu le jour, et deux usines de fibres à densité moyenne ont commencé leur production.

Pour les années 1993-2000, les investissements suivants sont prévus : 190 millions \$ US dans les scieries, 130 millions \$ US dans la transformation du bois, et plus de 1 milliard \$ US dans les pâtes et papiers.

Les entreprises canadiennes doivent savoir que l'industrie locale est évoluée et que le marché compte un grand nombre de fournisseurs américains, européens et japonais d'équipements et de services.

Les fournisseurs canadiens qui songent à s'implanter sur ce marché doivent également savoir que les Chiliens veulent être assurés d'une présence locale et d'un bon service après-vente. Les

fournisseurs doivent comprendre les mécanismes de l'industrie chilienne, et l'aptitude à communiquer en espagnol est un atout certain.

Les secteurs sur lesquels se concentre l'étude sont les suivants : sylviculture, exploitation forestière, séchage à l'étuve, équipement de déchiquetage, sciage, transformation complémentaire, pâtes et papiers, lutte contre les incen-

dies de forêt, études environnementales, services techniques, services de lutte contre les insectes et équipements de sécurité.

On peut se procurer la version anglaise de l'étude auprès d'Info Export (voir la case au bas de la page 12). Prière d'indiquer le numéro de code. On est en train de traduire l'étude en français, et elle sera disponible prochainement.

AU CALENDRIER

Abbotsford (C.-B.) — Du 4 au 6 août 1993 — **Airshow Canada**. Les thèmes abordés comprendront la mondialisation, les alliances, la déréglementation, le financement, les nouvelles technologies, la fabrication, les communications par satellite et les opérations dans les endroits reculés. Pour s'inscrire, joindre M. John Burley, vice-président marketing; pour renseignements joindre M. Rick Steadman, directeur des communications, Airshow Canada. Tél. : (604)852-4600. Fax : (604) 852-3704.

Vancouver — Les 14 et 15 août 1993 — **International Health-O-Rama '93**. Cette conférence-exposition axée sur les consommateurs comprendra des discussions sur les derniers développements dans une vaste gamme de secteurs, notamment la médecine préventive, les soins dentaires, l'immunologie, la santé holistique, la nutrition et la condition physique. Communiquer avec les autorités responsables de Health-O-Rama au 100-1093, West Broadway, Vancouver (C.-B.) V6H 1E2. Tél. : (604)731-4569. Fax : (604) 734-6909.

• Numéros à noter •

Addis Abeba

La nouvelle adresse et les nouveaux numéros de téléphone et de télécopieur de l'ambassade du Canada à Addis Abeba sont les suivants : Ambassade du Canada, C. P. 1130, Old Airport Area, Higher 23, Kebele 12, House no. 122, Addis Abeba, Éthiopie. Tél. : (011-251-1)

71 30 22. Fax : (011-251-1) 71 30 33.

Dubaï

Le consulat canadien à Dubaï, aux Émirats arabes unis, est situé temporairement à l'adresse suivante : Tour Arbift, bureau 703, B.P. 52472, Dubaï, E.A.U. Tél. : 9 (714) 279-233. Fax : 9 (714) 273-338.

InfoExport

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

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande officielle de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre

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

POSTES

Société canadienne des postes

Port payé

NBRE

T-369

OTTAWA



A1
A
16f
11
16,
1993
copy 2

CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

JUL 2 1993

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY

RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU 16 juillet 1993

DOCS N°13

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Fraudes commerciales au Nigéria

Des hommes d'affaires d'ici et d'ailleurs sont souvent la cible de fraudes commerciales au Nigéria. Les propositions d'affaires non sollicitées offrant des profits d'aubaine, des exemptions de visa et des visites tous frais payés au Nigéria sont autant d'indicateurs d'escroquerie.

Les Canadiens qui envisagent la possibilité de faire des affaires au Nigéria sont fortement encouragés à communiquer avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au numéro (613) 944-6586, ou par fax : (613) 944-7437, ou directement avec le haut-commissariat du Canada à Lagos, fax : (011-234-1) 269-2919, en vue de vérifier la bonne foi de leurs correspondants commerciaux.

Ces escroqueries ont souvent entraîné d'importantes pertes financières. Dans certains cas, des hommes d'affaires canadiens ont été menacés et séquestrés dans des chambres d'hôtel et ont été secourus grâce à l'intervention de véhicules blindés de l'armée. Quelques hommes d'affaires étrangers ont même été assassinés. Il est donc indispensable de demander en premier lieu conseil au gouvernement canadien lorsqu'on envisage de faire des affaires au Nigéria.

Les visiteurs qui se rendent au Nigéria doivent en aviser le haut-commissariat du Canada à l'avance et prendre les dispositions nécessaires pour être accueillis à l'aéroport de Lagos par une personne digne de foi ou demander au haut-commissariat de les y rencontrer (coût : 20 \$US) afin d'éviter d'être dévalisés et agressés à l'aéroport.

Des alliances stratégiques pour démarrer sur le marché américain

Cet article substantiel, et, d'après nous, fort utile, nous vient de M. David McNamara, Consul et premier délégué commercial du Consulat général du Canada à San Francisco.

Pourquoi pas les partenariats stratégiques comme moyen d'améliorer votre compétitivité sur le marché américain?

De nombreuses sociétés, tant petites que grandes, ont découvert que les alliances stratégiques représentent le moyen le plus expéditif, le moins risqué et potentiellement le plus profitable d'accroître la compétitivité globale et d'affronter les marchés et la technologie en rapide évolution. Les alliances stratégiques revêtent de nombreuses formes, notamment des ententes commerciales mutuellement avantageuses comme la concession de licence de technologie, la R-D ou le développement de nouveaux produits en coopération, l'investissement en actions ou la commercialisation conjointe.

Les partenariats stratégiques sont particulièrement intéressants dans les secteurs les plus nouveaux de la technologie, où demeurer à l'avant-garde d'un marché en rapide évolution surpasse les capacités d'une entreprise isolée. Même les plus grandes entreprises américaines cherchent activement des alliances pour devenir plus concurrentielles.

Plus tôt cette année, le gouvernement canadien a parrainé deux initiatives de promotion, à Denver (Colorado) et à Salt Lake City (Utah) qui ont attiré plus de 80 sociétés américaines intéressées à former des alliances stratégiques avec des sociétés canadiennes.

Pourquoi le Colorado et l'Utah? Ces États comptent parmi ceux dont la croissance est la plus rapide aux États-Unis. Ils sont situés dans le couloir commercial des montagnes Rocheuses, qui reliera l'Ouest canadien à la Californie et l'Arizona jusqu'au Mexique. Les deux États ont toujours eu de solides liens avec le Canada et comptent un nombre imposant et croissant d'entreprises de haute technologie.

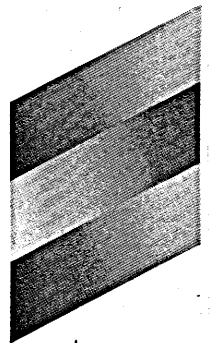
Vous trouverez ci-après un résumé de certaines des possibilités les plus intéressantes. Nous serons heureux de vous envoyer sur demande l'adresse et le nom des personnes-ressources de toute entreprise qui vous intéresse.

DENVER (COLORADO)
Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Robert Lee, Consul et premier délégué commercial, Consulat général du Canada, 701 Fourth Ave. South, pièce 900, Minneapolis MN 55415-1899. Tél. : (612) 333-4641. Fax : (612) 332-4061.

Alliances R&D/Dév. de produit
Biohm — A mis au point un appareil approuvé par la FDA (DAD 16) pour surveiller simultanément 16 réactions ou fonctions corporelles, ainsi qu'un logiciel pour analyser les modulations d'ondes électriques dans l'étude des
(Voir page 7 : Les alliances)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
L'échange des données informatisées, route d'accès aux marchés	4
Foires commerciales	6 & 12-15
Publications	16



Canada

S'adapter à ses marchés, une stratégie gagnante!

Fondée en 1983, la société Brampton Engineering est devenue l'un des plus grands fabricants de pellicules tubulaires co-extrudées et de filières monocouches à débit élevé. Grâce à son excellente réputation qui n'a cessé de croître au fil des années, l'entreprise a obtenu d'importants contrats de nombreux clients en Europe, en Amérique latine, aux États-Unis et en Asie du Sud-Est.

Dès 1990, en prévision de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), Brampton Engineering s'est rapidement mise à orienter ses activités en fonction du nouveau marché mexicain.

Dans le cadre de sa stratégie commerciale, la société a engagé du personnel parlant espagnol, dont la mission consistait essentiellement à établir des contacts avec des clients éventuels dans toute l'Amérique latine. La participation de ce groupe d'employés à diverses foires commerciales au Canada, au et aux États-Unis a joué un rôle décisif dans l'établissement

d'un réseau d'agents chargés de servir les utilisateurs de l'Amérique latine.

Brampton a particulièrement tiré parti de l'exposition de ses produits à la foire commerciale de Monterrey, Canada Expo 92, où elle a reçu de nombreuses demandes de renseignements provenant d'entreprises mexicaines désireuses d'acheter de l'équipement pour leurs propres tu-

président de Brampton, M. William Wybenga.

«Heureusement pour nous, la diversité culturelle du Canada nous a permis d'engager les personnes les plus aptes à communiquer avec nos clients étrangers et de pouvoir ainsi répondre à leurs besoins. Notre bilan en Amérique latine prouve le bien-fondé de notre stratégie.»

En avril 1992, Brampton Engineering a conclu un important accord avec Filmpak S.A. de C.V., de Monterrey, au, en vue de fournir à cette société du matériel à pellicule tubulaire. L'association de Brampton avec Filmpak est déjà considérée comme une réussite, puisqu'elle a permis à

la société mexicaine de pénétrer ses propres marchés d'exportation.

«L'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) a déjà eu une incidence considérable sur notre entreprise. Il a attiré notre attention sur des clients éventuels au et a, en contrepartie, encouragé des entreprises mexicaines à se procurer du matériel de pointe chez des fabricants étrangers afin de pouvoir soutenir la concurrence sur leurs marchés locaux,» dit M. Wybenga.

«L'élimination des barrières commerciales prévue par l'ALENA, ainsi que la détermination de l'améliorer son niveau de vie, ont nettement amélioré nos chances de réussite tant au que dans le reste de l'Amérique latine.»

Entreprise : Société Brampton Engineering
Lieu : Brampton (Ontario)
Produit : Pellicules tubulaires soufflées et filières en plastique extrudé
Ventes : 10,7 millions \$ (1992)
Exportations : 70%
Marchés : Australie, Europe, Amérique latine, Nouvelle-Zélande, Thaïlande, États-Unis

bulures. En deux ans seulement, les ventes de l'entreprise au seulement ont atteint plus de 600 000 de dollars.

«Pour pénétrer un nouveau marché géographique, il est important d'avoir du personnel qui connaît le terrain», explique le

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

ARGENTINE — Société locale cherche à obtenir **données techniques** et à acquérir **trois séchoirs à bois de capacité moyenne** (avec de l'aide pour l'installation et le démarrage) en vue de sécher de l'*Aspidosperma*, un feuillu indigène au poids volumique de 900 kg le mètre cube. Ce bois, une fois coupé, a tendance à gondoler et à fendre aux bouts. Les fours, qui seraient installés dans des régions éloignées, seraient alimentés par de

petites centrales hydroélectriques, ou encore à l'énergie éolienne ou solaire. Communiquer avec Lucio G. Poma, 330, Jose Ignacio Sierra St., 4440 METAN, Salta, Argentine.

CHINE (République populaire de) — Entreprise chinoise recherche **équipement d'occasion pour aciérie** qui fonctionne avec matériel électrique 50 cycles. Exigences : A) **aciérie** - fours électriques à arc avec poches de coulée; capacité de production d'environ 300 000 tonnes par année; accessoires et pièces de rechange; B) **machine de coulée continue** - avec au moins trois lignes de coulée continue pour billettes; billettes carrées de 90 à 160 mm; accessoires et pièces de rechange; C) **laminoir à fils et à barres continus** - billettes carrées de 90 à 160 mm; billettes rondes de 5 à 35 mm; capacité de production de 300 000 tonnes par année; accessoires et pièces de rechange. Communiquer avec M^{me} Valerie Zhang, Inchcape (China) Ltd., 2901-2 Centre chinois de commerce international, 1 av. Jian Guo Men Wai, Beijing, Chine 100004. Tél. : (86-1) 5051501. Fax : (86-1) 5051507.

PAKISTAN — Entreprise désire établir **coentreprise** pour fabrication de **dijoncteurs** (unipolaires ou tripolaires,

250/500 volts). Communiquer avec Allied Electrical Mfg. (Pvt.), G-Floor, State Life Building, 4 Sharea Liaquat - C.P. 5665, Karachi 74 000, Pakistan. Tél. : (92-21) 220-765/230-956. Fax : (82) 24536 AHMED PK.

PHILIPPINES — La conversion des anciennes installations militaires américaines aux Philippines en un **grand port franc international, un lieu de villégiature de calibre mondial, un district financier, un complexe industriel et diverses collectivités** pourrait offrir aux Canadiens intéressés

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

des débouchés en matière d'**investissement, de location à bail, de location, d'aménagement, de développement, etc.** Les secteurs de développement touchent notamment **aéroports, services de réparation de navires, installations relatives à la cargaison et l'aménagement portuaire, télécommunications, centrales électriques et le tourisme.** Investisseurs bénéficient également d'un ensemble d'avantages très intéressants. Communiquer avec M. le maire Richard Gordon ou avec M. Dennis Mendiola, Subic Bay Metropolitan Authority, SBMA Office Building 229, Subic Freeport Zone, Olongapo City, Philippines 2200. Tél. : (63-47) 222-37-21/(63-2) 817-39-94. Fax : (63-47) 222-52-78.

POLOGNE — Fondation commerciale privée, créée en 1989, recherche formes de **coopération et partenariat financier** avec sociétés canadiennes dans domaines **transformation agro-alimentaire, équipements neufs et usagés, emballage et machinerie, transfert de technologie et traitement des eaux usées.** Communiquer avec Zenon Kurzak, président, Fundacja «NOWA WIES», Rzeniszow 2, 42-295 Koziegłowy, Pologne. Tél. : (0-048) 034-651-462. Fax : (0-048) 034-651-462.

PORTUGAL — Société désire prendre contact avec fabricants d'articles originaux et de qualité, produits en grande quantité à coût réduit, dans gammes suivantes : **articles ménagers, nouveautés, produits d'hygiène personnelle et domestique.** Communiquer avec Victor Capote, Gestionnaire commercial, Euroorbi, Rua Dr. Antonio da Costa Santos, 2/B 2D, Apartado 475, 2404 Leiria Codex, Portugal. Tél. : 351-44-813435. Fax : 351-44-813781.

SINGAPOUR — Entreprise d'ici offre **services de marketing** à sociétés désireuses de fonder coentreprise dans cette région.

Cette entreprise a déjà aidé des clients à effectuer études de marché conçues en fonction du plan de l'entreprise pour expansion de ses exportations, à repérer et engager le bon distributeur, agent ou partenaire, et à accroître efficacité des visites d'affaires et activités d'exportation. Communiquer avec Keith Kee, directeur général, Parami Resources Marketing, Toa Payoh C.P. 0015, Singapour 9131. Tél./fax : (65) 4430617.

Espagne (Référence SAM) — Entreprise novatrice qui fabrique et commercialise vaste gamme de **peintures et de revêtements industriels** veut élargir sa gamme actuelle de produits par collaboration avec entreprise canadienne. Cherche à produire peinture et revêtements pour produits en plastique comme polypropylène et polyéthylène. Désire aussi fabriquer peinture et revêtements à l'intention de l'industrie de l'automobile et de la motocyclette, de la peinture à vaporisation à base de vernis pour métalliser les phares d'automobiles et de la peinture pour verre, de la peinture en poudre et toute autre peinture novatrice. Communiquer (en donnant le code de référence) avec M. René-François Désamoré, Bureau commercial, Consulat du Canada, Travessera de les Corts, 265 Entl. 1, 08014 Barcelona, Espagne. Fax : 343-410-77-55.

*Démonstration d'EDI à la Fête aérienne Canada***L'échange informatisé est la route d'accès aux marchés**

Les entreprises canadiennes devront adopter une nouvelle technologie - l'échange de données informatisée (EDI) - si elles veulent demeurer compétitives et continuer de vendre au département américain de la Défense et dans d'autres marchés où le gouvernement américain achète en grande quantité.

Ce système sera essentiel, non seulement pour rester compétitif dans ce marché américain, mais également sur le marché mondial.

Même si quelques entreprises canadiennes ont déjà adopté cette technologie, toutes les firmes devraient maintenant considérer l'EDI comme un outil pratique de gestion et l'inclure dans leur stratégie d'entreprise.

Comme un intervenant l'a dit récemment au cours d'une réunion de l'Association EDI : «...si certains fournisseurs ne disposent encore pas de l'EDI, il est temps d'adopter cette technologie, car vous risquez de rester sur la touche (dans le cadre de nombreux marchés publics du gouvernement).»

La Défense et l'EDI

Le département de la Défense a annoncé qu'il prévoit convertir plus de 90% de ses documents relatifs aux marchés publics d'ici à 1996.

Dès que le système d'EDI sera opérationnel, les entreprises qui s'intéressent aux marchés publics du département de la Défense pourront recevoir - par voie informatique - l'avis d'appel d'offres, ainsi que les documents connexes (les bons de commande, les certificats d'inspection et d'acceptation, les factures, les chèques, etc.).

Projet pilote

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et la Corporation commerciale canadienne collaborent étroitement avec le gouvernement américain au cours de la phase de mise en oeuvre du système afin de s'assurer que les entreprises canadiennes ont autant de chances de soumissionner des marchés publics américains qu'auparavant.

À la demande du département de la Défense, et en vue de rationaliser son fonctionnement, la CCC (personne contact Alex Papadakis, Fax : (613) 995-2525.) a lancé un projet pilote auquel participent trois agences de ce département et plusieurs entreprises canadiennes afin de transmettre à ces dernières certains documents d'affaires sur support informatique et support papier. Les enseignements tirés du projet pilote permettront d'évaluer les avantages globaux qu'apporte l'EDI et d'aider la CCC à préparer une stratégie pour sa mise en oeuvre. Le projet permettra également de définir la structure d'un système d'information visant à intégrer l'EDI à l'industrie canadienne.

Avantages de l'EDI

Voici les avantages qu'apporte la mise en oeuvre de l'EDI :

- Précision accrue;
- Diminution des coûts de fonctionnement;
- Diminution du temps de traitement;
- Amélioration de la gestion des stocks;
- Amélioration de la gestion de la trésorerie;
- Augmentation de la satisfaction du client.

Publications - contacts

Déjà certaines associations EDI, surtout au Canada et aux États-Unis, se tiennent au courant de la technologie disponible et des organismes gouvernementaux et des grandes entreprises qui adoptent le système d'EDI.

Dans une publication intitulée *Acquisitions 2000 (A2K)*, Approvisionnements et Services Canada (ASC) a écrit un article sur l'«adoption du système» et les conséquences pour les acheteurs d'ASC qui utilisent des méthodes d'achat informatisées. L'équipe chargée de l'A2K à ASC étudie en ce moment la possibilité de mettre en place un seul point d'entrée à ASC pour les fournisseurs et indique qu'à l'avenir il y aura un «réseau ininterrompu» utilisant des systèmes d'achats informatisés.

On peut obtenir des renseignements

sur les travaux d'Approvisionnements et Services Canada dans le domaine de l'EDI en s'adressant à Peter Elias, directeur des communications, Projet d'Acquisitions 2000, ASC, 5C1, Place du Portage, Phase III, 11, rue Laurier, Hull (Québec) K1A 0S5. Tél. : (819) 956-5268. Fax : (819) 956-6841.

Le Logistics Management Institute a publié en 1992 un manuel, écrit par Walter P. Hamilton, pour le département de la Défense et les petites entreprises. Intitulé *Forging a Partnership Through EDI* (DL203LN3), il est disponible en s'adressant au 6400, Goldsboro Road, Bethesda, Maryland, 20817-5886. Tél. : (301) 320-2000.

Manque d'adresse ?

La société *U.S. Address Inc.* de Buffalo (New York), offre notamment aux entreprises canadiennes :

- une adresse aux États-Unis d'où elles peuvent tenter leur chance sur le marché américain ou y intensifier leurs efforts de commercialisation sans avoir à engager les dépenses inhérentes à un bail à long terme ou au maintien de personnel sur place;
- un service de réception du courrier et des colis et leur réacheminement aux locaux de l'entreprise au Canada;
- un service de réception et d'acheminement des appels téléphoniques vers le bureau canadien de l'entreprise;
- un service de télécopieur.

Les frais exigés se situent aux environs de 2,50 \$US par jour seulement.

Communiquer avec Dean M. Rockwell, président, *U.S. Address Inc.*, Olympic Towers, bureau 200, 300 Pearl Street, Buffalo (New York 14202). Tél. : (716) 842-3040. Fax : (716) 842-6049.

CONTRATS DÉCROCHÉS

ABB Industrial Drying, LaSalle (Québec), a gagné un contrat pour la fourniture d'un système de conditionnement d'air industriel Yankee Hood à Cellox Paper Co., Ltd., de Bangkok, grâce à un appui financier de la SEE de 440 000 \$US. Cette transaction représente la première affectation sur une ligne de crédit de 25 millions \$US établie par le SEE avec la Siam Commercial Bank de Thailand.

Un contrat d'une valeur de 150 000 \$US, financé par la Banque de développement des Caraïbes, a été attribué à la société **Canadian International Power Services (CIPS)**, Mississauga (Ontario). CIPS réalisera une étude de faisabilité en vue de la construction d'une centrale électrique pour le compte de la Anguilla Electricity Company. Le personnel du haut-commissariat du Canada à Bridgetown (Barbade) a communiqué directement avec l'entreprise d'électricité et informé la CIPS du projet.

Babcock and Wilcox, Cambridge (Ontario), et ses associés dans un consortium ont signé un contrat de 700 millions \$US avec l'Indonesia Power Authority (PLN) afin d'agrandir trois unités de sa centrale thermique à vapeur de Suralaya. Le coût global de ce projet s'établit à 2,2 milliards \$US. La Banque mondiale et la Banque asiatique de développement financeront la plus grande partie de l'équipement. Quant à la partie canadienne de l'équipement, d'une valeur de 237 millions \$US, elle est financée par la SEE. Ce contrat est le plus important jamais signé aussi bien par PLN que par B&W.

General Motors Diesel Division de London, en Ontario, a signé avec le ministère de la Défense de l'Australie un contrat de plus de 120 millions de dollars pour la fourniture de 97 véhicules blindés légers au Deuxième régiment australien de cavalerie.

Joe Ng Engineering Limited (JNG), de Hamilton (Ontario), a concrétisé un contrat de vente d'un système de transmission et de distribution du gaz naturel à la régie du gaz naturel de Beijing, à l'aide d'un prêt de 4,5 millions \$US de la SEE. JNG est une société d'experts-conseils qui offre des services d'ingénierie aux entreprises oeuvrant dans les domaines du caoutchouc, de la pétrochimie, de l'acier, de l'automobile et de la chimie.

R&J Engineering Corporation (R&J), de Kitchener (Ontario), a vendu quatre machines de fabrication de capsules de gélatine dure, d'équipement de soutien et de technologie clés en mains à la société chinoise de l'industrie médicale, située dans la province de Hebei, Chine. La transaction, grâce à un financement de 3 424 millions \$US de la SEE, devrait créer environ 100 années-personnes d'emploi au Canada.

Site Oil Tools Inc., de Calgary (Alberta), a conclu un contrat de vente avec la Commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde grâce à une ligne de crédit de 375 000 \$CAN de la SEE et à une subvention de 230 000 \$CAN de l'ACDI. Considérée comme chef de file mondial dans son domaine, Site Oil Tools s'occupe de la conception, de la mise au point technique et de la fabrication d'outillage de fond servant à l'exploitation de puits de pétrole et du gaz naturel.

Les technologies industrielles SNC, Le Gardeur (Québec), viennent de signer deux contrats d'exportation en Scandinavie. Le premier de plus de 4 millions \$, a été octroyé par l'armée danoise pour des munitions d'exercice C 74 105 mm destinées aux chars d'assaut. Le second, évalué à plus de 1 million \$ et conclu avec l'armée norvégienne, est le premier gros contrat que la société passe à l'étranger pour

ses munitions d'exercice novatrices C 71 105 mm destinées aux chars d'assaut, et aussi le premier contrat à être signé avec le Norvège.

Grâce à l'appui financier de 9,28 millions \$US de la SEE, **Upsilon Estate International Inc.**, de Brossard (Québec), a obtenu un contrat pour la construction d'un hôtel cinq-étoiles de 400 chambres, dans la province de Hainan en Chine. Cette transaction devrait générer environ 380 années-personnes d'emploi au Canada.

Grâce au financement de 28,4 millions \$US fourni par la SEE, **Westinghouse** a obtenu un contrat de mise en place de deux turbines à gaz de 40 MW à Bali. Il s'agit de la première turbine de ce nouveau modèle à être vendue, d'où l'importance du projet. Le développement de cette turbine a été financé à même les fonds alloués par le gouvernement canadien.

1992 : Des activités record pour la SEE

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a annoncé un volume d'activités record pour 1992, les exportations canadiennes appuyées représentant au total plus de 8,7 milliards de dollars tandis que les exportations canadiennes ont connu une hausse de 11% et le volume d'activités de la SEE s'est accru de plus de 33%, marquant ainsi le rôle d'intermédiaire financier important que la société est de plus en plus appelée à jouer.

Le Rapport annuel signale également que la société a réalisé le bénéfice encore jamais atteint de 44 millions de dollars.

Des déboursés prévus de plus de 8,5 milliards \$U.S.

Participer vous ouvre la porte au marché asiatique de l'aérospatiale, de la défense et de l'industrie marine

Pulau Langkawi - La deuxième Exposition internationale annuelle de Langkawi sur les industries marine et aérospatiale (LIMA) se tiendra du 7 au 12 décembre 1993 dans cette ville de Malaisie.

Le Canada a réservé environ 1 800 pieds carrés pour ses exposants. Le coût d'un kiosque aménagé de 9 mètres carrés (environ 100 pieds carrés) est de 530 \$US par mètre carré. Le coût de l'espace nu est de 450 \$US par mètre carré.

Le Haut-Commissariat du Canada en Malaisie s'est procuré un kiosque d'information à LIMA et invite les entreprises à obtenir leur propre kiosque à cette exposition, que le Premier ministre malais Mahathir Mohamed a l'intention de visiter chaque jour afin de rencontrer personnellement tous les exposants et de voir leurs produits.

On a réservé des espaces, outre celui du Canada, pour un grand nombre de pays, dont les États-Unis, la Grande-Bretagne, la France et la Russie.

Cette importante manifestation réunira des représentants des secteurs privé et public de Malaisie et d'autres pays de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE), qui y achèteront toute une gamme de produits dans les secteurs suivants :

- aérospatiale;
- construction et équipement aéropor-tuaires;
- technologie militaire;
- industrie marine;
- bateaux.

Les sous-secteurs comprennent la plupart des produits et des services relevant de l'industrie civile aussi bien que des industries militaire, aérospatiale et marine. Les pays de l'ANASE ont mis de côté plus de 8,5 milliards \$ pour les dépenses portant sur les domaines suivants, notamment sur les secteurs aérospatial et naval.

À titre d'exemple, la Malaisie construit actuellement à Sepang un nouvel

aéroport pour Kuala Lumpur, et d'autres aéroports de la région sont en voie de moderniser leurs systèmes de radar et de contrôle du trafic aérien ainsi que leurs installations de maintenance des aéronefs. De nouveaux chantiers navals pour la construction, la réparation et la finition des navires sont également en construction.

Les entreprises désirant que leurs brochures publicitaires soient distribuées au kiosque d'information canadien doivent en envoyer plusieurs centaines d'exemplaires à M. Ted Weinstein (adresse à la fin de l'article).

Pour recevoir une trousse de l'exposant, communiquer par télécopieur avec M. Peter Thillinathan, directeur des ventes et du marketing, Debis Marketing

Services, Kuala Lumpur, au 011-60-3-238-6272.

Pour plus de précisions sur le marché maritime, de la défense et de l'aérospatiale en Malaisie ou sur la participation canadienne à LIMA, communiquer avec M. David Mulrone, conseiller commercial, Haut-Commissariat du Canada, Kuala Lumpur : 011-60-3-261-3428.

Pour obtenir des détails sur les sous-secteurs de produits vendus à LIMA ou des renseignements généraux sur l'exportation en Malaisie, s'adresser à M. Ted Weinstein, chargé de dossier pour la Malaisie/Singapour, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique sud, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Fax : (613) 996-4309.

En Indonésie :

Un salon de l'environnement

Djakarta — Les sociétés de gestion de l'environnement auront l'occasion d'explorer les débouchés existant en Indonésie dans le domaine des écotechnologies et des technologies du traitement des déchets et de l'eau, et même de tenter une percée sur ce marché en expansion.

Il leur suffit pour cela de prendre part au salon des technologies liées à la lutte contre la pollution, à l'environnement et à l'eau qui doit se dérouler du 16 au 20 novembre 1993 en Indonésie.

Selon les organisateurs de la manifestation, les débouchés sont appelés à se multiplier dans ces secteurs, compte tenu que le gouvernement de l'Indonésie a entrepris de mettre en place - et de faire observer - une nouvelle et sévère réglementation dans les domaines de l'environnement et de la lutte contre la pollution,

en particulier dans les secteurs industriels.

L'an dernier, lors de cette manifestation, plus de 120 entreprises en provenance de 15 pays ont exposé leurs produits et leur matériel au bénéfice de 5 800 visiteurs d'affaires.

Les entreprises désirant participer à l'édition 93 de cette manifestation qui rassemble acheteurs et fournisseurs (et dans le cadre de laquelle les exposants bénéficient de l'appui de l'ambassade du Canada) peuvent obtenir des renseignements supplémentaires en communiquant avec Derek Complin, le représentant canadien des organisateurs de la manifestation, à l'adresse suivante : UNILINK, 50, Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario), M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Les alliances stratégiques : Colorado *(suite de la page 1)*

troublés du sommeil. Cherche entreprise canadienne en vue de perfectionner le logiciel destiné au DAD 16, le fabriquer sous licence et le distribuer. Cherche une participation au capital.

Carnegie Group — Entreprise de développement de logiciels d'application en télécommunications dont les ventes s'élèvent à 17 millions de dollars. Intéressée aux alliances stratégiques de coopération pour développement et commercialisation de technologie, et peut-être effectuer de la R-D au Canada.

Ceram Inc. — A mis au point un logiciel d'amélioration de la productivité pour utilisateurs de grosses bases de données sur des supports matériels SUN. Fait partie de deux partenariats stratégiques. Cherche partenaire oeuvrant déjà dans l'informatique haut de gamme pour initiatives conjointes de développement et commercialisation.

Diagnostic Markers — Établie en 1990, a mis au point trois produits de diagnostic qui justifient la création d'un partenariat et devraient être approuvés par la FDA sous peu : YeasTest - à l'origine pour les êtres humains et maintenant modifié pour détecter mycosis félin; Cardio Ischemia - mesure quantité de produits chimiques au cours d'une attaque d'ischémie; Bacterial Vagenosis. Cherche participation au capital et collaborations pour développement de produit par des essais cliniques.

Interpex Limited — Met au point un logiciel pour traitement, interprétation et affichage d'information géoscientifique. Vend déjà à nombre de clients canadiens. Intéressée à la R-D ou au développement de produit en coopération, aux investissements ou autre forme de coentreprise.

Television Technology Corporation* — Fabricant d'émetteurs de télévision et radio MF, intéressé au développement conjoint de produit et aux investissements en actions.

Échanges techniques/ licences technologiques/ projets conjoints

3SDC Corporation* — Oeuvre dans le domaine de l'acquisition de données et des systèmes d'imagerie. Intéressée aux échanges techniques ou aux initiatives conjointes de R-D ou de développement de produit et aux sources de financement par actions.

Colorado Advanced Materials Institute — Consortium de sociétés ayant leur siège social au Colorado, visant à mettre au point et à promouvoir l'utilisation de nouveaux matériaux (céramiques, métaux, adhésifs, plastiques, semi-conducteurs et supraconducteurs). Intéressé aux échanges avec sociétés canadiennes semblables.

Combustion Technology Inc. — A consacré cinq ans à la mise au point d'un dossier d'étude de procédé pour l'incinération des déchets dangereux, qui respecte entièrement les critères de l'EPA et fournit toute l'information relative à l'étude de procédé nécessaire pour présenter une demande de permis. Dossier destiné aux organismes qui envisagent l'incinération ou diverses solutions de nettoyage pour résoudre problèmes environnementaux.

Karl J. Dakin — Avocats spécialisés dans le transfert de technologie. Intéressés aux concessions de licence concernant des instruments environnementaux mis au point aux Sandia Labs, un procédé de plaque sèche au chrome-cadmium et un procédé pour recouvrir un terrain d'une pelouse de sport. Formeraient peut-être coentreprise avec entreprise canadienne avec intérêts et buts semblables.

Donnelly Applied Films Corp.* — Le plus gros fabricant de substrats pour l'affichage à cristaux liquides, intéressé par la concession de licence de technologie ou initiatives conjointes de R-D et de développement de produit.

Dorr, Carson, Sloan and Peterson — Représente un client qui a mis au point un procédé plus efficace de récupération d'huiles visqueuses et dé-

sire accorder licence de technologie à des producteurs de pétrole lourd.

Engineering Data Management* — Génie, développement et évaluation de produits et de structures pour industries de produits forestiers et de services publics. Intéressée à concession d'une licence de technologie ou à initiatives conjointes de R-D ou de développement de produit.

Interdata — A mis au point une technologie d'échange de données informatisées (EDI) destinée à la facturation téléphonique, l'une des applications EDI les plus difficiles. Cherche partenaire pour aider à commercialiser le concept et les systèmes EDI auprès des sociétés et compagnies de téléphone au Canada, aux É.-U. et peut-être à l'échelle mondiale. Partenaires les plus probables sont les sociétés de téléphone ou les fournisseurs de services téléphoniques.

Kirkpatrick Pettis* — Société de la Mutuelle d'Omaha dans le secteur du financement d'entreprise : fonds, fusions et acquisitions. Intéressée à l'acquisition de technologie, droits de fabrication, l'investissement en actions dans des entreprises canadiennes.

Laser Magnetic Storage International* — Met au point et fabrique des périphériques de stockage sur disque optique et bande magnétique. Intéressée à acquisition ou vente de technologie, initiatives conjointes de R-D ou de développement de produit, représentation de produits canadiens ou représentation réciproque.

Materials Research Group — Assemble du matériel de dépôt plasmatisé de silicium amorphe pour l'industrie des semi-conducteurs, notamment les fabricants de panneau plat. Le marché principal est le Japon. Intéressée à former une coentreprise pour assembler, commercialiser et réparer des machines au Canada pour les Canadiens et peut-être ailleurs dans le monde.

Micro Motion* — Fait partie du groupe Emerson/Rosemount qui pro-

(Voir page 8 — Les alliances)

Les alliances stratégiques : Colorado *(suite de la page 7)*

duit des débitmètres, des ordinateurs industriels et du matériel électronique. Intéressée à des initiatives conjointes de R-D ou de développement de produit, concession de licence de technologie, à la représentation réciproque ou ententes de commercialisation.

Pathfinder Systems — Spécialisée dans la mise au point de logiciel haut de gamme, surtout pour le gouvernement américain et le ministère de la Défense. A mis au point un progiciel de simulation pour analyser l'utilisation des parcs nationaux; des simulateurs de troupes et de chars de combat, et «Liniac», une machine de décision de réseau neuronal pour traiter des données incertaines et contradictoires. Prête à former partenariat avec conseillers en études d'incidence sur l'environnement en rapport avec les loisirs ou à travailler avec des sociétés à des projets de simulation pour le secteur militaire ou autre.

Popham Haik Schenobrick & Kaufman* — Conseillers en financement des entreprises, finances internationales, fusions et acquisitions et capital-risques. Offrent vente ou acquisition de technologie ou de droits de fabrication ou aide relativement à des ententes de financement.

Softtech Inc. — Met au point logiciels haut de gamme pour problèmes importants ou complexes. A mis au point un logiciel de commande et de contrôle, d'alerte aux missiles et de défense spatiale pour NORAD et le ministère de la Défense. A fait partie de l'équipe de conception de la version originale du langage ADA. Produit également un logiciel de conversion pour améliorer COBOL, un logiciel personnalisé pour des puces de compression vidéo et des outils logiciels pour le développement de puces. Cherche partenaire avec stratégie déficiente sur le plan des logiciels. Intéressée aux initiatives conjointes de R-D ou développement de produit ou représentation réciproque.

William L. Simons — Entreprise de consultation spécialisée dans le génie civil et de structure avec la propriété

exclusive de conceptions de brise-lames flottants, de préfabrication de bâtiment d'au plus trois étages ainsi que nouveaux concepts pour quais, brise-lames fixes et structures de forage en mer. Intéressée à représenter produits canadiens dans projets de génie civil et de structure ou de construction lourde ou à participer à des projets de conception quelconque.

Vencap Resources Inc.* — Entreprise de capital-risques offre vente ou acquisition d'entreprises, de technologie ou de droits de fabrication.

Sources canadiennes/ partenaires de fabrication

Bio-Barrier — Fondée en 1987 pour commercialiser une technologie portant sur le latex et les agents microbiens, l'imprégnation de latex par une variété d'agents antimicrobiens (condoms et gants médicaux capables de bloquer des agents microbiens déterminés). Cherche coentreprise avec fabricant qui possède un réseau de distribution établi de produits chirurgicaux ou médicaux compatibles, en vue de fabriquer et de distribuer des produits au Canada et peut-être dans des marchés tiers.

Contour Pak — A conçu nouveau sac réfrigérant qui épouse n'importe quelle partie du corps - doublure en plastique élastique, extérieur en tissu, courroies en velcro. Intéressée à communiquer avec un fabricant canadien qui possède un réseau de distribution établi d'articles médicaux et sportifs pour peut-être accorder en sous-traitance fabrication de courroies en velcro ou production sous licence de sacs réfrigérants.

Cray Computer — Prévoit installer son premier superordinateur opérationnel «Cray 3» au National Centre for Atmospheric Research (NCAR) à Boulder (Colorado). Désire rencontrer fournisseurs canadiens de logiciel scientifique fondé sur FORTRAN ET UNIX. Cherche aussi sources de capital-risques et financement par actions.

New World Visions — A mis au point et breveté technologie concernant un nouveau type de charnière pour les lunettes de soleil, lunettes de sécurité industrielles et lunettes de sport haut de gamme. Cherche partenaire pour fabrication et commercialisation. Le partenaire devrait disposer d'installations capables forte production de plastique par injection et, de préférence, procédés de fabrication de lunettes de soleil. Cherche également fournisseurs de verres anti-reflets.

Tea Lover's Cups Ltd. — A mis au point système d'emballage-portion breveté pour tasse de thé, semblable à celui pour la crème à café. A travaillé étroitement avec le Conseil canadien du thé au cours du développement. Prêt à accorder une licence de production au Canada. Cherche matériel d'emballage automatique et financement par actions.

Représentation réciproque/ commercialisation en coentreprise

Eclosion Corporation — Fabricant de médicaments homéopathiques avec usines à Denver, en Irlande et bientôt en Alberta. Cherche distributeur canadien de produits de nutrition et à base d'herbes médicinales pour distribuer les produits fabriqués au Canada. Prêt à distribuer des produits homéopathiques canadiens aux É.-U.

Headline Inc. — Produit des logiciels pour marchés verticaux, y compris l'aspect commercial de l'édition (service aux abonnés, comptabilité et commercialisation) et registre d'appels pour commercialisation à l'intention des représentants de commerce. En affaires depuis 1980. Programmes écrits en DBL Synergy et fonctionnent avec les ordinateurs personnels IBM, en réseau et dans un milieu UNIX. Partenaire commercial accrédité d'IBM. Possède réseau de distribution à l'échelle du pays. Recherche toute forme d'aide à la commercialisation au Canada, représentation réciproque de produits complémentaires ou initiatives ou démons-

(Voir page 9 — Les alliances)

Les alliances stratégiques : Colorado *(suite de la page 8)*

trations conjointes de commercialisation.

Global Systems Corporation — Offre services d'échange de données informatisées (ÉDI) à de nombreux clients importants au Canada. Cherche un partenaire canadien avec une expertise en ÉDI.

SSDS Inc. — Intégrateurs de systèmes informatiques, traitement en réseau de systèmes ouverts. Fondée en 1986, la société a neuf bureaux aux É.-U. et ses ventes s'élèvent à 13 millions de dollars. Travaille avec plusieurs grandes sociétés et participe à un grand projet de bibliothèque au Canada. Intéressée à une alliance avec entreprise canadienne pour un projet conjoint de développement et de commercialisation.

Technical Information Associates Inc. — Conception et mise au point de documentation, de matériel de formation et d'information à l'appui de produit. Intéressée à ententes de commercialisation avec entreprises semblables au Canada.

Telecation* — Met au point et distribue un logiciel analytique de laboratoire. Offre de prendre en charge des produits complémentaires canadiens ou une représentation réciproque.

Services à représentation pour commercialisation

Business Venture Investments — Intéressée à rencontrer sociétés canadiennes possédant technologie à transférer sous licence en Amérique du Nord, en Asie ou en Europe. Bien établie dans l'automobile, les produits médicaux et le logiciel, sans se limiter à ces secteurs. Demande participation au capital plutôt que des honoraires.

Cheyenne Research Corporation — Entrepreneur-conseil avec formation en génie électrique, intéressé à contribuer au démarrage ou à croissance de sociétés offrant un fort potentiel. A monté cinq sociétés depuis 1969, directeur-général pigiste.

Colorado Springs Technical Consulting Group — Conseiller technique commercial et spécialiste de

l'intégration des systèmes, offrant de représenter produits informatiques canadiens, matériel et logiciel, aux É.-U.

Edwin H. Crabtree — Avocat en brevets et ingénieur minier professionnel offrant services de brevets et de marques de commerce et de licences de technologie américaine à des fabricants canadiens.

DRS Sciences Inc.* — Commercialisation et installation de systèmes de données protégées, réseaux locaux et à grande distance, activités internationales d'import-export. Intéressée à représenter produits électroniques et informatiques canadiens.

Global Drug Development Inc. — Société de conseil offrant services complets de mise au point préclinique, recherche clinique et affaires réglementaires. Président canadien. Recherche sociétés pharmaceutiques canadiennes désirant se lancer sur le marché américain.

Jefferson Companies* — Acquisition et cession-bail d'installations à locataire unique pour investisseurs institutionnels et privés, structuration de coentreprise pour projets d'infrastructure en Europe de l'Est et dans pays en développement, distribution de produits de consommation en Europe, Afrique et Amérique du Sud. Offre d'aider sociétés canadiennes à structurer des projets d'immobilisations ou représenter des produits de consommation canadiens dans marchés étrangers.

Logic International — Exportateur de produits canadiens et américains au Moyen-Orient, en particulier en Turquie, spécialiste des produits électroniques, ordinateurs et télécommunications. Intéressé à représenter produits canadiens pour vente aux É.-U., Turquie et Moyen-Orient.

Machine Mart — Spécialistes de la liquidation, vente et achat de machinerie usagée, intéressés par toute possibilité d'affaires au Canada.

Rick Martin Law Offices* — Avocat en brevets offrant d'aider sociétés au titre de la protection des brevets et

marques de commerce de nouveaux produits.

P&C International — Organe de commercialisation d'un conglomerat taïwanais au chiffre d'affaires de plusieurs milliards de dollars, avec quatre divisions spécialisées dans produits électroniques de consommation, fournitures médicales, matières brutes et produits industriels. Recherche distributeur canadien pour nouvelle gamme de postes de radio solaires, offre de représenter fabricants canadiens de produits électroniques de consommation de bas de gamme sur marché américain.

Assistance à la commercialisation

First Total Systems — Fournit solutions informatiques internes à banques communautaires, intéressée à prendre de l'expansion au Canada et recherche associés ou investisseurs.

Percussionnaire Inc. — En voie d'acquérir technologie pour gamme complète de produits de soins respiratoires approuvés par FDA. Recherche distributeur canadien couvrant marchés des institutions et des soins au foyer.

* *L'astérisque désigne société qui a manifesté son intérêt par écrit, mais n'a pas pu assister à l'entrevue.*

SALT LAKE CITY (UTAH)

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : David McNamara, Consul et premier délégué commercial, Bureau commercial du consulat canadien, 50 Fremont Street, pièce 1810, San Francisco, CA 94105. Tél. : (415) 543-2550, poste 3072. Fax: (415) 512-7671.

Alliances de R&D/ de développement de produit

ISIM — service complet d'entraînement et de simulation au sol, division d'Eyring Corp., intéressée à implanter une installation canadienne de R-D.

(Voir page 10 — Les alliances)

Les alliances stratégiques : Utah *(suite de la page 9)*

Des échanges techniques/ des licences technologiques/ des grands projets conjoints

Earthfax Engineering — Conseillers environnementaux travaillant à l'évaluation et l'atténuation de la contamination environnementale, intéressés à coentreprise avec conseillers en conception de traitement des eaux usées.

Envirosearch International* — Le président est conseiller environnemental de réputation internationale, qui siège également au comité américain étudiant un accord additionnel sur l'environnement pour l'ALÉNA. Intéressé à échanges d'information et coopération avec expert-conseil environnemental canadien bien au fait des questions de politique publique.

International Remediation Corp. — Société de nettoyage environnemental, avec technologie de pointe pour extraire du sol métaux lourds et hydrocarbures. Possède également une technologie de nettoyage de la contamination nucléaire et des rayonnements naturels dans des mines, champs pétrolifères, etc., avec rapport coût-efficacité généralement très favorable par rapport à des technologies concurrentes. Travaille actuellement au dépôt de l'armée américaine et avec importante société pipelinère pour nettoyage métaux lourds autour des stations de compression. Intéressée à céder sa technologie sous licence, à grands projets conjoints ou coentreprises pour fabrication et commercialisation de matériel spécialisé d'atténuation.

Des sources canadiennes/ des partenaires de fabrication

Intraspace — Constructeur de petits satellites commerciaux, de diamètre inférieur à 44 pouces. Vient de terminer un contrat de satellite altimètre pour U.S. Navy et d'obtenir contrat de satellite-relais commercial de transmission de données. A mis au point procédés innovateurs de production et d'essai qui réduisent radicalement coût de fabrication. Recherche partenaire dans domaines de commercialisation,

financement, conception et production.

Northern Outfitters — Fabricant de vêtements de haut de gamme pour climat froid, à technologie de pointe, pour utilisation récréative et industrielle. Points de vente en Alaska et distributeurs au Labrador et les T.N.-O. Recherche fabricant avec réseau établi de distribution de produits de plein air, pour licence de fabrication ou sous-traitance. Recherche également produits canadiens complémentaires pour distribution aux É.-U.

Saddleman Inc. — Fabricant d'accessoires non durables pour marché secondaire de l'automobile et du camion. Intéressé par coentreprise avec fabricant canadien du même secteur, par la vente de produits canadiens aux É.-U. et recherche distribution et entreposage pour l'Ouest canadien.

La représentation réciproque/la commercialisation en coentreprise

Action-Plus Software — Produit base de données avancée pour contacts, avec modules de contrôle d'inventaire, d'agenda et de frais d'entreprise, facile à relier avec des documents WordPerfect. L'entreprise compte 10 000 utilisateurs aux É.-U., au Canada et en Europe. On s'intéresse notamment à offrir le produit à la vente d'ordinateurs portatifs. Déjà représentée au Canada pour marché des dépositaires, mais s'intéresse à commercialisation coopérative ou à représentation réciproque pour marché corporatif.

Cybernetics Solutions Company — Logiciel de sondage d'opinion et d'attitude, commercialisé au Canada et aux É.-U. depuis 1985. Marché très important, mais besoin de 500 000 de dollars pour bien démarrer.

Fetzer's Inc.* — Fabricants de menuiserie préfabriquée et d'installations fixes sur commande pour commerces, banques et bureaux. Recherche représentation réciproque ou commercialisation coopérative.

Franklin Estimating Systems* — Mise au point et commercialisation de

logiciels d'estimation pour industrie graphique, recherche représentation ou commercialisation coopérative.

National Applied Computer Technologies — Société créée en 1982, activité importante de R-D en réseaux de télécommunication. Intéressée à une coentreprise pour exploiter le marché canadien ou partager la mise au point de technologie et de produit.

Powder River Inc.* — Fabricant de matériel pour manutention du bétail, intéressé à aide à la commercialisation sur marché canadien ou à représenter produits canadiens sur marché américain.

The Pro Image* — Vente au détail de produits sous licence d'équipes sportives professionnelles et collégiales, comme casquettes, manteaux, souvenirs. Intéressée à tenir des produits canadiens ou créer des liens avec sociétés canadiennes du même domaine.

State Brass Foundry and Machine — Fonderie de laiton, fer et cuivre, spécialisée dans moulage du cuivre et par centrifugation pour machinerie minière et équipement lourd. Intéressée à représenter société canadienne offrant roulements et bagues de bronze, ou à alliance pour fabrication de moulages de cuivre par centrifugation.

Services à des sociétés canadiennes

Deseret World Trade — S'occupe de création d'entreprise, en particulier dans secteurs de technologie de pointe, et d'entreprises en Europe de l'Est dans domaines du logement, transformation d'aliments, volaille et soja, échanges commerciaux pour des devises fortes et aménagement portuaire en mer Noire. Travaille également à l'aménagement portuaire de Dubay. Recherche des liens de financement, sous forme de capital-risques, de prêts ordinaires et de crédit-bail de matériel.

Multiling International Inc. — Spécialiste de la traduction, de l'adaptation locale et de l'essai de logiciels.

(Voir page 11 : Les alliances)

Les alliances stratégiques : Utah *(suite de la page 10)*

Recherche grandes entreprises avec service interne de traduction. Envisage d'implanter bureau de vente au Québec.

SISCOM — S'occupe de promotion et distribution de produits au Mexique depuis 23 ans, peut fournir grande variété d'information et d'aide à entreprises canadiennes intéressées au marché mexicain. Bureaux à Salt Lake City, Mexico et Cuernavaca.

L'expansion du bureau/ du marché au Canada

Century Software — Créateurs de TERM, logiciel de communication asynchrone et en réseau pour support

DOS, Windows et Unix, permettant la communication par modem et par sortie série en réseau entre n'importe quels systèmes informatiques. Compte actuellement quatre distributeurs au Canada, mais aimerait communiquer avec revendeurs de produits modifiés.

Taras Linguistic System — Programme interactif multimédia de formation linguistique pour marché de détail. Lancé au COMDEX 92. Versions DOS et Macintosh. Travail en cours sur version pour étudiants universitaires. Contrat en négociation au Japon. Recherche partenaire, peut-être revendeur de produits modifiés, pour

réaliser version locale du logiciel et le distribuer.

Wordperfect Corporation — Producteur de premier plan de logiciels de traitement de texte. Liens particulièrement étroits avec Borland et Apple, mais également des alliances stratégiques avec IBM, Adobe et d'autres. Intéressée à étendre ses activités au Canada, d'abord pour canadianiser des fonctions de commercialisation et de service, mais pourrait envisager l'élaboration de logiciels.

** L'astérisque désigne société qui a manifesté son intérêt par écrit, mais n'a pas pu assister à l'entrevue.*

D'une valeur de plusieurs milliards \$

Singapour : des appels d'offre dans le secteur de l'électricité

Le gouvernement de Singapour a lancé plusieurs projets d'envergure visant à accroître la capacité de son réseau électrique - auquel les entreprises canadiennes peuvent soumissionner - afin de satisfaire la demande croissante d'électricité. La Singapore Public Utilities Board (PUB) va dépenser 10,6 milliards \$ de Singapour pour augmenter la capacité des actuelles centrales électriques, poser de nouvelles lignes de transport et de distribution d'énergie et améliorer celles qui existent déjà, construire de nouvelles sous-stations et renouveler le matériel de transport.

La capacité de production actuelle de la PUB est de 4 073 mégawatts (MW), alors qu'elle était de 1 990 MW il y a douze ans. Lorsque l'agrandissement d'une centrale existante sera terminé d'ici la fin de 1993, la capacité totale du pays sera portée à 4 513 MW.

À la mi-mai, la PUB a annoncé le projet de construction de la centrale électrique de Tuas au coût de 8 milliards de dollars de Singapour, qui sera effectuée en quatre phases. La centrale, qui se composera de huit unités de 600 MW chacune, doublera l'alimentation électrique disponible à Singapour. La

première unité entrera en fonction en 1998 et la dernière, en 2005.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont votre entreprise peut être appelée à soumissionner en vue de fournir des produits et services dans le cadre de ces projets, ou pour obtenir des renseignements d'ordre général sur

l'exportation vers Singapour, communiquer avec Jim Feir, délégué commercial, ou Michelle McCormack, deuxième secrétaire, haut-commissariat du Canada, 80, Anson Road, IBM Towers, 14th floor, Singapore 0207. Tél. : (011-65) 225-6363. Fax : (011-65) 225-2450.

L'Arabie saoudite offre des débouchés dans le secteur pétrochimique

Selon un bref rapport de notre mission à Riyad, les nouveaux projets dans les secteurs de la pétrochimie et du raffinage de l'Arabie saoudite continuent de faire du royaume l'un des plus importants marchés pour les exportateurs canadiens, surtout pour ceux qui sont audacieux et persévérants.

Compte tenu de l'expansion rapide du secteur pétrochimique, la Saudi Arabian Basic Industries Corporation (SABIC), en collaboration avec des intérêts privés, doit investir plus de 2,5 milliards \$ US dans de nouvelles usines pétrochimiques et chimiques.

L'objectif de la SABIC consiste à accroître de 50 p. 100 la capacité de production totale de tous les produits d'ici le milieu des années 90.

C'est un organisme d'État, le Saudi Industrial Development Fund, qui fournira la plupart des fonds consacrés à ces projets.

Les entreprises canadiennes intéressées peuvent obtenir plus de précisions en s'adressant à S. Wilson, deuxième secrétaire (commerce), ambassade du Canada à Riyad. Tél. : (011-966-1) 488-2288. Fax : (011-966-1) 488-0137.

De plus en plus de salons commerciaux ont lieu en Inde...

Le haut-commissariat du Canada à New Delhi a communiqué la liste suivante de foires commerciales qui pourraient intéresser des entreprises canadiennes.

INTERNATIONAL SECURITY EXHIBITION (ISE'93) - du 1^{er} au 5 septembre - Pragati Maidan, New Delhi. Cette foire offrira d'excellentes possibilités aux fabricants, exportateurs, importateurs, technologues et entreprises oeuvrant dans le domaine de l'équipement et du matériel de sécurité. Environ 200 entreprises de l'Inde et d'autres pays doivent y participer. Communiquer avec le Manager, India Trade Promotion Organization, Pragati Maidan, New Delhi 110 001. Tél. : 3319754. Fax : 91-11-3317896. Télex : 031-61022/61311.

GARTEX 93 : Foire et conférence internationales sur les machines, les textiles et les accessoires servant à la confection de vêtements - du 15 au 18 octobre, Pragati Maidan, New Delhi. Tenue l'année dernière à Bombay, Gartex a attiré plus d'une centaine d'exposants venant de 10 pays et plus de 13 500 visiteurs. Communiquer avec Multi Media Marketing Co. (India) PVT Ltd., A-16 Naraina, Phase II, New Delhi 110 028. Tél. : 570-4234, 570-4450. Fax : 570-0644. Télex : 031-77122 META IN.

BROADCASTING, CABLE AND SATELLITE INDIA '93 - du 25 au 28 octobre - Pragati Maidan, New Delhi. C'est la première foire du genre à se tenir en Inde. Les organisateurs prévoient attirer 150 exposants de 30 pays. La conférence de trois jours portera sur les tendances de la radiodiffusion, les nouvelles technologies et les radiodiffuseurs du secteur privé. Communiquer avec Exhibitions India, E-6 Defence Colony, New Delhi 110 024. Tél. : 91-11-462-2710. Fax : 91-11-463-3506. Télex : 031-74093 BEHL IN.

QUALITY INDIA'93 - Première foire indienne sur la qualité - du 1^{er} au 4 novembre - Bangalore. Cette foire va attirer des acheteurs actuels et éventuels de matériel et de services de qualité de tous les secteurs de l'industrie indienne. Elle offrira également un environnement approprié en vue de l'exposition de produits et de services relatifs à la qualité et une occasion unique de rencontrer des intervenants internationaux et indiens dans le domaine de la commercialisation. Communiquer avec The Secretary, CII, 23,26 Institutional Area, Lodi Road, New Delhi 110 003. Tél. : 4629994/4626164/4624620. Fax : 91-11-4633168/4626149. Télex : 031-66655/65401 AIEI IN.

THIRD WORLD CONFERENCE

AND GENERAL ASSEMBLY OF THE AIRPORTS ASSOCIATION COUNCIL INTERNATIONAL - du 7 au 10 novembre - New Delhi. Communiquer avec M. K.P.S. Srivastava, Secretary AACI-ASIA, Institute of Aviation Management, International Airports Authority of India, Gurgaon Road, New Delhi 110 037. Tél. : 545-2307, 545-2674. Fax : 687-2951. Télex : 031-72613 IAAI IN.

INDIA INTERNATIONAL TRADE FAIR 1993 (ITF'93) - du 14 au 25 novembre - Pragati Maidan, New Delhi. Communiquer avec le General Manager, ITPO, Pragati Maidan, New Delhi. Tél. : 3317601, 3319754, 3319815. Fax : 3318142, 3320855. Télex : 031-61022/61311 ADEP IN.

...comme en Chine...

Les entreprises qui voudraient explorer les débouchés commerciaux offerts par la République populaire de Chine trouveront sans doute utile d'assister à l'un des événements suivants (non parrainés par AECEC), voire d'y exposer leurs produits.

Pour des renseignements complémentaires sur ces expositions, prière de s'adresser au représentant canadien des organisateurs : Willie S. Zhu, président, 672, avenue Manning, Toronto. Tél. : (416) 516-2234. Fax : (416) 588-7668.

Beijing - Exposition internationale 1993 des transports — du 1^{er} au 6 septembre 1993. L'amélioration du réseau de transport de la Chine est un objectif important des dirigeants chinois. L'exposition s'intéressera à trois secteurs : (1) chemins de fer, chemins de fer souterrains et réseau ferroviaire léger; (2) technologie du transport terrestre, génie des routes et génie des véhicules à moteur; (3) gestion des ports et des canaux et génie maritime.

Les organisateurs espèrent attirer les

dirigeants de l'industrie qui s'intéressent à des coentreprises, à des consortiums et à des travaux de coordination.

Shenzhen — Exposition internationale 1993 d'équipements de menuiserie et d'ouvrages de pierre — du 12 au 16 novembre 1993. On s'attend à une croissance vertigineuse pour plusieurs régions de la Chine. L'utilisation de produits de pierre et de bois dans les travaux de décoration et de construction dépassera largement ce que les Chinois peuvent produire. Les Chinois voudraient que des fournisseurs, des distributeurs, des agents et des grossistes participent à cette exposition. Ils espèrent aussi se procurer des technologies et des équipements de pointe dans ce domaine.

Shenzhen — Exposition internationale 1993 de l'industrie alimentaire — du 22 au 26 novembre 1993. Cette exposition, vitrine d'un large éventail d'aliments, de boissons, ainsi que de

(Voir page 13 — La Chine)

...comme en Chine...

(Suite de la page 12)

machines et d'équipement liés à l'alimentation, a lieu dans l'une des zones économiques spéciales les plus dynamiques de la Chine, une zone qui constitue un immense marché pour les équipements alimentaires et les équipements de restauration.

Beijing — Exposition internationale 1993 de l'industrie des équipements de production et des matériaux de construction décoratifs — du 23 au 27 novembre 1993 — Cette exposition s'intéressera aux nombreux secteurs très dynamiques des industries chinoises du

bâtiment, de la décoration intérieure et des matériaux décoratifs.

Les fournisseurs, les fabricants, les agents et autres négociants industriels sont invités à découvrir les possibilités que laisse entrevoir la croissance remarquable de ces secteurs.

De nombreux hôtels, immeubles administratifs et appartements doivent être modernisés d'après les normes internationales. Il faut signaler aussi les gigantesques travaux immobiliers, stimulés par 6 milliards \$US d'investissements étrangers.

Les matériaux décoratifs sont en demande, notamment le verre, les acces-

soires de plastique, le papier peint, les produits d'aluminium, les ouvrages en pierre, les articles de menuiserie et divers types de produits pour salle de bain et cuisine.

Beijing — Exposition internationale 1993 des techniques de préservation et des équipements de traitement pour les céréales et les viandes — du 25 au 29 novembre 1993 — Cette exposition a été organisée pour aider la Chine — grâce à l'adoption de techniques et de machines agricoles plus avancées — à nourrir son énorme population.

...et encore en Corée

Le Korea Trade Centre, une agence officielle du gouvernement coréen dont la mission est de promouvoir les échanges commerciaux entre la Corée et le Canada, estime qu'il pourrait être intéressant pour des sociétés canadiennes d'assister ou de participer aux foires commerciales suivantes :

• **Exposition internationale d'instruments de Séoul** — Du 21 au 25 septembre 1993 — L'exposition permet à tous les fabricants d'instruments de faire connaître leurs produits parmi lesquels figurent notamment l'équipement de mise à l'essai, de mesure, d'analyse et de dépistage; les dispositifs de commande et l'équipement optique.

• **Foire internationale d'articles de bureau à Séoul** — Du 30 octobre au 2 novembre 1993 — Cette foire fait une

grande place aux nécessaires de correspondance, au matériel d'artiste, aux fournitures de bureau et autres objets associés à l'industrie des articles de bureau.

À la foire de l'année dernière, 142 fabricants représentant 12 sociétés différentes ont eu l'occasion de présenter leurs produits à quelque 2 000 acheteurs qualifiés; les ventes conclues ont alors totalisé 20 millions de dollars canadiens.

En 1992, les importations coréennes d'articles de bureau ont atteint les 155 millions de dollars canadiens. Comme les prévisions pour cette année indiquent une augmentation du volume des importations, les sociétés canadiennes pourraient sans doute profiter des avantages qu'offre ce marché.

• **Foire internationale du cadeau, de la mode, des bijoux et des accessoires à Séoul** — Du 30 octobre au 2 novembre 1993 — En vedette, des produits tels que les ustensiles de cuisine, les objets décoratifs pour la maison, les objets de cuir, la céramique, les jouets, les montres et l'artisanat.

Étant donné que les principaux acheteurs de la région se rendront à cette foire, les entreprises canadiennes ont là une occasion unique d'introduire leurs produits haute de gamme sur le marché coréen, qui se montre de plus en plus friand d'objets de style occidental.

Veillez vous adresser au Korea Trade Centre (Toronto), C.P. 9, pièce 600, 65 Queen Street West, Toronto, M5H 2M5. Tél. : (416) 368-3399. Fax : (416) 368-2893.

Casablanca :

Un salon pour les sociétés du secteur des mines et de l'énergie

Casablanca - Les entreprises canadiennes ont l'occasion de participer au **Salon international des mines et de l'énergie (MINERGIE 93)**, qui se tiendra du 1^{er} au 5 décembre 1993 dans cette ville marocaine.

Ce salon est un carrefour international où se rencontrent les spécialistes du

domaine afin d'échanger des idées et d'exposer les innovations technologiques, les produits et les services reliés aux mines et à l'énergie.

Les entreprises et les organismes intéressés à prendre part à cette manifestation sont invités à s'adresser directement à l'Office des foires et expositions

de Casablanca, 11, rue Boukraa, Casablanca (Maroc). Tél. : (212-2) 22-28-13. Fax : (212-2) 26-49-49, ou encore à la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Rabat (Maroc). Tél. : (011-212-7) 77-28-80. Fax : (011-212-7) 77-28-87

Un secteur en hausse aux É.U. : l'environnement

Des foires portant sur les produits environnementaux auront lieu dans différentes villes des États-Unis entre août et octobre 1993. En voici la liste accompagnée d'une brève description.

Pour plus de détails, prière de s'adresser à Donald Marsan, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 944-9478. Fax : (613) 944-9119.

Solid Waste Association of North America — San Jose, Californie, du 2 au 5 août 1993. Le salon met à l'honneur les fabricants et les distributeurs d'équipement de manutention des déchets solides, de camions et de carrosseries, de compacteurs de décharges, d'incinérateurs, ainsi que les services de consultants. Foire nationale; 250 exposants. On y attend des ingénieurs municipaux, des transporteurs de déchets et des ingénieurs urbanistes.

American Public Works Association - International Public Works Congress & Expo P — Phoenix, Arizona, du 18 au 23 septembre 1993. Le salon accueillera des exposants d'équipement et de machines pour les travaux publics : machines de voirie, véhicules de voirie, systèmes de ramassage des déchets solides, services de maintenance, approvisionnement en eau

et services d'entretien des édifices et des terrains. Salon international; 350 exposants. Y sont attendus quelque 10 000 professionnels des travaux publics, des administrations publiques locales, étatiques et fédérale.

Instrument Society of America, Instrument International Automation Conference & Exhibition — Chicago, Illinois, du 19 au 24 septembre 1993. Cette foire portera principalement sur les appareillages et les systèmes de commande automatique. Foire internationale; 600 exposants. On y attend 30 000 professionnels, chefs d'entreprises et PDG de tous

les secteurs de l'industrie et des services ainsi que des représentants des administrations fédérale, étatiques et locales.

Water Environment Federation — Anaheim, Californie, du 3 au 7 octobre 1993. Équipement de traitement des déchets municipaux et industriels, et équipement de manutention, de traitement et d'élimination des déchets dangereux. Foire nationale; 300 exposants. On y attend des ingénieurs, des responsables de la gestion des déchets municipaux et industriels, des responsables municipaux, des cabinets de consultants et des entrepreneurs.

Avis aux industries du secteur de la navigation de plaisance

Amsterdam — Depuis son lancement il y a environ cinq ans, le **Marine Equipment Trade Show (METS)** connaît une réussite commerciale rehaussée en grande partie par sa politique de n'accepter que des visiteurs de l'industrie. **METS 93**, qui aura lieu du 16 au 18 novembre, représente le lieu idéal pour la commercialisation et la vente de matériel, de systèmes, de services, de matériaux et d'accessoires auprès de l'industrie et des revendeurs

européens du secteur de la navigation de plaisance.

Pour plus de détails sur **METS 93**, en vue duquel on recrute déjà des participants canadiens, communiquer avec Gaston Thompson, Foires et missions commerciales - Europe, Direction de l'expansion du commerce, Affaires extérieures et commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : 992-7001. Fax : (613) 995-6319.

Batimat, une expérience "constructive" pour le secteur du bâtiment

Porte de Versailles/Villepinte — Le plus important salon mondial destiné aux secteurs du bâtiment et de la construction, **Batimat 93**, aura lieu dans les centres d'exposition de la Porte de Versailles et de Villepinte du 9 au 14 novembre 1993 et offrira une superficie d'exposition encore plus vaste que lors des éditions antérieures.

Une fois de plus, le Canada y exploitera un stand national pour lequel le recrutement est actuellement en cours.

Lors du dernier salon, en 1991, 500

exposants avaient vu leur demande de participation rejetée en raison de la superficie insuffisante des locaux. Cela ne se produira pas cette année. On a augmenté de 73 000 mètres carrés la superficie d'exposition, ce qui porte la superficie totale disponible à 170 000 mètres carrés.

En 1991 encore, **Batimat** a attiré 633 202 visiteurs, dont 9% en provenance de quelque 143 pays.

Les exposants professionnels qui participeront à **Batimat 93** présenteront une

vaste de gamme de produits et services liés aux domaines du bâtiment et de la construction, dont des accessoires, des articles sanitaires, des articles de carrelage et des boiseries, des organes d'assemblage et des produits verriers, de l'outillage d'atelier, des revêtements de sol et des revêtements muraux, des matériaux de pavage et de la pierre.

Communiquer avec Gaston Thompson, Direction de l'expansion du commerce (RWTF), AECEC. Tél. : (613) 992-7001. Fax : (613) 995-6319.

*Franchisage, photographie et sports :***Les salons brésiliens couvrent plusieurs domaines**

Exposer aux foires commerciales de Sao Paulo, au Brésil, constitue un moyen rentable de rejoindre les acheteurs — autant ceux du Brésil que ceux des pays avoisinants d'Amérique du Sud. Dans la foulée des programmes de libéralisation des échanges du Brésil, les foires commerciales de Sao Paulo attirent maintenant un nombre croissant d'exposants étrangers et de visiteurs. Sao Paulo, lieu de rencontre des gens d'affaires qui s'intéressent aux marchés sud-américains, accueille les foires commerciales spécialisées les plus importantes d'Amérique du Sud. Les foires suivantes offrent aux sociétés canadiennes de bonnes occasions de commercialiser leurs produits et services.

FOIRE DU FRANCHISAGE ABR 1993 — Du 6 au 8 août 1993 — La deuxième édition de cette foire com-

merciale d'une industrie en rapide expansion réunira des sociétés de franchise provenant de plusieurs secteurs, dont le tourisme et l'hôtellerie, le nettoyage et l'entretien, l'alimentation et la restauration, la santé et la beauté, et l'enseignement. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Guazelli Associados, Sao Paulo. Fax : (55-11) 885-9589.

EXPOFOTO 93 — Du 9 au 12 septembre 1993 — Avec 40 000 photographes professionnels et environ 15 millions d'amateurs et des ventes totales d'un milliard \$US, le Brésil représente le plus grand marché de la photographie d'Amérique latine. Au cours de l'édition 91 de ce salon, plus de 100 exposants avaient accueilli 22 000 visiteurs. Parmi les produits qui seront exposés à la foire de 1993, on compte le

matériel et les accessoires de photographie pour les laboratoires professionnels et les mini-laboratoires, le matériel de studio, les éléments optiques et le matériel pour le développement photographique, le traitement numérique d'images photographiques et la préservation photographique.

Les sociétés intéressées sont priées de communiquer directement avec Alcantara Machado, Feiras e Expocoes, Sao Paulo. Fax : (55-11) 826-1678.

SALON INTERNATIONAL DU SPORT — 3 au 7 novembre 1993 — Il s'agira de la première édition d'un salon latino-américain spécialisé en articles et équipements sportifs. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Saller & Associados, Sao Paulo. Fax : (55-11) 257-1361.

AU CALENDRIER

Des séminaires pan-canadiens — A la mi-septembre, des séminaires d'une demi-journée se tiendront dans cinq villes canadiennes, traitant des créneaux et stratégies pour la vente de produits et services en informatique au gouverne-

ment fédéral américain. M. Terry Kelly, spécialiste en marketing informatique et à l'emploi du gouvernement américain, donnera un exposé. Pour renseignements sur les dates endroits, pro-

grammes et inscriptions, communiquer avec Doreen Conrad aux Affaires Extérieures, fax : (613) 944-9119; ou encore avec Judy Bradt, Washington, DC, fax: (202) 682-7619.

À Singapour, les organisateurs vous offrent trois expositions en une

Singapour — Les organisateurs de l'exposition **ChemAsia/Instrument-Asia/AnaLabAsia (CIA 93)**, qui aura lieu à Singapour du 4 au 7 octobre 1993, sont sûrs que l'événement obtiendra le même succès que sa dernière édition de 1991.

L'exposition a attiré 10 555 visiteurs, dont 36% venaient de l'extérieur de Singapour. Ces visiteurs constituaient un échantillon représentatif des industries visées : pétrole et gaz, transformation des produits chimiques, électro-

que, instrumentation, mesurage et contrôle, techniques de laboratoire et techniques d'analyse, transformation des aliments et fabrication générale.

Considérée par les exposants comme un moyen économique d'atteindre la clientèle qu'ils visent, **CIA 93** aura lieu en même temps que l'exposition **EnvironmexAsia/WatermexAsia 93** — une exposition qui porte sur la gestion de l'eau et de l'environnement et dont la dernière édition remonte à février 1992.

Singapour, de dire les organisateurs de l'exposition, est bien placé pour organiser l'exposition CIA 93, étant donné ses excellents antécédents et sa réputation en matière de gestion de l'environnement.

Pour s'inscrire à l'exposition CIA 93, prière de communiquer avec le représentant canadien de l'organisateur, M. Derek Complin, UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

PUBLICATIONS

La publication récente de *Penetrating the U.S. Environmental Market : Prospects and Strategies for Canadian Consulting Engineers* a pour objet essentiel de guider les entreprises canadiennes qui ont moins d'expérience que leurs homologues plus importantes, déjà actives sur le marché américain.

Semblable à un rapport paru en février 1992, concernant les débouchés sur la côte est des États-Unis, cette dernière étude, plus approfondie et de plus grande portée, est axée sur les possibilités qui existent sur la côte ouest.

Le marché américain de l'environnement, dont les dépenses s'élèvent à environ 130 milliards \$ par an, a connu une croissance d'environ 11% en 1991. On prévoit que les dépenses dans ce secteur passeront du niveau actuel de 1,8% du produit intérieur brut (PIB) à près de 3% en l'an 2000.

Les 12 chapitres de l'étude portent notamment sur les sujets suivants : les questions de responsabilité et de législation; les leçons tirées de l'expérience (études de cas); la préparation nécessaire pour pénétrer le marché américain; les points de vue des secteurs public et privé américains; et les conseils provenant de sources canadiennes.

L'étude a été préparée par la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et l'Association des ingénieurs-conseils du Canada.

On peut se procurer des exemplaires de l'étude en s'adressant à Daniel Matko, de l'Association : 616-130, rue Albert, Ottawa K1P 5G4. Tél. : (613) 236-0569. Fax : (613) 236-6193.

Pour obtenir des renseignements sur l'exportation des services aux États-Unis, s'adresser à Doreen Conrad, UTO, AECEC. Tél. : (613) 944-9440. Fax : (613) 944-9119.

Contrats de l'administration fédérale américaine

Les entreprises canadiennes désireuses de présenter une soumission à l'administration fédérale américaine à la suite de demandes de soumissions trouveront de l'information à cet égard dans *Your U.S. Federal Solicitation: A Guide for Canadian Firms*.

Non seulement cette brochure de 35 pages présente-t-elle les éléments habituels des demandes de soumissions lancées par l'administration américaine, mais elle met aussi en évidence les questions déterminantes pour les entreprises canadiennes et explique les avenues que peuvent envisager les soumissionnaires canadiens au moment de formuler leurs propositions.

En outre, ce guide signale certains problèmes éventuels et aide les entreprises canadiennes à s'assurer que leurs soumissions sont pleinement recevables, car on rejette systématiquement les soumissions irrecevables. Il leur permet de mieux rivaliser pour l'obtention des contrats attribués par l'administration fédérale américaine.

Une deuxième publication, intitulée *Opportunities in U.S. Federal Contracts: A Guide for Architectural and Engineering Firms*, explique la procédure de passation des marchés adoptée par l'administration des États-Unis dans les domaines de l'architecture et du génie.

Pour obtenir un exemplaire de ces guides, on peut s'adresser à M^{me} Doreen Conrad, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Fax : (613) 944-9119 ou à Mme Judy Bradt, Ambassade du Canada, Washington. Fax : (202) 682-7619.

La deuxième édition de l'ouvrage intitulé *Services de transport entre le Canada et le Mexique (49LA)*, qui coïncide avec l'élargissement des débouchés pour les exportateurs canadiens au Mexique, décrit les différents moyens de transport reliant les deux pays.

On y trouve des renseignements descriptifs et statistiques sur le commerce entre le Canada et le Mexique; une analyse du réseau de transports entre les deux pays, par moyen de transport; une liste des entreprises de transport exploitant des routes entre le Canada et le Mexique et un aperçu des changements importants que l'Accord de libre-échange nord-américain apportera à l'industrie du transport.

CanadExport
interrompt ses activités
pour la période
estivale.

Le prochain numéro
de **CanadExport**
sera publié
le 1^{er} septembre 1993.

InfoExport

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

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

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

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

DOCS
A1
A
16f
. 11
ep 1,
993
copy 2

CANADEXPORT

Vol. 11 N° 14

1^{er} septembre 1993

Coup d'envoi en octobre

AUG
AOUT 20 1993

Le Mois du commerce salue et appuie les exportateurs

Chaque année, en octobre, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) met en relief l'importance du commerce international, et particulièrement des exportations, pour l'économie canadienne. À la faveur d'une série d'activités menées à bien

dans l'ensemble du pays, le Mois canadien du commerce extérieur du Canada (MCCE) célèbre les succès à l'exportation de sociétés canadiennes et encourage les entreprises à s'intéresser activement aux possibilités d'échanges internationaux.

La première grande manifestation du MCCE consiste en la remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne le 4 octobre, à Vancouver (Colombie-Britannique). M. Tom Hockin, ministre du Commerce extérieur, présentera cette année les prix pendant le cinquantième congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens.

Le programme VisionExport, l'autre grand centre d'intérêt du MCCE, offre aux exportateurs canadiens une occasion unique de se renseigner sur des débouchés éventuels dans toutes les régions du monde sans avoir à quitter leur ville.

Les entreprises qui exportent déjà ou celles qui souhaitent le faire peuvent obtenir des informations précieuses des experts en commerce international d'AECEC qui se déplaceront dans les principales agglomérations urbaines du Canada pour y avoir des entretiens en tête-à-tête et y animer des colloques.

Grâce au volet «promotion» du programme VisionExport, des délégués commerciaux et des lauréats de Prix d'excellence à l'exportation canadienne se rendront dans d'autres centres industriels pour y discuter avec des représentants d'entreprises locales des tenants et aboutissants de l'exportation.

(Voir autres articles en page 2)

L'Association des exportateurs canadiens célèbre ses 50 ans de service

Tous les exportateurs et toutes les personnes que l'exportation intéresse voudront marquer les dates des 3, 4 et 5 octobre 1993 sur leur calendrier.

L'Association des exportateurs canadiens célébrera alors son 50^e anniversaire à l'occasion de son congrès annuel à Vancouver.

Le congrès s'ouvrira, le 3 octobre, sur une «Fantaisie Asie-Pacifique» parrainée par la Banque de Montréal. Les délégués seront alors transportés sur la place d'un marché de la région du Pacifique, par la magie des couleurs, des sons, des odeurs et des saveurs.

Programme du 4 octobre

La première séance plénière du 4 octobre, qui aura pour thème **L'impératif en matière de concurrence : comment survivre et prospérer à l'échelle internationale**, mettra l'accent sur la mondialisation du commerce dans le «village planétaire».

La deuxième séance plénière portera sur les **Accords commerciaux multilatéraux et régionaux : harmo-**

nie ou conflit?

Des orateurs de renom se demanderont si les principaux accords commerciaux et économiques régionaux conclus ces dernières années en Europe, en Amérique latine, en Asie-Pacifique et

ailleurs menacent le système commercial multilatéral négocié à grand-peine au fil des ans dans le cadre de

l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT).

La note dominante sera l'allocution du premier ministre de la Colombie-Britannique, **M. Michael Harcourt** à l'heure du déjeuner, laquelle sera suivie d'une série de sessions parallèles portant sur de nombreuses questions intéressant les exportateurs.

La **formation en exportation** traitera de nouvelles initiatives visant à faciliter l'acquisition de connaissances et de formation et à instaurer une «mentalité internationale» au Canada.

Les **Études de cas stratégiques** porteront sur l'aspect pratique des exportations.

(Voir page 4 : AEC)

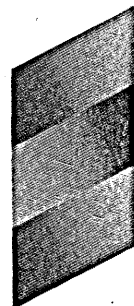
SUPPLÉMENT MEXIQUE :

voir pp. 5-8

DANS CE NUMÉRO

<i>Débouchés commerciaux</i>	3
<i>Foires commerciales de Panama City à Paris</i>	9-10
<i>Au calendrier</i>	11
<i>Publications</i>	12

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Prix d'excellence à l'exportation : Comment participer

C'est un comité de représentants d'entreprises qui choisit les lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne en fonction de leurs trois dernières années d'activité et des éléments suivants :

- le volume de leurs ventes à l'exportation;
- les succès remportés sur les plans de l'offre de nouveaux produits et services sur les marchés mondiaux;
- leur capacité de conserver leur part de marché malgré l'âpreté de la concurrence.

Depuis 11 ans, 148 lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne ont été choisis parmi plus de 2 000 candidats. Les entreprises choisies proviennent d'une extrémité à l'autre du pays et leurs produits vont de l'équipement perfectionné de télécommunications à des jouets novateurs.

(Vous trouverez la liste complète des lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne de 1993 dans le numéro de la mi-octobre de **CanadExport**.)

Pour obtenir des renseignements sur la façon de poser sa candidature à ces Prix d'excellence, veuillez communiquer avec Beverly Hexter, tél. : (613) 996-2274; fax: (613) 996-8688.

Le monde à portée de la main

Êtes-vous un exportateur ou un éventuel exportateur canadien qui souhaite parfaire sa connaissance d'un des secteurs industriels suivants?

- Poisson;
- Produits et services de soins de santé;
- Équipement et techniques industriels et électriques;
- Équipement et services d'extraction minière;
- Agro-alimentaire.

Si c'est le cas, vous ne voudrez pas manquer VisionExport en octobre et en novembre.

Voilà une magnifique occasion de vous renseigner sur des marchés d'exportation précis auprès des gens qui les

connaissent le mieux : les agents commerciaux qui travaillent à l'étranger au service des entreprises canadiennes.

VisionExport sera présentée du 18 au 22 octobre et fera escale à St. John's, à la baie de Fundy, à Charlottetown, Halifax, Moncton, Montréal, Toronto, Sudbury, Winnipeg, Saskatoon, Calgary et Vancouver. Du 18 au 28 novembre, des agents commerciaux oeuvrant dans le secteur agro-alimentaire seront de passage au Canada pour y tenir d'autres rencontres.

Les exportateurs canadiens peuvent réserver une période pour des entretiens en communiquant avec le Centre de commerce international de leur région.

• CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL •

COLOMBIE-BRITANNIQUE (comprenant le Territoire du Yukon)

Vancouver
Tél. : (604) 666-0434
Fax : (604) 666-8330

ALBERTA (y compris les Territoires du Nord-Ouest)

Edmonton
Tél. : (403) 495-2944
Fax : (403) 495-4507

Calgary
Tél. : (403) 292-6660
Fax : (403) 292-4578

SASKATCHEWAN

Saskatoon
Tél. : (306) 975-5315
Fax : (306) 975-5334

MANITOBA

Winnipeg
Tél. : (204) 983-8036
Fax : (204) 983-2187

ONTARIO

Toronto
Tél. : (416) 973-5053
Fax : (416) 973-8161

QUÉBEC

Montréal
Tél. : (514) 283-8185
Fax : (514) 283-8794

NOUVEAU-BRUNSWICK

Moncton
Tél. : (506) 851-6452
Fax : (506) 851-6429

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Charlottetown
Tél. : (902) 566-7400
Fax : (902) 566-7450

NOUVELLE-ÉCOSSE

Halifax
Tél. : (902) 426-7540
Fax : (902) 426-2624

TERRE-NEUVE

St. John's
Tél. : (709) 772-5511
Fax : (709) 772-2373

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : **CANADEXPORT** (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

CHINE (République populaire de)

— Une société commerciale de calibre international cherche un partenaire canadien pouvant lui procurer, en Chine, la **technologie de production, le matériel, les ingrédients et les recettes nécessaires à la fabrication d'additifs alimentaires visant à accélérer la croissance et à réduire la durée de la période de reproduction de la volaille et du bétail.**

Le partenaire peut choisir de vendre à l'entreprise

sa technologie et son matériel ou de fonder une coentreprise. On est prié de communiquer avec M. Li Dong, à Shanghai (Chine), au n° (011-86) 21-2584882, ou avec Mme Sally Wai, de Camrose Enterprises Ltd., à l'adresse suivante : 101-8898 Heather Street, Vancouver, Colombie-Britannique, V6P 3S8. Tél. : (604) 325-8368. Fax : (604) 325-8367.

CHINE (République populaire de)

— La China National Automotive Industry Corporation s'intéresse à l'achat de chaînes de fabrication « usagées » et, notamment, de **chaînes de fabrication de moules à injection d'air** (le bac devra posséder les dimensions suivantes : 1 400 x 1 000 x 30; le taux de production devrait être de 60 à 100 unités par jour), de **chaînes de fabrication de moteurs à essence de 2,2 litres et 4 cylindres** (d'une capacité de production annuelle de 200 000 unités), de **chaînes de fabrication de silencieux pour utilitaires légers**, et enfin de **matériel usagé dans le domaine de la production automobile**. On est prié de communiquer avec M. Liu Jian Dong, directeur de la China National Automotive Industry Corporation, Service de la planification, 16, rue Fuxingmenwai, Beijing, 100860, Chine. Tél. : (861) 3271943. On peut également

communiquer avec M. Steven Zuo, de la Silu Trading Corporation Ltd., 207, Queen's Quay West, bureau 822, C.P. 109, Toronto (Ontario), M5J 1A7. Tél. : (416) 368-0881. Fax : (416) 368-3312.

RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE

— Les entreprises désirant conclure des **accords de coentreprise/cession de licence** ou cherchant à établir des services commerciaux en Chine peuvent communiquer avec le Shanghai Science and Technology Consultant Service Centre (SSTCOSC), dont le

siège est au 47 Nan Chang Road, à Shanghai, et qui reçoit l'appui du gouvernement. (Responsable : M. Rong Jian-ying, Département de la coopération internationale. Fax : 011-86-21-3721216). Le contact canadien est M. Simon Gong, gestionnaire, PacCanada Consulting, 1531 Foster Avenue, Coquitlam (Colombie-Britannique) V3J 2N3. Tél. : (604) 936-0187. Fax : (604) 936-5823.

PAYS-BAS — Une entreprise hollandaise désire devenir le **distributeur**, pour toute la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg, de fournisseurs canadiens d'équipement et d'accessoires relatifs aux **activités de plein air** telles que le **camping, la marche, la randonnée de haute montagne, l'alpinisme et le canotage**. (Les jeux de ballon, les autres jeux et la pêche sont exclus). S'adresser à M. Chris Page-Jones, président, Page-Jones Marketing and Management, C.P. 2142, 4800 CC Breda, Pays-Bas. Tél. : (011-31-76) 229191. Fax : (011-31-76) 217880.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société ayant son siège à Auckland et possédant des droits de distribution pour l'ensemble de la Nouvelle-Zélande recherche des fournisseurs de divers produits qu'elle entend vendre à des clients

dans les secteurs du bricolage, à des quincailliers et à des revendeurs. Figurent parmi les articles qui l'intéressent : **les abrasifs appliqués et liés, les outils à main, les outils électriques, l'équipement de mesurage, les adhésifs, l'équipement de soudure et les gants de sécurité**. Veuillez communiquer avec J.C. Hoyte, Carmont Distributors. Tél. : 0064-9-276-2724. Fax : 0064-9-270-0475.

Espagne (Référence FAB) — Une entreprise de Barcelone qui commercialise des câbles électriques, des câ-

bles de signalisation et de contrôle, des câbles

de transmission de l'information et de contrôle cherche à passer un accord de distribution et (ou) de commercialisation de produits semblables. Communiquer (en donnant le code de référence) avec M. René-François Désamoré, Bureau commercial, Consulat du Canada, Travessera de les Corts, 265 Entl. 1, 08014 Barcelona, Espagne. Fax : 343-410-77-55.

SUISSE — Une société suisse offre ses services de représentant aux entreprises canadiennes spécialisées dans la technologie de pointe, en particulier dans les domaines de l'optoélectronique et des télécommunications. Communiquer avec M. Jean-Jacques Goy, directeur, GMP S.A., 19, av. des Baumettes, C.P. CH-1020, Renens 1. Tél. : (41-21) 634-81-81. Fax : (41-21) 635-32-95.

TAIWAN — Une imprimerie de premier plan, qui est également active sur le marché de l'importation, souhaite obtenir du **carton** en provenance du Canada. Les fabricants/exportateurs que cette possibilité intéresse peuvent communiquer avec Jane Lee, directrice des importations, Ta-Cheng Art Print Co. Ltd., 16, Lane 62, Chung Chyn St., Taichung, Taiwan, R.O.C.. Tél. : 886-4-3756789. Fax : 886-4-3753377.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

L'AEC offre des séminaires axés sur l'exportation

Suite de la page 1

L'ALENA et le marché latino-américain - perspectives d'avenir renseignera les délégués sur les nouveaux marchés florissants d'Amérique latine, dont certains présentent déjà des possibilités considérables. De cet accord naîtra le plus important bloc commercial du monde, comprenant plus de 360 millions de consommateurs, et dont le PNB dépasse les 8 billions \$.

Une autre des sessions parallèles du congrès aura pour thème **Exportations invisibles : le secret le mieux gardé du Canada**. Des orateurs se pencheront sur l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie, celui des services, qui compte pour plus de 20% des exportations canadiennes.

La journée se terminera par une réception parrainée par la Société pour l'expansion des exportations et la présentation des **Prix d'excellence à l'exportation par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada**.

Programme du 5 octobre

Il y aura deux importantes sessions plénières à l'occasion de la deuxième journée du congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens.

Lors de la première, **Les tigres d'Asie et au-delà**, plusieurs orateurs discuteront de l'évolution de la situation dans les pays de l'Asie-Pacifique et des nouveaux débouchés dans cette région.

La dernière séance plénière sera **Le financement des exportations - tirer le maximum des ressources rares**. Des solutions à des questions de financement des exportations et d'assurances seront présentées à partir d'exemples tirés de situations réelles auxquelles sont confrontés des exportateurs effectuant de petites et de grosses transactions.

L'après-midi, il y aura un atelier pratique sur les techniques d'exportation organisé par l'Association des exportateurs canadiens. L'accent sera mis sur les méthodes d'exportation dans toutes les régions du monde et sur la logistique.

Parallèlement, en après-midi, se tiendra la séance **Vancouver, centre international**, organisée par le Centre financier international, le Centre d'arbitrage du commerce international et le Centre maritime international.

Pour obtenir de plus amples renseignements et la documentation concernant l'inscription, prière de communiquer avec Micheline Bélanger, assistante aux adhésions. Tél. : (613) 238-8888, poste 225. Fax : (613) 563-9218.

La promotion commerciale au Brésil c'est l'affaire du Consulat de São Paulo

Le Consulat général du Canada à São Paulo s'occupe désormais de toutes les activités relatives à la promotion du commerce au Brésil. Auparavant, il assurait la couverture du vaste territoire brésilien avec l'aide de l'ambassade du Canada à Brasilia. On est prié, dorénavant, d'acheminer toutes les demandes de renseignements à caractère commercial aux services de São Paulo, à l'adresse suivante :

Consulat général du Canada
Avenida Paulista, 854 - 5^e étage
01310-913 São Paulo, SP - Brésil.
Tél. : (55-11) 287-2122
Fax : (55-11) 251-5057

Le Brésil demeure un des principaux marchés d'exportation du Canada en Amérique latine. Ce marché a absorbé, en 1992, l'équivalent de 621 millions \$ en biens et services canadiens.

Les mesures récemment mises en place par le Brésil en vue de favoriser la libéralisation du commerce, et l'accroissement de la demande au chapitre des importations, ont créé de nouveaux débouchés dans un grand nombre de marchés, y compris dans le domaine des télécommunications, de l'informatique, de l'agriculture, de la protection de l'environnement, du pétrole et du gaz naturel et d'autre matériel spécialisé.

Fondation d'une chambre de commerce en Hongrie

Le 29 avril, le club commercial Canada-Hongrie se transformait en une véritable chambre de commerce. Ce changement témoigne de l'accroissement des liens commerciaux entre la Hongrie et le Canada, ainsi que de la solide implantation du club, qui compte aujourd'hui plus de 160 membres. L'ambassadeur du Canada, M. Derek Fraser, a souligné l'importance de la Chambre, en faisant observer que le Canada a investi environ 240 millions \$US en Hongrie et qu'il est aujourd'hui le sixième plus gros investisseur dans ce pays. Pour des renseignements complémentaires, communiquer avec Michael Vujnovitch, Direction de l'ex-

pansion du commerce en Europe centrale et orientale, AECEC. Fax : (613) 995-8783.

Au Guatemala, on déménage :

L'ambassade du Canada au Guatemala a emménagé à une nouvelle adresse, que voici : ambassade du Canada, 13 Calle 8-44, Zona 10, Edificio Edyma Plaza, 8 Nivel, Guatemala.

L'adresse postale de l'ambassade est la suivante : C.P. 400, Guatemala. On peut communiquer avec André Leblanc (secrétaire, affaires commerciales) ou Hugo Cerezo (agent commercial). Tél. : (502-2) 3336102. Fax : (502-2) 3336189.

Foires commerciales

Trois activités liées au commerce, organisées par la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, doivent se tenir au Mexique et en Amérique du Sud au cours des prochains mois :

TRANS EXPO 93 — 28 septembre - 1^{er} octobre 1993 — Monterrey, Mexique. Cet événement annuel bien établi, qui en est à sa troisième édition, s'adresse à l'industrie mexicaine du camionnage en expansion. (Quatre-vingt cinq % des marchandises mexicaines étant transportées par camion, tout essor découlant de l'Accord de libre-échange nord-américain se reflétera immédiatement sur cette industrie.) L'exposition vise le marché mexicain des accessoires, des pièces et des services pour camions. Communiquer avec Paul Schutte (LGT). Fax : (613) 944-0479.

COMPUMUNDO 93 — 19-22 octobre 1993 — Mexico, Mexique. Une excellente occasion d'établir des contacts avec le marché mexicain en pleine croissance du matériel informatique et des logiciels. Communiquer avec Paul Schutte (LGT). Fax : (613) 944-0479.

EXPOCORMA 93 — 23-28 novembre 1993 — Concepcion, Chili. La plus importante foire commerciale de l'industrie forestière en Amérique latine, attirant 20 000 professionnels. Lors de l'édition de 1989, 27 entreprises canadiennes ont estimé qu'elles concluraient pour 2,4 millions \$ de contrats dans les 12 mois suivant la foire. En 1991, 31 entreprises canadiennes prévoyaient réaliser des ventes de 13,645 millions \$ sur 12 mois. Communiquer avec Paul Schutte (LGT). Fax : (613) 944-0479.

CANADA EXPO 94

Objectif : multiplier les débouchés

En 1992, plus de 4 500 exportateurs ont rendu visite à la Section commerciale de l'ambassade canadienne à Mexico pour se renseigner sur les nouveaux débouchés commerciaux qui apparaissent au Mexique.

Il faut absolument établir de bons contacts si on veut s'implanter sur le marché mexicain. Or, **CANADA EXPO 94** vous offre justement la certitude de pouvoir nouer ces contacts.

Une foire d'une ampleur sans précédent

Cette foire commerciale solo, qui se tiendra du 21 au 24 mars 1994 à Mexico, constituera la dernière étape d'une vaste stratégie visant à attirer les gens d'affaires mexicains qui veulent amorcer des relations commerciales avec des Canadiens.

CANADA EXPO 94 sera «la» foire qui, en 1994, mettra le Canada en vedette au Mexique.

Cette exposition constituera la plus importante foire commerciale internationale solo jamais organisée par le Canada.

Déjà, on attend plus de 500 entreprises canadiennes à **CANADA EXPO 94**. Cette manifestation donnera aux entreprises une occasion idéale de présenter leurs produits et d'établir des contacts dans ce marché longtemps fermé de 85 millions de consommateurs. Il s'agit d'un marché où les importations ont bondi de 22% en 1992 et ont atteint près de 50 milliards \$.

Couverture médiatique

Dans les deux mois précédant la foire, 100 000 invitations seront adressées dans le cadre d'une campagne publicitaire comportant le publipostage, des messages publicitaires à la radio, à la télévision ainsi que du télémarketing. Le blitz initial sera suivi de rappels à la radio, par téléphone et par d'autres supports publicitaires. **CANADA EXPO 94** attirera des gens d'affaires mexicains

de premier plan vivement intéressés à connaître ce que le Canada a à offrir. Des agents et d'éventuels partenaires commerciaux seront représentés de façon particulièrement massive à la foire, parce qu'ils sont pratiquement incontournables lorsqu'on veut réussir une implantation commerciale au Mexique.

Les affaires à la mexicaine

Au Mexique, les entreprises comptent beaucoup sur les distributeurs nationaux, parce qu'ils aident à mieux comprendre le tissu serré des réseaux sociaux et des liens entre entreprises qui sous-tendent le milieu des affaires national. **CANADA EXPO 94** vous offre la possibilité d'amorcer des rapports fructueux avec un partenaire mexicain.

De nombreux facteurs expliquent le fait que le Mexique constitue un des marchés les plus dynamiques du monde et offre un avenir prometteur aux entreprises canadiennes dans l'économie de l'ère post-ALENA (Accord de libre-échange nord-américain).

Les exportations canadiennes vers notre plus important partenaire commercial en Amérique latine ont progressé de près de 37% en 1992 et on prévoit que ce taux de croissance se maintiendra au cours de la prochaine décennie.

Secteurs ayant fait une percée

De récentes initiatives fructueuses de commercialisation de la part d'entreprises canadiennes actives dans les secteurs des télécommunications, des plastiques, des véhicules automobiles, de la machine-outil et de la métallurgie ont démontré que ces sociétés pouvaient s'implanter sur ce marché.

Les produits agro-alimentaires comme les fromages transformés et d'autres biens de consommation de haut de gamme offrent des débouchés aux entreprises canadiennes, ce qui est égale-

(Voir page 6 — **CANADA EXPO 94**)

Le marché de l'agro-alimentaire au Mexique

Même si 80% des exportations canadiennes de produits agro-alimentaires vers le Mexique sont déjà exemptes de droits de douane, l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) n'ouvre pas moins d'importants nouveaux débouchés à l'exportation aux producteurs et entreprises du Canada.

Le secteur des produits alimentaires transformés figure parmi ceux où les entreprises canadiennes peuvent s'attendre à bénéficier de l'ALENA.

La proportion considérable de Mexicains de la classe aisée s'intéresse à des produits alimentaires surgelés, pouvant être cuits dans un four à micro-ondes, et à des spécialités gastronomiques. Biscuits, gâteaux secs, chocolats, jus de fruits et poisson en conserves : ce ne sont là que quelques exemples de secteurs où des entreprises canadiennes ont déjà enregistré des succès.

Les produits carnés transformés du Canada offrent également des possibilités parce qu'on estime que leur qualité est supérieure à ce que le secteur national peut produire.

Les exportateurs canadiens de bétail devraient trouver de nouveaux débouchés au Mexique, particulièrement en

ce qui concerne les bovins laitiers. Les exportations canadiennes de matériel génétique sont en augmentation et on prévoit que les livraisons d'embryons à l'étranger vont s'accroître.

Selon les prévisions, les ventes de blé se maintiendront au niveau record de 1992. Les exportations de canola totalisent quelque 250 000 tonnes cette année, ce qui représente un redressement après une absence quasi totale de ventes en 1990. À terme, les droits de douane seront supprimés dans le cas de cultures spéciales, comme le millet, le seigle, le blé noir, les lentilles et les graines à canaris. Les Mexicains souhaitent également que des entreprises canadiennes les aident à améliorer leurs installations d'entreposage, de manutention, de conservation réfrigérée et de transport.

Le Mexique pourrait devenir un marché important pour la plupart des fruits et légumes canadiens. Même les cerises, les fraises, les bleuets et les framboises présentent des possibilités, puisqu'ils pourront être importés en franchise. Les droits de douane seront également abaissés sur diverses variétés de légumes et de baies surgelés.

Avantage supplémentaire, les droits

de douane applicables à certains fruits et légumes seront supprimés à un rythme plus rapide pour les producteurs canadiens que pour leurs homologues américains.

Le succès de 1992 de bon augure pour CANADA EXPO 94

CANADA EXPO 92, tenue à Monterrey, dans le Nord industriel du Mexique, comptait beaucoup moins de participants que CANADA EXPO 94. Le succès de la manifestation a été impressionnant :

- Les quelque 200 entreprises participantes ont conclu sur place des contrats de vente d'une valeur avoisinant 3 millions \$.
- Les prévisions de ventes au cours de la période subséquente de 12 à 18 mois ont dépassé les 80 millions \$.
- Plus de 30 sociétés ont signé des ententes de représentation.
- On a dressé une liste de 16 projets susceptibles de faire l'objet d'accords de création de coentreprises.
- Dix entreprises ont accepté de faire des investissements directs au Mexique (à court terme) après la foire.
- Pratiquement toutes les entreprises participantes sont revenues à Monterrey et ailleurs dans le Nord du Mexique dans les trois mois suivants la foire pour poursuivre leurs démarches auprès de clients éventuels.
- Plus des deux tiers de ces entreprises exportaient pour la première fois vers le marché mexicain. Il s'agissait, dans la majorité des cas, de PME possédant une expérience antérieure de l'exportation vers les États-Unis, mais une connaissance limitée de l'Amérique latine.
- En trois jours, la foire a attiré plus de 15 000 visiteurs mexicains.

CANADA EXPO (Suite de la page 5)

ment le cas du marché des produits médicaux et des secteurs de l'information et des technologies de pointe.

Nous observons des possibilités particulièrement notables, pour des fournisseurs canadiens dans le secteur de la fabrication, ce qui comprend les cycles industriels primaire et secondaire, de même que la livraison de machines spécialisées.

Les exportations d'équipement et de services canadiens dans le domaine des ressources naturelles vont également, selon les prévisions, profiter au secteur de la transformation de ces ressources une fois que l'ALENA aura démantelé les barrières entravant l'accès à un pays qui possède, en importance, les cin-

quièmes réserves connues de pétrole et de gaz dans le monde.

Au moment où le Mexique se dirige au pas de course vers le prochain siècle, il aura besoin d'une importante amélioration de ses infrastructures. Ce besoin ouvrira aussi de nombreux débouchés aux services d'ingénierie, aux services de transport spécialisés et à d'autres interventions que le Canada peut assurer.

Veuillez adresser vos demandes d'informations complémentaires à Paul Schutte, Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Fax : (613) 944-1067.

Le marché des loisirs : appuyez sur la détente!

Le mode de vie des Mexicains, comme celui des Canadiens, comprend une saine dose d'activités de loisirs et de mise en forme.

La réponse aux besoins suscités par ce mode de vie a de quoi séduire les exportateurs canadiens - surtout lorsque le marché se compose d'un nombre croissant de consommateurs aisés et lorsque la politique commerciale se libéralise.

Le marché mexicain de l'importation de produits liés aux loisirs dépassera, selon les prévisions, le plateau des 300 millions \$ en 1994. Vers la fin des années 80, les importations ont compté pour plus de 60% de l'ensemble du marché.

Les éventuels utilisateurs de biens de consommations au Mexique forment une proportion importante de la population du pays, qui atteint 85 millions de personnes, dont 70% ont moins de 30 ans.

Soixante-dix fédérations sportives, au Mexique, comptent 6,5 millions d'athlètes professionnels et amateurs, dans toutes les disciplines. On estime que 20 millions d'autres personnes s'adonnent à une activité sportive sous une forme ou une autre, le soccer étant le sport le plus populaire.

Figurent parmi les autres sports largement pratiqués : le baseball, le basketball, le volleyball, le football, le tennis, la course à pied, l'athlétisme, la danse aérobique et la natation.

Chaque municipalité et chaque village ont des installations sportives, dont l'ampleur varie, et tous les écoliers sont tenus de pratiquer des sports.

On peut répartir en cinq catégories le marché des articles de sport et de l'équipement récréatif :

- **vêtements et chaussures de sport** (ce qui comprend les maillots de bain, les survêtements de jogging, des tenues de gymnastique, des vêtements correspondant à des sports donnés, des chaussures de tennis, des chaussures de randonnée en montagne, des bottines de ski et

d'autres chaussures de sport);

- **équipement de sport lourd** (exemples d'articles : motocyclettes, bicyclettes, planeurs et camionnettes de camping)

- **équipement pour sports nautiques** (yachts, bateaux, voiliers, planches à voile, skis nautiques, voiles et matériel de pêche)

- **équipement pour sports terrestres** (balles, raquettes, filets, bâtons, patins,

équipement d'équitation, équipement de gymnastique et d'athlétisme, équipement pour le golf, le tennis, le ping-pong, le badminton, le hockey, le tir à l'arc, le judo et autres sports, appareils d'haltérophilie, armes pour activités de loisirs et fournitures de camping);

- **jeux** (le jeu de quilles, le billard, les jeux de société, les cartes à jouer, des balles et les jeux vidéo).

Le marché mexicain de la santé se porte bien

Les producteurs canadiens d'équipement et de fournitures dans le domaine médical devraient prendre bonne note du fait que le Mexique constitue pour eux un marché en expansion.

Les possibilités de ventes sont fortes parce que le gouvernement mexicain a entrepris une grande opération d'amélioration des installations, de l'équipement et des services sanitaires. Parallèlement, on prévoit que l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) va dynamiser encore davantage les importations d'équipement et de fournitures dans le secteur médical de la part des 14 000 services de santé publique et 2 500 hôpitaux et cliniques du Mexique.

Le marché de l'équipement médical et des fournitures connexes a connu une croissance annuelle de 27% entre 1984 et 1992. Selon les prévisions, cette croissance va se poursuivre à un rythme annuel de 14% de 1992 à 1995, ce qui créera un marché d'une valeur supérieure à 825 millions \$. Cette expansion est attribuable à de nombreux facteurs, dont l'engagement du gouvernement mexicain d'accroître le nombre de bénéficiaires de services de santé et de relever la qualité de ces services. Le gouvernement s'est également engagé

à moderniser les installations, particulièrement dans le cas des hôpitaux et cliniques en zone rurale, et à décentraliser les services sanitaires. Ces faits vont entraîner une augmentation des importations, étant donné qu'une bonne partie de l'équipement médical utilisé au Mexique est technologiquement dépassé. Dans certains segments du marché, les importations, dans les faits, répondent à la totalité de la demande, en raison de l'absence de production nationale.

Une technologie de pointe, de l'équipement, des appareils et des instruments très perfectionnés : voilà autant d'atouts synonymes d'excellentes possibilités

*un marché d'une
valeur supérieure
à 825 millions \$*

pour les entreprises canadiennes. En 1992, les importations ont représenté 51% des approvisionnements et 90% du marché de l'équipement.

On a observé récemment au Mexique une tendance en faveur d'une préférence croissante pour l'équipement électronique ou de haute technologie. Ce facteur se traduira par une augmentation des ventes des entreprises étrangères implantées au Mexique ou de celles qui souhaitent faire une percée sur ce marché ou y accroître la part qu'elles détiennent.

LA SÉCURITÉ un marché sûr

Les Mexicains et les Canadiens ont beaucoup de choses en commun. Malheureusement, l'une d'elles concerne le besoin d'un plus grand approvisionnement en équipement de sécurité en raison de l'accroissement du taux de criminalité.

Le marché de la sécurité au Mexique connaît une croissance rapide.

L'augmentation de la criminalité, particulièrement dans les grandes agglomérations urbaines, suscite un raffermissement de la demande d'équipement et de produits de sécurité de la part d'usagers privés de même que de la part d'entreprises commerciales et industrielles.

Les importations de produits dans le secteur ont connu une augmentation annuelle de 50% entre 1987 et 1990. En 1990, les importations d'équipement dans ce domaine ont représenté 88% du marché.

En général, les consommateurs préfèrent les produits de sécurité importés à ceux de fabrication nationale, qui sont pourtant moins chers, parce qu'ils sont technologiquement plus avancés et de qualité supérieure.

Le nombre croissant d'accidents du travail au Mexique a suscité une prise de conscience de plus en plus vive de la nécessité d'améliorer les mesures de précaution et l'équipement de sécurité en milieu de travail. Le gouvernement mexicain a approuvé une série de règlements visant à relever la qualité de la sécurité dans les secteurs industriel et commercial.

Les exportateurs canadiens devraient être au courant de ces faits et s'employer à répondre à la demande qui en résulte sur le marché. Il s'agit ici, de toute évidence, d'un marché vigoureux que les exportateurs auraient tout intérêt à explorer.

Le secteur des fournitures pour le bâtiment : un marché en béton!

Les exportateurs canadiens du secteur du bâtiment devraient inscrire le Mexique sur leur liste de pays qui offrent de fortes possibilités de ventes à l'exportation.

Le secteur du bâtiment représente une part importante de l'activité de l'économie mexicaine, c'est-à-dire 7,6% de la production et 20,4% des achats dans les secteurs industriels.

Le total de la formation brute de capital fixe atteint 34 milliards \$, dont 56% proviennent du secteur du bâtiment.

Le secteur se compose à 50% de la construction d'immeubles résidentiels, à 24% d'immeubles à vocation non résidentielle tandis que 26% de l'activité est le fait de particuliers.

Soixante pour cent de l'industrie appartient au secteur privé, le secteur public représentant 37% du volume d'activité. Chaque année, on consacre 7 milliards \$ à la construction d'édifices publics, comme des tours à bureaux, des immeubles à vocation industrielle

et commerciale, des hôpitaux, des écoles et des logements.

En 1994, les importations mexicaines de produits et matériaux devraient avoisiner les 800 millions \$.

Le marché national n'a pas été en mesure de faire face à l'augmentation de la demande de produits et de matériaux de construction, ce qui a ouvert le marché aux importations.

(Les produits de fabrication nationale ont tendance à se limiter à un petit nombre d'articles; de plus, leur qualité et leur disponibilité sont souvent insuffisantes ou inégales.)

Les produits importés permettent un plus grand nombre de solutions de rechange, de modèles et, de façon générale, ils s'accompagnent de l'assurance que les approvisionnements seront constants. On prévoit que cette tendance se poursuivra, ce qui ouvre de nombreux débouchés aux exportateurs canadiens de produits et de matériaux destinés au secteur du bâtiment.

**OUI, nous désirons participer à EXPO CANADA 94,
qui se tiendra à Mexico du 21 au 24 mars 1994.**

**PRIÈRE DE DACTYLOGRAPHIER OU D'ÉCRIRE
EN CARACTÈRES D'IMPRIMERIE**

NOM DE L'ENTREPRISE : _____

ADRESSE : _____

TÉLÉPHONE : _____ **TÉLÉCOP. :** _____

CONTACT : _____

PRODUIT/SERVICE : _____

Nous exportons actuellement au Mexique. **OUI** **NON**

S'adresser à :

Paul Schutte, Direction du commerce avec l'Amérique latine (LGT), Affaires extérieures
et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2.

Foire internationale de l'Amérique latine axée sur le marché de l'équipement médical et des soins de santé

Panama—L'exposition internationale **EXPOMEDICA 93**, à laquelle le Canada aura un stand, se tiendra ici du 6 au 10 octobre 1993. On procède actuellement au recrutement des participants.

Organisée par la Chambre de commerce panaméenne, l'exposition attirera les professionnels de la médecine et des soins de santé de tous les pays d'Amérique latine.

En outre, des représentants de fabricants étrangers de matériel médical et

hospitalier, de produits pharmaceutiques et vétérinaires ainsi que des experts-conseils spécialisés dans ce domaine seront parmi les participants. Tous sont anxieux d'y découvrir de nouveaux produits et de nouvelles technologies.

Au cours des 10 prochaines années, le secteur des soins de santé en Amérique latine devrait dépenser 3 milliards \$ par an pour les services médicaux. Et nombreux seront sans doute les acheteurs de ce secteur à assister à **EXPOMEDICA**. Les acheteurs du secteur public seront à la recherche de technologie pour la purification de l'eau et de techniques de contrôle et de gestion des déchets.

Des études réalisées sur le marché des produits et des services médicaux révèlent que les possibilités sont bonnes pour les entreprises canadiennes, sur-

tout en raison de la bonne réputation du système de santé et du savoir-faire technologique du Canada.

Les entreprises désirant tirer parti de ces nouveaux débouchés commerciaux et de la bonne réputation dont jouissent dans la région les spécialistes canadiens des soins de santé devraient envisager de participer à **EXPOMEDICA 93**.

Pour tout renseignement concernant la participation à **EXPOMEDICA 93**, s'adresser à M. Joseph Cogné, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Fax : (613) 943-8806; ou à la Direction commerciale de l'ambassade du Canada à San José, Costa Rica. Tél. : (506) 55-3522. Fax : (506) 23-0609.

Les télécommunications et l'informatique à Porto Rico

San Juan — **CaribeCom 93** se tiendra, pour la 11^e année consécutive, dans la capitale de Porto Rico du 4 au 6 octobre 1993.

Considérée à Porto Rico et dans tout le bassin des Caraïbes comme la plus importante exposition sur les télécommunications et l'informatique, **CaribeCom**, qui attire généralement quelque 5 000 participants, se concentre essentiellement sur les systèmes cellulaires/mobiles/MIC, les satellites, les réseaux, les nouvelles technologies, les services commerciaux, les logiciels et le matériel informatique.

Dans la région, où on compte investir 2,5 milliards \$ US en usines et matériel au cours de cinq prochaines années, il existe également des besoins de technologie numérique, d'établissement de réseaux, de matériel et de logiciels ainsi que de produits et de services d'utilisation finale.

Pour de plus amples renseignements sur **CaribeCom 93**, s'adresser aux organisateurs de l'exposition, Latcom Inc., 9200 South Dadeland Blvd., Suite 309, Miami, Floride 33156-2703. Tél. : (305) 670-9444. Fax : (305) 670-9459.

L'exposition du secteur de la construction

Panama—Si vous désirez conquérir des marchés en Amérique latine, il vous faut participer à **Capac Expo Habitat 93**, du 15 au 19 septembre 1993.

Il s'agit d'une des plus importantes expositions et conférences du secteur de la construction à se tenir dans cette partie du monde. On y mettra particulièrement l'accent sur les priorités régionales en matière d'infrastructure et d'habitation, deux secteurs ayant mené à un essor sans précédent dans l'industrie de la construction.

Selon les chiffres publiés par la Banque interaméricaine de développement, cet essor aurait été alimenté par les investissements étrangers en Amérique latine, qui ont atteint plus de 35 milliards \$ pour la seule année 1991.

Le marché panaméen des produits liés à la construction représente annuellement entre 460 millions et 500 millions \$ d'importations. Le pays fabriquant très peu de ces produits, il compte entre autres sur les importations suivantes : papier peint, lampes, accessoires déco-

ratifs, moquette, produits en aluminium et en acier, quincaillerie, écrous et boulons, accessoires électriques, systèmes de sécurité et appareils de plomberie.

Au Panama, ce sont les individus et les entrepreneurs qui sont les consommateurs finals des matériaux de construction. Le pays compte actuellement 120 grossistes, importateurs ou distributeurs dans ce secteur.

Panama, situé au centre des Amériques, est l'hôte idéal pour cette exposition et conférence. La république dispose d'un des ports et des aéroports les plus modernes de la région et compte plus de 120 banques et institutions financières. Au moins 7 milliards \$ de produits destinés à l'Amérique latine sont passés l'an dernier par sa zone franche de Colon, qui est l'une des plus importantes au monde.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Congrexpo International, C.P. 55-1627, Paitilla, Panama City, Panama. Tél.: (507) 695655. Fax : (507) 695680.

Foire commerciale multidisciplinaire à Cuba

La Havane — La Havana International Fair qui se tiendra dans cette ville du 31 octobre au 7 novembre 1993.

Une fois de plus, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) aura un kiosque d'information à la foire.

Cette foire, qui est considérée comme la plus importante à Cuba, est largement annoncée dans les médias locaux et attire des acheteurs locaux qui saisissent l'occasion pour négocier des contrats, établir des contacts ou renouer des relations avec leurs fournisseurs établis.

Malgré ses difficultés économiques dont on a beaucoup parlé, Cuba importe pour environ 200 millions \$ US de marchandises tous les ans. Le pays encourage la création de coentreprises afin d'accéder à des capitaux, à la technologie, aux techniques de gestion et aux débouchés étrangers. Les responsables ont dressé une liste de coentreprises possibles dans une gamme de secteurs, notamment le tourisme, l'agriculture, les soins de santé, le pétrole et les mines.

Les exportateurs peuvent participer à la Havana International Fair en réservant leur propre stand (surface minimale : 9 m², au coût de 130 \$ US le mètre carré, plus la location du mobilier et du matériel) ou en faisant parvenir de 20 à 30 exemplaires de leurs catalogues de produits, des échantillons et des affiches qui seront présentés par le personnel de l'ambassade dans le kiosque d'information du Canada.

Communiquer avec Wayne McKenzie ou Jose Callado, ambassade du Canada, La Havane. Fax : (011-53-7) 33-2044. Tél. : (011-53-7) 33-2516, 33-2517 ou 33-2527.

Les systèmes mobiles de communication

Paris — Les entreprises désirant utiliser des systèmes mobiles de communication par satellite pour applications terrestres, maritimes et aéronautiques se retrouveront sans doute à Paris du 12 au 14 octobre 1993.

Elles assisteront à la 2^e Conférence internationale Inmarsat et Exposition sur les systèmes mobiles de communication par satellite.

Plus de 1 000 délégués principaux de plus de 60 pays y participeront. Ils représenteront les principaux usagers et fabricants de systèmes mobiles de communication par satellite ainsi que les fournisseurs de services, les con-

seillers juridiques et la presse.

L'exposition de 1993 présentera le nec plus ultra de la technologie, des produits et des services offerts pour les applications terrestres, maritimes et aéronautiques. Plusieurs entreprises canadiennes ont déjà réservé des stands et de nombreux délégués canadiens participeront au programme des conférenciers.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à M. Gary Luton, premier secrétaire (commerce), ambassade du Canada, 35, avenue Montaigne, 75008 Paris, France. Tél. : (33) (1) 44-43-29-00. Fax : (33) (1) 44-43-29-98.

Salon des télécommunications

New York — Les entreprises que le marché américain des télécommunications intéresse sont invitées à se joindre au stand national que le Canada exploitera au salon CMA Telcom 93, qui se tiendra du 2 au 4 novembre 1993 au Hilton de New York.

Ce salon constitue le volet commercial du congrès national annuel de la Communication Managers Association (CMA), dont les membres conçoivent et mettent en oeuvre des stratégies à l'intention de sociétés américaines dépensant chaque année plus de 500 000 \$ en matériel et en services.

CMA Telcom 93 devrait attirer plus

de 6 000 décideurs qui doivent définir les besoins de leur entreprise, prendre les décisions en matière d'achats, évaluer les produits, recommander et trouver des fournisseurs, et approuver ou signer des bons de commande.

Le Consulat général du Canada à New York a retenu plusieurs emplacements pour le stand du Canada en vue de cette manifestation. Pour réserver un emplacement ou obtenir des renseignements supplémentaires sur CMA Telcom 93, on est prié de communiquer —dans les meilleurs délais— avec Don Garretson, du consulat. Tél. : (212) 596-1656. Fax : (212) 596-1793.

Le salon de la construction

Birmingham — Une fois de plus, le haut-commissariat du Canada aura un kiosque d'information à INTER-BUILD 93, la grande foire internationale de l'industrie de la construction, qui se tiendra dans cette ville du 28 novembre au 3 décembre 1993. Comme d'habitude, la foire présentera les dernières innovations dans la construction résidentielle et commerciale et attirera plus de 125 000 visiteurs membres de la profession.

Les intérêts des visiteurs sont vastes, allant des matériaux de gros oeuvre aux portes, aux fenêtres, aux éléments de salle de bain et à l'aménagement de paysage.

À titre de représentant canadien des organisateurs, Unilink, d'Agincourt, en Ontario, coordonnera une représentation canadienne.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M^{me} Lori-Anne Larkin, à Unilink. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

AU CALENDRIER

Montréal — les 15 et 16 septembre 1993 — **Réussir dans le commerce en Amérique du Nord et dans le monde entier** est le thème de cette conférence de deux jours organisée par le Conseil de promotion du commerce international, avec l'aide d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Veuillez communiquer avec Daniel White, AECEC, Ottawa. Tél. : (613) 996-0688. Fax : (613) 996-1225 ou 996-1267.

Montréal — 24 septembre 1993 — **Mexique-Canada : combler les lacunes** est un colloque d'une journée qui fournira aux participants un aperçu pratique et complet sur des sujets comme les meilleures sources de renseignements, les programmes gouvernementaux, les barrières commerciales, les questions financières et juridiques et les pratiques commerciales mexicaines. Des exposés seront présentés par de nombreux experts sur la question et le conférencier invité sera M^{me} Sandra Fuentes, ambassadeur du Mexique au Canada. S'adresser aux organisateurs, McGill International Consulting Group, à Montréal. Tél. : (514) 398-2596. Fax : (514) 398-3876.

Montréal — du 25 au 30 septembre 1993 — **XXIII^e Congrès mondial FIATA (Association de la fédération internationale des transitaires)**. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec le secrétariat du Congrès FIATA 93 a/s Les Services de congrès GEMS 4260, rue Girouard, bureau 100, Montréal (Québec), H4A 3C9. Tél. : (514) 485-0855. Fax : (514) 487-6725.

Calgary — du 26 au 28 septembre 1993 — le Canadian Energy Research Institute (CERI) organise sa **Twelfth International Oil and Gas Markets Conference**. Veuillez communiquer avec Bob Buchanan, directeur, Con-

ferences and Communications. Tél. : (403) 282-1231. Fax : (403) 284-4181.

Toronto — le 7 octobre 1993 — **World Trade'93**. Les catalogues de produits et les échantillons couvriront un vaste éventail de marchandises, depuis les produits de l'industrie automobile et les systèmes antipollutions jusqu'aux biens de consommation, en passant par le matériel de soudage. En outre, on y diffusera de l'information sur les coentreprises, la réexportation et les possibilités de développement économique. Pour renseignements, communiquer (de préférence par fax) avec la Canadian International Trade Association, Toronto. Fax : (416) 651-2519. Tél. : (416) 651-2220.

Calgary — 25-26 octobre 1993 — **Partnerships International - Connections Alberta** : Il s'agit ici d'un forum de deux jours unique en son genre qui aidera les entreprises albertaines et de l'extérieur de la province à accroître leur connaissance et leur compréhension des alliances stratégiques, ainsi que leur recours à cette façon de fonctionner. Pour obtenir tous les détails et des informations sur la façon de s'inscrire, veuillez communiquer avec TISAN (The International Strategic Alliance Network - Réseau international des alliances stratégiques) Inc. à Calgary. Tél. : (403) 289-6986. Fax : (403) 288-0511.

Reprise des séminaires Canada-Japan

Étant donné le succès enregistré par le premier Canada-Japan Management Programme, qui s'est déroulé au Japon en octobre 1992, il a été décidé de renouveler l'expérience à l'automne 1993; une initiative semblable aura lieu à Taïwan, également à l'automne 1993.

Le programme intensif de colloques qui dure huit jours, sous les auspices de la Fondation Asie Pacifique du Canada, vise à permettre aux entreprises canadiennes de mieux comprendre les importants facteurs - économiques, politiques et culturels - qui façonnent

le processus de prise de décisions au Japon.

Voici les dates des deux programmes : à Taïwan, du 16 au 24 octobre, au Japon, du 6 au 14 novembre. Quinze candidats seront admis à chaque cours. Les frais, incluant tous les coûts sauf le billet d'avion, sont de 6 000 \$. Pour de plus amples renseignements sur les cours, communiquer avec la Fondation Asie Pacifique du Canada à Vancouver. Tél. : (604) 684-5986. Fax : (604) 681-1370.

Le boeuf canadien triple "A" à Taiwan

Après deux ans de lobbying de la part du Canada, le Yuan exécutif de Taïwan a accordé à la viande bovine Canada AAA un taux de droit plus bas. À compter du 24 avril 1993 et jusqu'au 31 décembre suivant, le taux de droit plus bas (20\$NT/kg) permet au boeuf Canada AAA de concurrencer sur un pied d'égalité le boeuf américain de

haute qualité.

Les autorités taïwanaises s'attendent à ce que le groupe de travail de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) résolve la question des niveaux des tarifs après le 31 décembre; sinon, le Yuan exécutif sera invité à prolonger encore une fois la durée du taux de droit plus bas.

PUBLICATIONS

Études du marché mexicain

Vous pouvez vous procurer ces études de marché par télécopieur (613-996-9709) ou par téléphone (800-267-8376) auprès du bureau de Info Export

Matériel, des semences et des produits chimiques utilisés en agriculture (17LF)

Fabricants d'automobiles et de pièces d'automobiles au Mexique (18LF)

L'eau potable en bouteille (122LF)

Produits et matériaux de construction (170LF)

Des logiciels au Mexique (19LF)

Le réseau de distribution mexicain des produits de consommation (52LF)

Système de distribution et le marché du poisson et des produits du poisson (121LF)

Matériel éducatif au Mexique (20LF)

Matériel de production et de distribution d'électricité (171LF)

Composants électroniques au Mexique (21LF)

Matériel de transformation et d'emballage (148LF)

Matériel d'exploitation forestière et de façonnage du bois (22LF)

Meubles de maison et de bureau (172LF)

Instruments et du matériel de commande des procédés industriels (54LF)

Des instruments et de L'équipement de laboratoire (196LA- seulement en anglais)

Du fer et de l'acier au Mexique (23LF)

Machine-outils et le matériel de métallurgie au Mexique (24LF)

Matériels de manutention (173LF)

Les produits carnés et les animaux d'élevage au Mexique (120LF)

Matériels et fournitures à usage médi-

cal (197LA- seulement en anglais)

L'industrie minière au Mexique (25LF)

L'industrie pétrolière mexicaine (26LF)

Machines et de l'équipement de production de plastiques et des résines plastiques (50LF)

Matériel de sécurité (53LF)

Documents d'expédition et réglementation douanière - exportations vers le Mexique (28LF)

Des Articles de sport et des produits de loisir (29LF)

Société mexicaine d'exploitation du pétrole (PEMEX) (298LF)

Matériel et des systèmes de télécommunications au Mexique (30LF)

Services de transport entre le Canada et le Mexique (49LF)

L'Équipement et des fournitures pour les hôtels et les restaurants (31LF)

L'industrie de la construction (281LA- seulement en anglais)

L'artisanat en Nouvelle-Angleterre

Le consulat général du Canada à Boston a préparé un guide à l'intention des exportateurs canadiens d'objets d'artisanat et de cadeaux vers la Nouvelle-Angleterre. Le guide fait le point sur les aspects à considérer lorsqu'on décide d'exporter, et il donne aux éventuels exportateurs des adresses et des renseignements utiles.

Le marché de la Nouvelle-Angleterre est bien développé, et il compte de nombreux points de vente au détail et expositions commerciales, sans compter la visite d'un grand nombre de touristes tout au long de l'année. La région constitue un bon débouché pour les produits canadiens de ce genre; de

nombreuses entreprises canadiennes y sont aujourd'hui bien implantées.

Pour un exemplaire de l'étude, communiquer avec la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, AECEC. Fax : (613) 944-9119.

Hong Kong/La Chine du Sud - Introduction à la distribution pour les exportateurs est un guide destiné aux exportateurs de produits de consommation ou de biens d'équipement qui souhaitent savoir quel est le meilleur moyen de choisir et de gérer des intermédiaires — courtiers, distributeurs et agents de toutes sortes — pour accroître au maximum leurs chances de succès sur les marchés de Hong Kong et de la République populaire de Chine (RPC). Étant donné que le contexte juridique, institutionnel et comportemental de la RPC est encore trop fluide et complexe pour la plupart des petits exportateurs dont le budget est limité et qui désirent quand même aborder ce marché méthodiquement, le guide se concentre sur les **distributeurs de Hong Kong (par opposition aux intermédiaires de la RPC) actifs dans la RPC.**

Facile à comprendre d'un bout à l'autre et permettant au lecteur de repérer rapidement les faits sur les sujets qui l'intéressent particulièrement, le guide, avec son glossaire, son index et ses annexes exhaustifs, coûte environ 35 \$ et peut être obtenu du Groupe Communication Canada - Édition, Section du marketing, pièce 2403A, Ottawa K1S 0S9. Tél. : (819) 956-1612. Fax : (819) 956-5539.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa) ou au (613) 996-9709.

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur ou par téléphone un fax officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication.

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



CANADEXPORT

Vol. 11 N°15

15 septembre 1993

Lignes de crédit en Argentine

Deux lignes de crédit ont été consenties par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) à des banques d'Argentine. Deux banques disposeront chacune d'une ligne de crédit qui pourront servir à financer jusqu'à 85% des ventes de produits et services canadiens.

Grâce aux lignes de crédit, les exportateurs canadiens peuvent signaler à leurs éventuels clients argentins l'existence de fonds pour l'achat de produits et services canadiens.

Communiquer avec le bureau de la SEE le plus proche. La SEE a des bureaux à Vancouver, à Calgary, à Winnipeg, à London, à Toronto, à Ottawa, à Montréal et à Halifax.

Étude de marché disponible

Mission commerciale en Mongolie

Pratiquement isolée du monde extérieur depuis près de sept décennies, la Mongolie tente maintenant de s'intégrer au reste du monde en abandonnant son économie à planification centrale en faveur du système de libre marché.

Pour explorer ce marché relativement nouveau, la Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada projette une mission commerciale plurisectorielle en Mongolie, le mois prochain.

La mission commerciale d'une dizaine de jours comprendra des rencontres avec les autorités mongoles et les représentants du secteur privé. Elle vise à établir une présence commerciale canadienne dans ce pays et aussi à identifier les possibilités d'exportation

et d'investissement.

La délégation commerciale comprendra des représentants de secteurs comme l'extraction et l'exploration minières, les télécommunications, l'agriculture et l'agro-alimentaire, le transport et le tourisme.

La Direction vient également de publier une *Étude sur la Mongolie* préparée par le Conseil commercial Canada-Chine.

Cette récente *Étude sur la Mongolie* vise à informer les industriels canadiens de la situation économique et commerciale actuelle du pays et à identifier les débouchés commerciaux potentiels qui s'y offrent.

Selon l'Étude, la réforme économique dans ce pays s'est accélérée et est devenue irréversible. Le changement le plus significatif est l'abandon de l'économie à planification centrale en faveur d'un système de libre marché.

Cette période de transition suscite des difficultés, mais les institutions financières bilatérales et multilatérales ont fortement appuyé le pays. Les institutions financières internationales devraient fournir cette année plus de 250 millions \$ en crédits pour divers projets en Mongolie — dont plusieurs pourraient offrir de bonnes possibilités

(Voir page 2 — La Mongolie)

Magazine publicitaire pour le marché mexicain

Les annonceurs canadiens des secteurs public et privé ont une occasion unique d'être sous le feu des projecteurs lors de la plus grande foire commerciale de l'histoire du Canada, **Canada Expo'94**, qui se déroulera à Mexico du 21 au 24 mars 1994.

Pour attirer l'attention de l'élite du milieu des affaires et des décideurs importants du Mexique (avant, pendant et après cette importante manifestation), il leur suffit d'annoncer dans *Oportunidad Canada/Mexico*, le magazine officiel de **Canada Expo'94**.

Initiative du secteur privé, cette publication destinée à l'industrie mexicaine a reçu l'aval d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Pour les 20 000 personnes avides

d'établir des relations commerciales avec des Canadiens et qui visiteront la foire commerciale, ce magazine constituera à la fois une source de renseignements pratique et un cahier souvenir.

Avant la tenue de **Canada Expo'94**, le magazine, rédigé en espagnol avec une adaptation anglaise, sera distribué sous forme de supplément à une importante publication d'affaires mexicaine.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la manière de profiter de cette initiative publicitaire sur le marché mexicain, il suffit de communiquer avec la directrice des ventes et du marketing du magazine, M^{me} Paula Fairweather, Acart Publishing, Ottawa. Tél. : (613) 230-7944. Fax : (613) 232-5980.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Séminaires et Foires commerciales	4-6
Nouveau programme axé sur le Japon	7
Au calendrier	7
Publications	8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Le bébé a fait du chemin!

Il est vrai que le titre est banal mais il y a dix ans, c'était une expression populaire, synonyme de progrès sinon miraculeux, du moins fort louables.

Or, il y a dix ans, le 28 septembre 1983 exactement, c'était la naissance de *CanadExport* et, que l'expression soit banale ou non, nous avons fait du chemin!

Avec ce premier numéro, dont la page de couverture est reproduite ici, Mike Gillespie (rédacteur en chef), Don Wright (rédaction anglaise) et Louis Kovacs (rédaction française) ont vu naître leur «bébé», un imprimé de quatre pages à l'encre brunâtre sur fond plus ou moins blanc.

Comme tous les parents, nous étions fiers de notre «progéniture».

Mais dans un monde en mouvance perpétuelle - nous sommes passés d'un ministre du Commerce à l'autre, de Gerald Regan et James Kelleher à Pat Carney et Michael Wilson et, plus récemment à Tom Hockin, et nous avons laissé les machines à écrire électriques pour les ordinateurs et le courrier électronique - nous n'avions aucune idée (même si nous étions pleins d'espoir) de ce qu'il adviendrait de notre «enfant».

Maintenant, bien que tous les parents «naturels» (excepté Don) aient quitté le foyer, nous pouvons, à l'occasion de ce 10^e anniversaire, évoquer avec vous certaines souvenirs «de famille» choisis au hasard :

• 28 septembre 1983 - Vol. 1, n° 1 - Le bébé est né, il est bilingue et père

4 pages; 4 500 faire-part de naissance sont envoyés.

• 26 mars 1984 - Vol. 2, n° 6 - Le bébé a pris du poids, il fait maintenant 6 pages et son tirage approche les 10 000 exemplaires.

• 4 novembre 1985 - Vol. 3, n° 20 - Le bébé est devenu un grand gaillard qui fête sa 50^e édition. Son tirage est de 26 000.

• 15 octobre 1989 - Vol. 7, n° 15 - En réponse aux commentaires du ministère et du public, *CanadExport* adopte un format plus sobre mais plus frappant, passant du brun foncé aux tons bleu et blanc qu'il a toujours et arborant le logo ministériel.

D'autres changements se sont également produits au cours des années :

• les éditions courantes bimensuelles sont maintenant de 8 à 12 pages et parfois même de 16 pages;

• les suppléments spéciaux - provenant soit de notre ministère, soit d'autres ministères ou organismes fédéraux - sont maintenant la norme;

• le tirage qui a atteint, à un moment donné, 60 000 exemplaires s'est stabilisé à environ 33 000 abonnés à la suite de sondages, de fusions et d'épuration;

• en ce qui a trait aux sondages, le plus récent a été mené cette année (dans les numéros du 15 mars, du 1^{er} avril et du 15 avril). Nous espérons publier les résultats dans ce numéro, mais les réponses ont été si nombreuses que nous n'avons pas fini de compiler les résultats;

• depuis sa création, *CanadExport* a

publié 211 exemplaires en anglais et 211 en français (y compris ce numéro).

Notre objectif est de continuer à faire face à de nouveaux défis et changements et d'offrir à nos abonnés un service de qualité, et ce, nous l'espérons, pendant dix ans de plus.

La Mongolie

(Suite de la page 1)

aux firmes canadiennes.

Toujours selon l'Étude, il est clair qu'il existe des possibilités dans plusieurs secteurs. Mais la concurrence est omniprésente et les sociétés qui offrent des techniques de pointe, un montage financier et une formation technique ont les meilleures chances d'établir de bonnes relations d'affaires. Le gouvernement mongol veut surtout attirer des sociétés qui acceptent de prendre un engagement à long terme envers le pays et son développement.

Un autre avantage est que les représentants du gouvernement mongol se sont montré intéressés à mener des affaires avec les Canadiens parce qu'ils croient que nous avons beaucoup à offrir dans les domaines des télécommunications, de l'extraction minière, de l'agriculture et de la protection de l'environnement.

Outre les sections sur la situation politique du pays, les réformes et l'économie, l'Étude contient des sections sur le commerce extérieur et l'investissement, sur les priorités et les besoins nationaux, sur les possibilités d'affaires (par secteur), sur les sources de financement, sur la conduite des affaires en Mongolie et sur les services gouvernementaux offerts aux exportateurs canadiens.

Des exemplaires de l'Étude sur la Mongolie et des renseignements commerciaux sur la Mongolie peuvent être obtenus de M. Neil Clegg, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est. Tél. : (613) 995-6962. Fax : (613) 943-1068.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : *CANADEXPORT* (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

La délégation commerciale d'Autriche a fourni une liste des entreprises autrichiennes désireuses de représenter des sociétés canadiennes en Europe centrale et en Europe de l'Est. On conseille aux lecteurs de vérifier la bonne foi de ces sociétés avant de conclure une entente contractuelle.

Une entreprise qui s'occupe des genres d'activités ayant trait à l'énergie représentera les sociétés qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec AG Fur Ost-West, Energiëkooperation, M. Marc-Aurel Strasse 4, 1010, Vienne. Tél. : 1/53113 2750. Fax : 1/53113 4197.

Une société qui s'occupe de biens d'investissement et de technologie médicale représentera des entreprises qui s'intéressent à la Pologne, à la Communauté des États indépendants ainsi qu'à la République tchèque et à la Slovaquie. Communiquer avec Ausimex Handelsgesmbh, Esteplatz 4, 1030, Vienne. Tél. : 1/715 3644. Fax : 1/713 0390.

Une société de biens de consommation et de denrées alimentaires représentera des entreprises qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Commodity and Barter Trading (C & B), Handels Gesmbh, M. Franz Josefs Kai 53/11, 1010, Vienne. Tél. : 1/532 1250. Fax : 1/532 1260.

Une société ayant des bureaux à Budapest, Prague et Varsovie représentera les entreprises canadiennes (aucun produit indiqué). Communiquer avec Hofmoklgasse 1-5, 1153 Vienne. Tél. : 1/836206. Fax : 1/836148.

Ayant des bureaux à Minsk, une société de production de biens désire représenter des entreprises canadiennes. Communiquer avec HAGHO International Trading, Jabzgasse 18, 8020 Graz. Tél. : (0) 316/51309. Fax : (0) 316/55014 23.

Une société qui s'occupe de technologie médicale, de produits pharmaceutiques, de machines d'emballage, de biens

de consommation et de denrées alimentaires (ayant des bureaux à Moscou et Kiev) représentera des entreprises qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec O. Konig & Comp, Larohegasse 15, 1130 Vienne. Tél. : 1/82 74 71. Fax : 1/82 74 716.

Une société qui s'occupe de biens de consommation, d'équipement agricole et de denrées alimentaires représentera des entreprises qui s'intéressent à la Hongrie et à la Bulgarie. Communiquer avec MBC International, Ballgasse 6, 1010 Vienne. Tél. : 1/513 82 45. Fax : 1/513 86 23.

Une société qui s'occupe de granules de plastique représentera des entreprises qui s'intéressent à la République tchèque, à la Slovaquie et à la Pologne. Communiquer avec Moderne Umwelttechnik Gesmbh, Estermann-strasse 14,

4017 Linz. Tél. : (0) 732/284955. Fax : (0) 732/284955 2.

Une société qui s'occupe de papier, de machines, de matériel électronique et de produits chimiques représentera des entreprises qui s'intéressent à la Hongrie, à la Russie, à la République tchèque, à la Slovaquie, à la Slovénie et à la Croatie. Communiquer avec SE Industrievertretungen Gesmbh, Hirtenbergerstrasse 4c, 2544 Leobersdorf. Tél. : (0) 2256/23810. Fax : (0) 2256/318616.

Une société ayant des bureaux à Moscou, Saint-Petersbourg, Vologda et Krannojsk et qui s'occupe de biens de consommation, de textiles et de bois représentera des entreprises qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec SPORTIVE, Textil-Import-Export, c.p. 34, 3370 Ybbs. Tél. : (0) 7412/2497; 3012. Fax : (0) 7412/3708.

Contrat Husky

La Husky Injection Molding Systems Ltd., de Bolton (Ontario) a vendu une machine-robot destinée à la production de pièces automobiles en plastique à l'une des plus importantes sociétés de la République populaire de Chine (qui compte au-delà d'un million d'employés dans plus de 200 usines). Le contrat a été obtenu après une ronde internationale d'appels d'offres à laquelle ont participé des fournisseurs européens et japonais et qui a duré une année. L'invitation faite au client de visiter les installations de la Husky en Amérique du Nord est l'une des clés de la réussite de l'entreprise. La conclusion d'une alliance avec un fabricant de moules de Détroit, qui fabriquera trois moules pour le même client, constitue aussi un élément important du succès de Husky. Grâce au moulage par injection, le système produira des pare-chocs d'automobile qu'un robot entièrement automatisé retirera de la machine. Husky réalise plus de 90% de ses ventes à l'extérieur du Canada.

Électricité : baisse de tension

Le haut-commissariat du Canada à Londres informe les fabricants canadiens d'appareils électriques qui exportent en Grande-Bretagne que le Royaume-Uni réduira à compter du 1^{er} janvier 1995 la tension nominale de son réseau public de distribution d'électricité de 240 volts à 230 volts +10 %/-6 %. D'autres pays européens augmenteront la tension nominale de leur réseau public de 220 volts à 230 volts. Ces modifications s'expliquent par la mise en application prochaine des normes de la Communauté européenne.

L'exportation à votre porte:

La filière de la maison de commerce

Les fabricants de tous les secteurs et les sociétés du secteur agro-alimentaire estimeront qu'il est rentable de participer aux foires commerciales intitulées *L'exportation à votre porte : la filière de la maison de commerce* qui se tiendront bientôt.

Cette série de foires commerciales et de séminaires constitue un moyen de constitution de réseaux ouvrant de nouvelles possibilités d'exportation sur les marchés étrangers.

Les fournisseurs participants prévoient réaliser plus de 4 millions de dollars en exportations additionnelles au cours des 18 prochains mois.

En plus des occasions de ventes immédiates, les participants de Halifax ont également signalé de nombreuses possibilités de représentation, de commerce de contrepartie, de production sous licence et de transfert technologique.

Mode de fonctionnement de ces événements

Une série d'exposés d'une demi-journée sur la façon de tirer parti de la collaboration avec les maisons de commerce et sur les débouchés offerts par le marché mondial du point de vue d'une maison de commerce est suivie d'une mini-foire commerciale permettant aux fournisseurs d'exposer leurs produits et leurs brochures et de rencontrer les représentants des maisons de commerce.

Un répertoire complet de tous les fournisseurs et maisons de commerce présents (y compris le profil des sociétés, leurs produits, leurs marchés, leur expérience et les objectifs de leur participation), des insignes spéciaux et un système de boîte aux lettres destinées aux maisons de commerce facilitent la constitution de réseaux. Du point de vue des fournisseurs, ces événements uniques constituent une excellente occasion de rencontrer sous un même toit de 75 à 125 représentants de maisons de commerce canadiennes et internationales.

Pour les maisons de commerce, ces événements sont une occasion d'élargir leur base de sociétés d'exportation en rencontrant de 150 à 200 sociétés désireuses de faire des affaires à l'étranger.

Voici les dates et les endroits des prochaines foires dans le cadre de «*L'exportation à votre porte*» :

Montréal — mercredi, 1^{er} décembre 1993 — pour les fabricants du Québec et les sociétés agro-alimentaires.

Edmonton — 6 et 7 avril 1994 — pour les fournisseurs de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba.

Toronto — 15 juin 1994 — pour les fournisseurs de l'Ontario.

Vancouver — 23 et 24 novembre 1994 — pour les fournisseurs de la Colombie-Britannique.

Si vous êtes un fabricant ou un fournisseur de produits agro-alimentaires dont la zone de vente au Canada et la capacité d'approvisionnement ont atteint une certaine taille et si vous exportez déjà ou désirez exporter, envoyez ou faites parvenir par télécopieur votre carte d'affaires à l'adresse ci-dessous.

Les maisons de commerce qui recherchent de nouveaux fournisseurs et qui désirent constituer un réseau avec d'autres maisons de commerce devraient faire la même chose.

Communiquer avec M. Mike Reshitnyk, Direction des services financiers et des services aux entreprises, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Fax : (613) 996-1225. Tél. : (613) 996-1862.

Haute technologie à Las Vegas

Las Vegas — Mettant à profit le succès remporté à Comdex Spring '93 à Atlanta (Géorgie) (où le Canada était en vedette), le Canada se prépare maintenant à conquérir Las Vegas (Nevada), où **Comdex Fall** se tiendra du 15 au 19 novembre 1993.

Plus de 30 sociétés canadiennes ont participé à l'exposition du printemps dans deux pavillons nationaux. En outre, 26 sociétés ont présenté leurs produits et services à l'extérieur du stand national — afin de tirer parti des possibilités offertes dans le secteur de la technologie de l'information des États-Unis, qui représente 40 milliards de dollars américains.

Les sociétés canadiennes ont déclaré des ventes sur place sans précédent et projeté des ventes de 43 900 000 dollars sur 12 mois. Plus de 80 000 personnes ont participé à Comdex à Atlanta.

Le statut de «pays vedette» accordé au Canada pendant les quatre jours de l'exposition lui a permis de se positionner comme l'un des marchés de haute technologie dont la croissance est

la plus rapide aujourd'hui et comme un grand fournisseur international de logiciels et de R-D.

Un fait saillant de la foire Comdex d'Atlanta était l'exposition sur la technologie mettant en vedette cinq des principales applications de technologie du Canada et une présentation multimédia sur les possibilités d'investissements au Canada.

L'exposition sur la technologie a montré la vaste gamme de technologies et de services nouveaux et innovateurs qui ont fait de notre pays un chef de file mondial en matière de technologie de l'information.

Ces mêmes qualités de chef de file seront en montre à la **Comdex Fall Show** de Las Vegas, où le Canada aura également un stand national.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. George Willows, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél.: (613) 944-6576. Fax : (613) 944-9119.

L'exploitation des débouchés à l'étranger

Toronto — Les entreprises de toutes tailles auront la possibilité, le 11 novembre 1993, d'améliorer leur capacité d'exploitation des débouchés commerciaux à l'étranger.

Il leur suffira de participer, à titre d'exposant ou de visiteur, à **Global Connections 93**, la plus importante manifestation du genre organisée au Canada par le secteur privé. Les entreprises prennent part à des ateliers de formation, à des kiosques d'exposition et à des séances de maillage d'entreprises.

Global Connections mettra en présence, d'une part, des importateurs et des exportateurs potentiels et, d'autre part, des exposants et des organisations susceptibles d'accélérer le processus commercial.

D'abord axée sur l'Europe de l'Est, en 1991, puis sur le Mexique et l'ALENA, en 1992, cette manifestation — plus de 70 exposants cette année — se tourne maintenant vers l'Allemagne et la nouvelle Europe.

On y retrouve des agences de voyages, des hôtels, des transporteurs, des banques, des entreprises de traduction et de télécommunication et des sociétés immobilières, ainsi que des organismes gouvernementaux, des groupeurs, des courtiers en douane et des gouvernements étrangers.

Communiquer avec M^{me} Maria Baptiste, responsable des expositions pour Exsel Marketing Inc., 940, avenue Lansdowne, Toronto, M6H 4G9. Tél. : (416) 534-9933. Fax : (416) 534-2739.

Accent sur les pâtes et papiers

Vancouver — Les entreprises du secteur des pâtes et papiers qui projettent de faire des affaires dans l'Ouest de l'Amérique du Nord ou dans le bassin du Pacifique auraient tout intérêt à assister à la **Pacific Paper Expo**, qui se tiendra ici du 23 au 25 novembre 1993.

Déjà plus de 65 conférenciers d'Amérique du Nord, d'Europe et de pays du bassin du Pacifique ont confirmé leur

participation au volet technique, dont un des sujets dominants sera la certification de conformité à la norme 9000 de l'ISO.

Les entreprises souhaitant obtenir davantage de renseignements peuvent communiquer, à Toronto, avec M. Blaine Buott, tél. : (416) 596-5828, ou, à Vancouver, avec Gail Scream, tél. : (604) 891-5611.

La cuisine canadienne au menu d'une exposition suisse

Bâle - Les fournisseurs de l'industrie alimentaire canadienne auront l'occasion de montrer leurs capacités culinaires sur le marché suisse.

Cette exposition, qui se tiendra ici du 18 au 24 novembre 1993, porte le nom officiel de **15^e Exposition internationale de l'hôtellerie et de la restauration industrielles et collectives et Exposition culinaire mondiale avec Concours international de gastronomie**.

Elle est plus simplement désignée sous le nom de **IGEHO 93**. Le personnel de l'ambassade du Canada à Berne y tiendra un stand d'information (comme cela a été le cas aux expositions antérieures de 1987, 1989 et 1991).

Les entreprises désirant participer à **IGEHO 93** doivent envoyer à la Direction commerciale de l'ambassade

du Canada, C.P. CH-3000, Berne 6, Suisse - pour réception avant le 10 novembre - dix pochettes de brochures, un nombre égal de cartes d'affaires, quelques affiches, des échantillons de denrées non périssables, des vidéos ou des articles gratuits.

Derniers conseils : les colis doivent être emballés soigneusement afin d'éviter qu'ils ne soient endommagés au cours de l'expédition; il faut inscrire Berne comme destination finale sur tous les envois; enfin, les entreprises doivent informer l'ambassade de leurs contacts en Suisse et (ou) de leurs objectifs de commercialisation sur le marché suisse.

Après l'exposition, les entreprises participantes seront mises au courant de l'intérêt manifesté par les visiteurs à l'égard de leurs produits.

Les entreprises environnementales invitées à Puerto Rico

San Juan — Porto Rico, qui compte plus de 3,6 millions de consommateurs et où l'on fait des affaires à l'américaine, constitue, après le Mexique et le Brésil, le troisième marché d'exportation du Canada en Amérique latine. En 1992, Porto Rico a importé des produits d'une valeur de 500 millions de dollars, un montant qui pourrait augmenter si les sociétés canadiennes participaient

avec succès à **Enviro-Pro**, une foire commerciale qui y aura lieu du 26 au 28 octobre 1993.

Cette foire, où les entreprises canadiennes sont invitées à présenter de la documentation ou des brochures sur leurs produits, attire des acheteurs de produits, de systèmes et de technologies qui servent au traitement des déchets chimiques ou biotechnolo-

giques dangereux.

Les entreprises intéressées à participer à **Enviro-Pro** ou à exposer du matériel au kiosque d'information du Canada devraient communiquer avec M. John Alexander, Consulat général du Canada, Atlanta (Géorgie) pour obtenir de plus amples renseignements. Tél. : (404) 577-6810. Fax : (404) 524-5046.

Série d'événements internationaux à Milan

À titre de représentante exclusive au Canada de **Fiera Milano** d'Italie, la Chambre de commerce italienne du Canada, qui a son siège à Montréal, fournit de l'aide et des renseignements aux Canadiens intéressés à visiter l'une ou l'autre des expositions de **Fiera Milano** ou à y exposer — **Fiera Milano** compte plus de 95 manifestations annuelles, dont 75 de calibre international. La Chambre organise également chaque année plusieurs missions économiques à des foires spécialisées, tant commerciales qu'industrielles, qui se déroulent dans le cadre de **Fiera Milano**. Quatre de ces missions sont prévues pour l'automne. La liste ci-dessous énumère quelques-unes des manifestations les plus importantes auxquelles les entreprises canadiennes pourraient être intéressées.

Les entreprises désireuses d'obtenir de plus amples renseignements devraient communiquer avec M^{me} Sandra Bonanni, attachée commerciale, Chambre de commerce italienne du Canada, 550, rue Sherbrooke ouest, pièce 680, Montréal H3A 1B9. Tél. : (514) 844-4249. Fax : (514) 844-4875.

- **SMAU** — du 30 septembre au 4 octobre 1993 — Informatique, télématique et systèmes de télécommunication, machines et matériel de bureau.
- **Milano Collezioni** — du 2 au 7 octobre 1993 — Vêtements féminins.
- **IBTS** — du 14 au 18 octobre 1993 — Équipement de radiodiffusion et de télécommunication.
- **MIPEL** — du 15 au 18 octobre 1993 — Produits en cuir.
- **INTERSAN** — du 16 au 18 octobre 1993 — Articles orthopédiques techniques et sanitaires, articles sanitaires, instruments chirurgicaux, appareils physioélectromédicaux, équipement hospitalier, corsets et articles sanitaires pour enfants, aidés pour les personnes handicapées.
- **Esposizione Internazionale Del Ciclo E Motociclo** — du 18 au 24 octobre 1993 — Bicyclettes et motocyclettes.

- **MIFED** — du 24 au 29 octobre 1993 — Marché du cinéma et de la télévision.
- **Expo Trade** — du 5 au 9 novembre 1993 — Équipement, technologie et services destinés à l'industrie touristique; aliments et boissons; produits non alimentaires; produits, équipements et accessoires destinés aux restaurants de classe supérieure.
- **Milanomedicina** — novembre 1993 — Nouvelles tendances en médecine.

- **Rich & Mac** — du 23 au 27 novembre 1993 — Chimie, équipement chimique destiné à l'analyse, aux tests de recherche et à la biotechnologie.
- **MOSAN** — du 23 au 27 novembre 1993 — Articles sanitaires.
- **BIAS** — du 23 au 27 novembre 1993 — Automation, robotique et micro-électronique.
- **ESMA** — du 30 novembre au 2 décembre 1993 — Vêtements de tricot.

... et à Singapour

Un certain nombre d'expositions qui se dérouleront à Singapour et qui visent principalement le marché asiatique devraient avoir lieu au cours des prochains mois.

La liste des manifestations suivantes a été fournie par le représentant canadien des organisateurs (avec lequel les intéressés devraient se mettre en rapport): UNILINK, 50 Weybridge Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

MachineAsia93 — du 26 au 30 octobre 1993 — **Dixième exposition industrielle internationale asiatique sur la machine-outil et conférence AiM 1993.** Machines-outils, machines pour le travail et le formage des pièces, outils, accessoires et pièces figurent parmi les produits et les pièces d'équipement exposés.

Material HandlingAsia93 — du 26 au 30 octobre 1993 — **Deuxième exposition internationale asiatique sur la manutention et l'entreposage des matériaux.** Transporteurs, palets et courroies, grues et palans, plate-formes de travail surélevées, systèmes de contrôle des stocks et accessoires ne sont que quelques-uns des éléments de cette exposition.

WeldtechAsia93 — du 26 au 30 oc-

tobre 1993 — **Deuxième exposition internationale asiatique sur la soudure et le traitement des surfaces.** En vedette : le matériel, les machines et les accessoires de soudage; l'équipement, les machines et les accessoires à découpage; l'outillage et les accessoires d'essai; les chaudières et brûleurs; les produits et services connexes.

Manufacturing ServicesAsia93 — du 26 au 30 octobre 1993 — **Exposition internationale asiatique de la sous-traitance et de l'équipement, des matériaux et des services industriels.** L'électricité et l'électronique dans la fabrication; la sous-traitance et le génie de soutien; l'informatique dans la fabrication; l'entreposage; la pneumatique et l'hydraulique; l'équipement d'usine; la machinerie destinée à la maintenance et à la fabrication spécialisée; la machinerie servant à la fabrication du plastique et du caoutchouc.

WoodmacAsia93 — du 23 au 27 novembre 1993 — **Sixième exposition et conférence internationales asiatiques sur la foresterie, le travail du bois et les pièces de meubles.** Matériel et machinerie destinés à l'exploitation forestière, au sciage, au traitement des grumes et au travail du bois; machinerie servant à la fabrication de meubles, pièces et accessoires entrant dans la fabrication des meubles.

Produits alimentaires pour le Japon

La Direction de l'expansion du commerce au Japon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et nos délégués commerciaux au Japon, en collaboration avec les milieux industriels provinciaux et privés, ont lancé un programme novateur pour accroître les exportations à valeur ajoutée du Canada vers le Japon.

Le programme porte sur le secteur agro-alimentaire. Ce secteur représente, avec celui des pêches, 20 % des exportations du Canada vers le Japon, qui sont surtout constituées de produits primaires. La valeur des exportations du secteur agro-alimentaire s'est chiffrée à 1,48 milliard de dollars en 1992. Les oléagineux et les céréales représentaient 70 % de ce total.

Par contre, les exportations à valeur ajoutée (viande, aliments transformés et boissons) n'en constituaient que 19 % ce qui indique que le secteur des hôtels, des restaurants et des institutions offre la meilleure possibilité d'accroître les exportations d'aliments et de boissons à valeur ajoutée.

La meilleure façon de vendre des produits au secteur des hôtels, des restaurants et des institutions est d'établir des rapports avec ceux qui prennent les décisions d'achat ou qui influent sur celles-ci : les chefs. À cette fin, une stratégie innovatrice à trois volets a été développée, laquelle pourrait donner un tour nouveau à l'approche traditionnelle.

La stratégie comprend l'élaboration de menus, la visite de chefs et des concours annuels de chefs.

Dans le cadre de l'élaboration de menus, des grands restaurants et hôtels du Japon accueillent des salons canadiens de l'alimentation. Des chefs canadiens sont invités à élaborer des mets à partir d'ingrédients canadiens disponibles au Japon. Les mets sont ajoutés au menu de l'hôtel ou du restaurant pendant la durée du salon. Le chef canadien élabore non seulement les mets, mais se rend aussi au Japon pour prêter son concours pendant le salon, surveiller

la préparation et la présentation des divers mets et plats figurant au menu.

Dans le cadre du programme de visites, des chefs japonais sont invités au Canada et présentés à l'industrie alimentaire canadienne.

Par exemple, le mois prochain, des chefs se rendront à Calgary où l'*Hospitality Careers Department of Southern Alberta Institute of Technology (SAIT)* fera la démonstration de divers mets, en mettant l'accent sur le boeuf et le veau. En plus des démonstrations, le SAIT a organisé une visite dans un ranch et dans une usine de conditionnement. Des visites de cuisines commerciales sont également prévues.

Les visiteurs pourront ainsi voir non seulement le cycle complet, mais les soins, l'attention et les préoccupations

à l'égard de la sécurité des aliments qui caractérisent les opérations — élément de vente clé sur le marché japonais.

Le troisième élément, qui en est au stade de la planification, sera un concours organisé par la *All Japan Chefs Association*. Le concours annuel portera sur deux produits. Cette année, le homard et le saumon seront à l'honneur. Cet événement annuel atteindra son point culminant par la remise de la «coupe culinaire du Canada» au chef gagnant. Pour de plus amples renseignements Communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce au Japon (PNJ), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Fax : (613) 943-8286.

AU CALENDRIER

Toronto — les 18 et 19 septembre 1993 — La Banque fédérale de développement (BFD) et Warrington International organisent une série complète de séminaires en deux parties (les particuliers peuvent participer à un programme ou aux deux) conçus précisément pour les entrepreneurs importateurs ou exportateurs. Les programmes et les dates sont les suivants: **Financement des importations et des exportations; détermination des sources de capitaux et mesures relatives aux paiements et au recouvrement** (18 septembre); **Douanes canadiennes, documentation, transport et assurance** (19 septembre). Pour de plus amples renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Hugh Sheldon, BFD, Toronto. Tél.: (416) 366-8490/973-1144. Fax : (416) 947-1534/973-5529.

Toronto — 21, 22 et 23 septembre; **Vancouver** — 30 septembre, 1^{er} et 2 octobre — séminaires sur les **lettres de crédit, le risque-devise et les défis de la culture**. Les thèmes de ces ateliers

vont de la façon d'interpréter un contrat de vente, des méthodes de paiement et de l'analyse des risques aux éléments fondamentaux du risque-devise, des coutumes culturelles et des pratiques commerciales. Pour des renseignements sur l'inscription et les frais, communiquer avec les organisateurs des séminaires, Global Educators in Trade Inc., North York (Ontario). Tél. : (416) 733-8236. Fax : (416) 499-9267.

Toronto — 23 septembre; **Vaughan** — 13 octobre; **Whitby** — 19 octobre; **North Bay** — 9 novembre; **Sault-Ste-Marie** — 10 novembre; **Hamilton** — 24 novembre — séminaires sur les **foires commerciales rentables**. Ces ateliers, présentés par l'expert en foire commerciale Barry Siskind, s'adressent aux coordonnateurs des foires, aux directeurs des ventes et au personnel des sociétés qui participent à des foires commerciales ou projettent d'y participer. Communiquer avec International Training and Management Company, Toronto. Tél. ou fax : (416) 483-3836.

PUBLICATIONS

Le marché de la Nouvelle-Angleterre

Le consulat général du Canada à Boston a préparé 11 brèves études de marché qui donnent un aperçu de différents secteurs de services dans les États de la Nouvelle-Angleterre. On peut les obtenir en s'adressant à Info Export et en précisant le numéro correspondant (voir encadré au bas de cette page).

Les études portent sur les secteurs suivants : services financiers (114UA); enseignement et formation (115UA); génie-conseil (116UA); gestion-conseil (117UA); systèmes d'information géographique (118UA); design d'intérieur (119UA); services juridiques (120UA); services comptables (121UA); services généraux aux entreprises (122UA); relations publiques (123UA); et sciences et techniques (124UA).

Ces aperçus abordent des sujets tels la structure sectorielle, les obstacles à l'entrée, les intervenants, les grands projets, les événements, les sources d'information et les voies de distribution.

Le multiculturalisme en affaires

Le partenariat s'avère essentiel pour réussir dans une économie de plus en plus mondiale. Dans cet esprit, le ministère du Patrimoine canadien offre aux gens d'affaires intéressés à accroître leurs marchés étrangers un nouvel outil qui favorise l'établissement de réseaux et de partenariats : il s'agit d'un ouvrage qui s'intitule «*Le multiculturalisme, une bonne affaire : Répertoire à l'intention des gens d'affaires*». La deuxième édition, parue cette année,

comprend plus de 350 contacts dans des associations commerciales et professionnelles ethnoculturelles, des associations commerciales bilatérales, des sociétés d'épargne et de crédits ethniques et les principales associations nationales des médias. Pour recevoir un exemplaire du répertoire, veuillez communiquer avec la Direction générale des communications, ministère du Patrimoine canadien, Ottawa (Ontario) K1A 1K5. Tél. : (819) 994-0055. Fax : (819) 994-7687.

Répertoire sur la Russie

Russia 1993 : Political and Economical Analysis and Business Directory est une publication qui intéressera quiconque envisage de faire des affaires dans cette partie du monde.

Ce répertoire de langue anglaise, fruit de recherches sur place à la fin de 1992, présente un survol du climat socio-économique actuel et de la structure organisationnelle de l'économie de la Fédération de Russie.

Le répertoire dresse la liste des principales sociétés privées et d'État, avec leur numéro de téléphone et de télécopieur, et contient des renseignements sur l'investissement étranger, le droit du travail, la structure industrielle et la réglementation douanière en Russie.

On peut se procurer cette publication de 320 pages, au coût de 75,00 dollars l'exemplaire, en communiquant avec la Chambre canadienne allemande de l'industrie et de commerce inc., 1010, rue Sherbrooke ouest, pièce 1604, Montréal (PQ) H2A 3R7. Tél. : (514) 844-3051. Fax : (514) 844-1473.

Les normes et la qualité

Les personnes d'affaires désirant se renseigner davantage sur les normes de systèmes de qualité et, en particulier, la série ISO 9000, voudront se procurer la brochure de 14 pages intitulée *Les normes et la qualité*, en anglais et en français, publiée par le Conseil canadien des normes.

Destinée à servir de point de départ aux gestionnaires qui se soucient de la qualité, cette brochure donne une définition de la qualité, fait l'historique des normes de systèmes de qualité, explique comment obtenir un registre (certification) par rapport à une norme, traite du recrutement d'un consultant et présente les éléments de la série ISO 9000.

Pour se procurer un exemplaire gratuit, s'adresser à la Direction des communications, Conseil canadien des normes, 45, rue O'Connor, bureau 1200, Ottawa (Ontario), K1P 6N7. Tél. : (613) 238-3222. Fax : (613) 995-4564.

Guide pour le Venezuela

AECEC vient tout juste de publier «*Venezuela-Guide de l'exportateur canadien*». Comme les autres parutions de cette série très populaire, le guide est disponible en français (8LF) comme en anglais (8LA) et se divise en cinq parties : le pays (renseignements généraux), renseignements commerciaux, le voyage d'affaires proprement dit, l'aide fédérale à l'exportation et les adresses utiles. Disponible auprès d'InfoExport. Voir encadré au bas de cette page.

InfoExport

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

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopie officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la pu



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

DOCS
A1
SA
16f
. 11
ct 1,
993
copy 2

CANAD^EEXPORT

Vol. 11 N°16

SEP 24 1993

1^{er} octobre 1993

Octobre, le mois de l'exportation

Export Vision, le monde à votre porte

ExportVision, événement important d'octobre, mois du commerce international du Canada, offre aux exportateurs canadiens la possibilité unique de prendre connaissance de marchés éventuels dans toutes les régions du monde.

Au lieu de se rendre sur place, les

exportateurs ou exportateurs éventuels peuvent obtenir de précieux renseignements sur les marchés en rencontrant des experts en commerce extérieur d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, dont un grand nombre se rendront dans les grands centres

canadiens entre le 18 et le 22 octobre.

Au cours de ces réunions, l'accent sera mis sur quatre grands secteurs: le matériel et les services d'exploitation minière, les produits et services d'hygiène et de santé; les machines et la technologie industrielles et électriques et le poisson.

(Des agents de commerce du secteur de l'agro-alimentaire seront au Canada du 18 au 28 novembre pour tenir d'autres réunions).

Ci-après figurent (selon le secteur, l'endroit et la date) les prochains événements d'**Export Vision** ainsi que le port d'attache des experts du commerce qui seront présents.

ACDI : 15 millions \$ pour la croissance des échanges Canada-Maroc

L'Agence canadienne de développement international (ACDI) a réactivé depuis quelques mois sa ligne de crédit pour le Maroc. D'une valeur de 15 millions \$, celle-ci sera ouverte jusqu'au 31 mars 1996.

Cette ligne de crédit favorise la création et le renforcement de liens commerciaux et le développement d'un partenariat entre le secteur privé canadien et les milieux d'affaires marocains.

Les projets d'investissement pourront être financés conjointement avec des institutions financières canadiennes, marocaines ou internationales.

Les requêtes devront répondre à certains critères d'admissibilité. Il s'agira de propositions de biens et services canadiens. Sera exclue toute demande concernant le militaire, le nucléaire, ou la fourniture de matières ou denrées alimentaires. De plus, un montage financier devra accompagner chacune des propositions. Ce dossier devra faire état des financements obtenus et préciser le montant demandé à l'ACDI pour la réalisation du projet. La contribution de l'ACDI représentera de 20% à 40% de

la valeur du projet.

Par ailleurs, l'ACDI exigera de toute proposition qu'elle réponde au critère de développement et démontre le caractère durable de son initiative. L'Agence cherchera à encourager des projets de partenariats canado-marocains et susceptibles de développer et d'entretenir des liens économiques mutuellement bénéfiques.

Les propositions devront également démontrer que l'identification du four-

nisseur canadien est le résultat d'un processus compétitif ou d'exclusion, selon le cas; à moins que la contribution demandée à l'ACDI ne complète un montage appuyé par une IFI (Institution financière internationale).

Les propositions seront acheminées à l'Ambassade du Canada à Rabat qui en assurera l'acheminement vers le ministère des Finances du Royaume du Maroc. Il a été convenu que les requêtes reçues par une partie seront aussitôt communiquées à l'autre partie.

Communiquer avec Ginette Saucier, ACDI, 200 Promenade du Portage, Hull (Québec), K1A 0G4. Tél. : (819) 994-1140.

**Supplément
Canada - CE**

voir pp. 5 - 7

Matériel et services d'exploitation minière

Montréal—19 octobre; **Toronto**—20 octobre; **Sudbury**—21 octobre; **Vancouver**—22 octobre. Lima, Mexico, Santiago, Caracas, Djakarta, Sydney, Manille, marchés Africains, Beijing, Minneapolis.

Produits et services d'hygiène et de santé

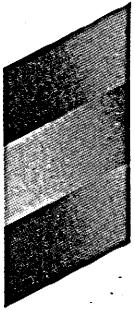
Halifax—18 octobre; **Montréal**—19 octobre; **Toronto**—20 octobre; **Winnipeg**—21 octobre; **Calgary**—

(Voir page 2 — Export Vision)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Profil du marché syrien	4
Foires commerciales	9-10
Au calendrier	11
Publications	12

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

En affaires au Zaire? au Congo? Le bureau canadien peut vous aider

Les gens d'affaires se rendant au Zaire ou au Congo seront heureux d'apprendre que même si l'Ambassade du Canada est fermée, ils peuvent néanmoins avoir recours au Bureau canadien, situé dans les locaux de l'Ambassade des Etats-Unis. Coordonnées pour le Zaire : M. Yvon Bouthillette, Bureau canadien, BP 8341, Kinshasa, Zaire. Tél. : (011-243) 12-2152/21913/21910/21737 Ext. 2314 ou 2313. Fax : (011-243) 88-43805. En cas de difficulté, veuillez rejoindre Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada au (613) 944-6579. De son côté, le Haut-Commissariat du Canada à Nairobi (Kenya) prend la relève pour le Rwanda et le Burundi. Tél. : (011-254-2) 214-804. Fax : (011-254-2) 226-987/216-485.

Numéros à noter

Les numéros principaux de téléphone de l'ambassade du Canada à Athènes (Grèce) sont : (011 30 1) 725-4011/12/13/14/15/16/17/18/19. Le numéro de télécopieur pour la section commerciale est (011 30 1) 725-3994.

Export Vision (suite de la première page)

22 octobre. Munich, Berne, Mexico, La Havane, Kuala Lumpur, Amman, Séoul, Chicago, Boston, New York, Minneapolis

Machines et technologie industrielles et électriques

Montréal — 19 octobre; Toronto — 20 octobre; Saskatoon — 21 octobre; Vancouver — 22 octobre. Mexico, Bogota, Sao Paulo, Djakarta, New Delhi, Manille, Taipei, Bangkok, Chicago, Pittsburgh, Cleveland, Detroit, Riyad, Tel Aviv.

Poisson

Vancouver/Halifax — 18 octobre; St. John's — 20-21 octobre; Charlottetown/Moncton/Bay of Fundy — 22 octobre. Londres, Paris, Madrid, Bonn, Milan, Oslo, Mexico, Moscou, Tokyo, Osaka, Hong Kong, Canberra, Boston, Los Angeles, Atlanta, Detroit, Minneapolis.

Les exportateurs peuvent ménager des rencontres en communiquant avec le Centre du commerce international (voir ci-dessous) de leur région.

• CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL •

COLOMBIE-BRITANNIQUE
(comprenant le Territoire du Yukon)
Vancouver
Tél. : (604) 666-0434
Fax : (604) 666-8330

**ALBERTA (y compris
les Territoires du Nord-Ouest)**
Edmonton
Tél. : (403) 495-2944
Fax : (403) 495-4507

Calgary
Tél. : (403) 292-6660
Fax : (403) 292-4578

SASKATCHEWAN
Saskatoon
Tél. : (306) 975-5315
Fax : (306) 975-5334

MANITOBA
Winnipeg
Tél. : (204) 983-6531
Fax : (204) 983-2187

ONTARIO
Toronto
Tél. : (416) 973-5053
Fax : (416) 973-8161

QUÉBEC
Montréal
Tél. : (514) 283-8185
Fax : (514) 283-8794

NOUVEAU-BRUNSWICK
Moncton
Tél. : (506) 851-6452
Fax : (506) 851-6429

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD
Charlottetown
Tél. : (902) 566-7400
Fax : (902) 566-7450

NOUVELLE-ÉCOSSE
Halifax
Tél. : (902) 426-7540
Fax : (902) 426-2624

TERRE-NEUVE
St. John's
Tél. : (709) 772-5511
Fax : (709) 772-2373

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

La délégation commerciale d'Autriche a fourni une liste des entreprises autrichiennes désireuses de représenter des sociétés canadiennes en Europe centrale et en Europe de l'Est. Les activités de la société, le pays ou la région qui l'intéresse et les personnes-ressources sont indiqués ci-après. On conseille aux lecteurs de vérifier la bonne foi de ces sociétés avant de conclure une entente contractuelle.

Une société qui s'occupe du commerce des **machines d'impression, d'emballage et d'équipement** destiné à l'in-

industrie du papier offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Brüder Henn, Mommsengasse 5, 1041 Wien. Tél.: 1/505 7604. Fax : 1/505 3681.

Une société qui s'occupe de **d'équipement médical et de biens de consommation** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Busch Gesmbh, Plösslgasse 6/3, 1040 Wien. Tél.: 1/505 6134. Fax : 1/505 7214.

Une société qui s'occupe de **produits pharmaceutiques et de matières premières** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Chemex, Export-Import Gesmbh, Endresstrasse 121, 1230 Wien. Tél.: 1/885591. Fax : 1/882617.

Une société qui s'occupe de **technologie médicale et de biens de consommation pharmaceutiques** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la République tchèque, à la Slovaquie, à la Hongrie, à la Bulgarie et à la Roumanie (Timisoara). Communiquer avec Convalexius Trading, Endresstrasse 125, 1230 Wien. Tél.: 1/885601. Fax : 1/8856015.

Une société ayant un bureau à Moscou qui s'occupe de **tous les genres de produits** offre de représenter des organismes qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Delta, Industrieberatungs Gesmbh, Auhofstr. 17c, 1130 Wien. Tél.: 1/878 01 0. Fax : 1/878 01 35.

Une société qui s'occupe de **logiciels, d'électronique, d'électrotechnique et de technologie de mesure et de contrôle** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la République

tchèque, à la Slovaquie, à la Pologne, à l'Ukraine, à la Hongrie et à la Bulgarie. Communiquer avec Habatec, Technischer Industriebedarf, Brahmweg 33, 2201, Gerasdorf/Oberlisse. Tél.: (0) 2246/2248 0. Fax : 2246/2248 81.

Un organisme qui s'occupe de **tous les genres de produits** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Kaufmann, Handels & Vertretungsgesmbh, Mozartgasse 16, 2232 Deutsch-Wagram. Tél./fax : (0) 2247/4354.

Une société qui s'occupe de **technologie médicale, de technologie de percement et de machines de buanderie** offre de représenter des entreprises canadiennes qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Kimex Gesmbh, Josef-Heiss-Strasse 6+25, 6134 Vomp. Tél.: (0) 5242 6942. Fax : (0) 5242 6942 19.

Une société de **biens de consommation, (électronique, technologie et machines de production)** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Klein & Klein, International Business, Hietzinger Kai 95, 1130 Wien. Tél.: 1/877 8618. Fax : 1/877 7441 43.

Une entreprise qui s'occupe de **biens de consommation, de produits de bois, de matériaux de construction et de fabrication de cheminées** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Masiwa Import Export, Beteiligungsgesmbh, Maria-Theresien-Strasse 1, 6020 Innsbruck. Tél.: (0)512/578838. Fax : (0) 512/584747.

Une société qui s'occupe de **biens de consommation, de construction d'installations agricoles et de denrées alimentaires** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Mavim Gesmbh, Alserbachstrasse 18, 1090 Wien. Tél.: 1/3107295. Fax : 1/3107295 9.

Une société qui s'occupe de **cosmétiques et de poudres pharmaceutiques** offre de représenter des entreprises canadiennes qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Micromin Gesmbh, Industriezone West, 4482 Ennsdorf. Tél.: (0) 7223 6161. Fax : (0) 72223 6164 9.

Une entreprise de **technologie médicale et de biens de consommation** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec M. Karl J. Pisec, Export-Import-Transit, Gusshausstr. 12, 1040 Wien. Tél.: 1/505 32 15. Fax : 1/505 13 73.

Une entreprise de **technologie médicale et de biens de consommation** offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec M. Karl J. Pisec, Export-Import-Transit, Gusshausstr. 12, 1040 Wien. Tél.: 1/505 32 15. Fax : 1/505 13 73.

Une société qui s'occupe de **papier à cigarette, de filtres de cigarette, de papier spécial à imprimer et de traitement industriel** offre de représenter des entreprises canadiennes qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Pitten Export Office, Steggasse 42, 2823 Pitten. Tél.: (0)2627/2923. Fax : (0) 2627/2990.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

*Syrie***Comment tirer profit de la reprise économique**

L'article suivant a été présenté par l'ambassade du Canada à Amman (Jordanie).

Au cours de la dernière décennie, de graves pénuries de devises étrangères et la rareté des crédits occidentaux ont limité la participation des pays occidentaux à des activités menées dans le cadre de projets ainsi que la fourniture de produits et de services. Cependant, par suite de l'adoption d'une nouvelle loi sur les investissements et de la libéralisation générale du marché, la Syrie est sur le point de devenir un marché important.

La nouvelle Loi n° 10 sur les investissements, a réussi, surtout en faisant appel à des accords de fabrication sous licence et de franchisage avec l'étranger, à attirer des investissements d'environ 2 milliards de dollars dans des industries diversifiées.

En outre, les exportations récentes de pétrole brut, de produits agricoles et de textiles ont généré un afflux de capitaux. De plus, la disponibilité de financement provenant de divers fonds arabes a alimenté la demande accumulée en matière de développement économique.

Le gouvernement réduit les restrictions imposées depuis longtemps au secteur privé et abolit les restrictions à l'importation et envisage d'adopter un taux de change unique.

Compte tenu de la reprise soutenue de l'économie syrienne, d'importants travaux se poursuivent dans divers domaines : l'approvisionnement en eau, l'épuration et les installations de traitement des eaux usées dans les centres urbains, les aciéries et usines d'engrais clés en main, deux usines de textiles, l'amélioration et l'agrandissement de raffineries de pétrole, les pipelines et les télécommunications.

Dernièrement, des sociétés canadiennes se sont vu octroyer des contrats dans le secteur du pétrole et du gaz.

**SECTEURS PRÉSENTANT DES DÉBOUCHÉS
Télécommunications**

Une expansion considérable du réseau de télécommunication (930 000 lignes d'abonnés) est en cours. Le pays a besoin de systèmes de télécommunication pour desservir les régions rurales densément peuplées. Plusieurs projets de télécommunication sont envisagés, dont l'amélioration d'une station-satellite terrestre et la construction d'une nouvelle station-satellite terrestre pour laquelle un contrat a été octroyé récemment à STS des États-Unis.

La Syrie projette également de construire un câble sous-marin à fibres optiques entre la Syrie et Chypre, une autre liaison par fibres optiques vers la Jordanie et une liaison par faisceau hertzien avec le Liban.

La Société de télécommunication de la Syrie (STE) se charge habituellement de ces projets et achèterait le matériel dans le cadre d'appels d'offres internationaux.

La STE a un certain nombre de projets qui pourraient intéresser les Canadiens:

- un petit système numérique de commutation téléphonique en milieu rural (liaison rurale par faisceau hertzien) pour la zone rurale de Damas et la zone rurale d'Alep.

- une étude de faisabilité sur l'utilisation de satellites, une station portative de liaison par faisceau hertzien et une station portative;

- un système GSM (cellulaire);

- un X-25 Data (Réseau numérique à intégration de services), 32 portes; STE a conclu une entente avec GANDALF (Canada) pour la formation du personnel affecté au X-25;

- un plan en trois étapes pour l'installation de réseaux de téléphones mobiles.

Électricité et énergie

La Syrie applique un plan à court et à moyen termes pour l'amélioration et l'expansion des réseaux de production et de distribution de l'électricité afin de

répondre aux besoins en électricité des ménages et des industries.

Plusieurs usines génératrices diesel sont converties au gaz naturel. Environ 750 km de pipelines ont été aménagés au cours des deux dernières années pour transporter le gaz des gisements vers les grandes centrales électriques et les raffineries.

La consultation, la conception, l'aménagement et la gestion en matière de projets ainsi que les contrats de fourniture et d'érection d'usines clés en main pourraient offrir des débouchés.

Agriculture

L'économie diversifiée de la Syrie a toujours été tributaire de l'agriculture. Dans le cadre de ses efforts visant à promouvoir l'agriculture, le gouvernement, par sa Loi no 10 sur les investissements, permet l'établissement de sociétés mixtes dans lesquelles il détient une participation minimale de 25 %.

Récemment, la Syrie a bénéficié d'une ligne de crédit de 12 millions de dollars canadiens du Fonds de l'OPEP pour le développement international afin d'améliorer l'approvisionnement du pays en aliments, pour améliorer ainsi l'auto-suffisance en denrées alimentaires et générer des rentrées de devises grâce au remplacement d'aliments importés.

Néanmoins, la Syrie continue de dépendre dans une large mesure des importations d'aliments, la valeur des importations annuelles totales de denrées alimentaires étant d'environ 600 millions de dollars canadiens.

Au cours de la dernière saison, on a récolté environ 2,3 millions de tonnes de blé dur d'hiver et 1,2 tonne d'orge en plus du coton, des pommes de terre et des betteraves à sucre et de toutes les sortes de fruits et légumes. Les industries agro-alimentaires (comme l'élevage de bestiaux, la production laitière et la transformation des aliments) of-

(Voir page 8 — Syrie)

Le marché unique

Le Canada et la communauté européenne

LA COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE A officiellement déclaré l'ouverture du marché unique au début de cette année, après cinq années de négociations entre les pays membres en vue de réduire ou d'éliminer les barrières à la libre circulation des marchandises, des personnes, des capitaux et des services. La législation du marché unique régit quinze secteurs différents allant de l'harmonisation technique aux services financiers, à la propriété intellectuelle et aux télécommunications.

Dans bien des secteurs, les pays membres ont leurs propres normes et les exportateurs doivent encore s'adapter à chaque marché individuellement, aux différents principes d'affaires et aux demandes particulières de chaque pays. Néanmoins, les États membres ont déjà mis en oeuvre la plupart des directives nécessaires et la Communauté a éliminé une bonne part des barrières physiques (services des douanes aux frontières et contrôle de l'immigration), techniques (normes techniques, exigences en matière de santé et de sécurité) et fiscales. Toutes les mesures prises pour faciliter la circulation des marchandises, des services, etc. s'appliquent pareillement aux produits des exportateurs non membres de la Communauté européenne. Par conséquent, le marché unique constitue un grand pas en avant et surtout un débouché fort intéressant pour les exportateurs canadiens, étant donné qu'il s'agit d'un marché unifié et riche de plus de 343 millions de consommateurs.

Il importe également de noter que la Communauté européenne se situe au coeur d'un réseau d'accords de commerce et de coopération, lesquels sont en train de redessiner la carte économique et com-

merciale de l'Europe. En mai 1992, la Communauté européenne et les États membres de l'Association européenne de libre-échange (AELE) ont créé la Zone économique européenne, qui étend les libertés du marché unique aux échanges commerciaux entre la CE et l'AELE. Les pays membres de l'AELE se plieront aux règles de la CE sur le droit des sociétés, la protection des consommateurs, l'éducation, la sauvegarde de l'environnement, la recherche et le développement, la politique sociale, la reconnaissance mutuelle des qualifications professionnelles et, dans une certaine limite, le libre mouvement des capitaux. Ils adopteront également les règles de concurrence de la CE concernant les questions antitrust, l'abus de position dominante, les marchés publics, les fusions et l'aide. En outre, la CE a conclu de nouveaux accords de coopération avec la Pologne, la Hongrie, les Républiques tchèques et slovaques, la Roumanie et la Bulgarie. Ces accords définissent le calendrier de mise en place d'une vaste zone économique, financière et de libre-échange faisant une plus large place à la coopération culturelle et politique. Les parties aux accords adopteront le libre-échange par étapes, suivant un calendrier asymétrique de réduction des tarifs douaniers et des contingentements. Enfin, la Communauté elle-même s'élargit. À l'heure actuelle, elle négocie l'adhésion de quatre nouveaux membres, à savoir la Suède, la Finlande, la Norvège et l'Autriche.

L'Europe est aux prises avec un chômage élevé et une croissance économique faible, mais la richesse, la diversité et la complexité du marché, ainsi que l'énorme potentiel que présentent diverses régions et des segments précis du marché offrent des possibilités excellentes pour les exportateurs canadiens.

Études de marché sur l'Europe 1992

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a suivi étroitement le programme du marché unique Europe 1992 et a informé le public par diverses activités, comme des conférences dans tout le Canada, des publications et des services de consultation.

Depuis 1991, AECEC a publié des rapports fondés sur des études de marchés réalisées par des experts-conseils canadiens et européens sur de nombreux sujets, notamment l'industrie environnementale, l'industrie océanographique, les logiciels, les télécommunications et les produits en bois à valeur ajoutée. Ci-dessous figure une liste des publications disponibles auprès d'Info Export, au numéro de téléphone sans frais suivant : 1-800-267-8376 :

1992 Impact de l'unification du marché européen Conséquences pour l'Europe (1EF)

Rapports sur les secteurs suivants :

- Synthèse (2EF)
- Produits agro-alimentaires (14EF)
- Industrie de l'automobile (15EF)
- Défense, Aérospatiale et Transport (17EF)
- Services financiers (18EF)
- Produits de la pêche (19EF)
- Produits forestiers (20EF)
- Produits et services industriels (21EF)
- Minéraux et métaux (22EF)
- Service professionnels et d'experts-conseils : Avocats d'affaires et experts-comptables (23EF)
- Produits chimiques de spécialité, nouveaux matériaux, produits pharmaceutiques et biotechnologie (24EF)
- Télécommunications et informatique (25EF)
- Droit des Sociétés (32EF)

Rapports du groupe de travail Europe 1992

- Produits agricoles et alimentaires (3EF)
- La politique de concurrence (4EF)
- Produits défense (5EF)
- Le matériel et les services industriels et de transport (9EF)
- Propriété intellectuelle (10EF)
- Des minéraux et des métaux (11EF)
- Secteurs des télécommunications et informatique (13EF)
- Les normes, les essais et la certification (29EF)
- Les services financiers (33EF)
- Union économique et monétaire européenne (34EF)

Rapports spéciaux

- Les questions connexes (35EF)
- Les alliances stratégiques : Passeport pour l'Europe (51EF)

- Un aperçu des stratégies d'affaires canadiennes en Europe (77EF)

Rapport sur Horizon le monde (Europe)

- Le marché danois des logiciels (70EF)
- Les télécommunications en suède (102EF)
- Le marché belge des télécommunications (100EF)
- Le marché informatique en Norvège (103EF)

N.B. : Les titres ci-dessous ne sont pas encore disponibles en français.

- *The U.K. Food and Drink Packaging Industry* (99EA)
- *The Telecommunications Industry in Portugal* (101EA)
- *Italian Capabilities in Electronic Materials* (104EA)
- *The Danish Biotechnology Market* (108EA)
- *Biotechnology Spain-Canada* (109EA)
- *The U.K. Environmental Industry* (110EA)
- *The Market for Industrial Wastewater Products and Services in Italy* (112EA)
- *The Wastewater Treatment Market in Germany* (113EA)
- *German Ocean Technology Industry* (117EA)

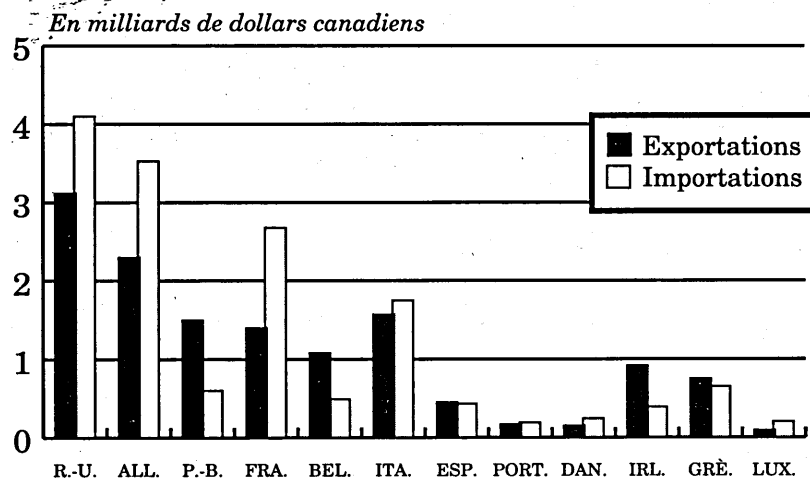
Tarifs douaniers de la Communauté européenne

Les entreprises canadiennes peuvent se procurer les droits de douane de la Communauté européenne sur disquettes informatiques spéciales en s'adressant à **Info Export** et aux Centres du commerce international dans tous le pays. (48EF)

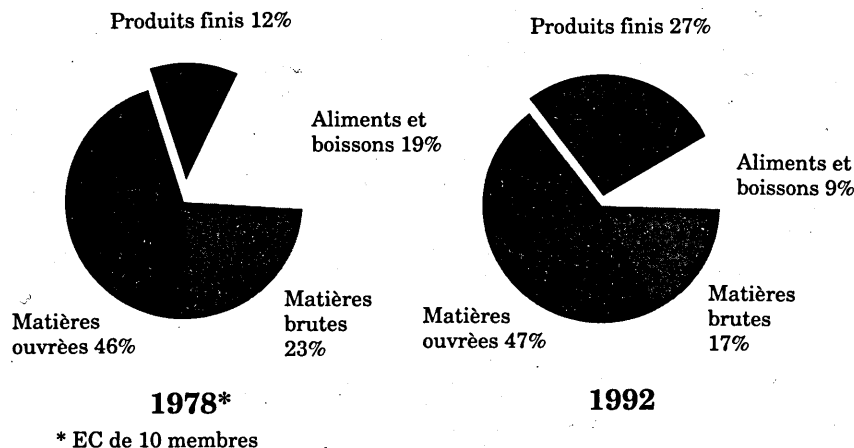
Normes européennes

Nous collaborons avec le Conseil canadien des normes pour faciliter la diffusion d'information sur les normes de la CE. Le Conseil canadien des normes offre maintenant un service direct (disponible sur le réseau Datapac et INET, numéro de téléphone : 1-800-267-8220).

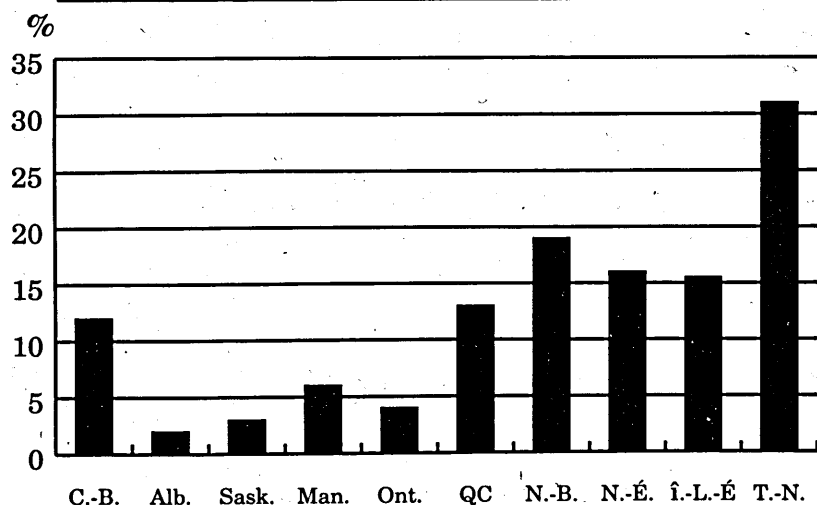
Commerce du Canada avec la CE (1992)



Composition de nos exportations vers la CE



Exportations vers la CE en pourcentage des exportations totales des provinces (1992)



Le marché :

La CE est le deuxième partenaire commercial du Canada en importance, les exportations de ce dernier ayant atteint 11,4 milliards \$ et les importations 14,7 milliards \$ en 1992. Il y a seize ans, ces chiffres se situaient à 4,5 et 3,1 milliards respectivement. Les exportations du Canada sont encore dominées par les richesses naturelles, mais la fabrication de machines et d'équipement et le secteur des produits de haute technologie ont fait un bond de près de 22%.

Le marché de la CE est très important pour pratiquement toutes les provinces. Les plus grosses provinces exportatrices vers ce marché en 1992 ont été l'Ontario, le Québec et la C.-B., avec respectivement 3,5 milliards, 3,4 milliards et 2 milliards \$ en chiffres absolus. Toutefois, en pourcentage des exportations totales de chaque province, Terre-Neuve est celle qui exporte le plus vers la CE, soit près de 31% de ses exportations totales, suivie du Nouveau-Brunswick, avec 19% et de la Nouvelle-Écosse, avec 16%. Au sein de la CE, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France sont les principaux débouchés du Canada. Les Pays-Bas sont également une importante destination de nos exportations.

L'investissement direct canadien dans les pays de la CE est passé de 4,8 milliards \$ en 1983 à 19,7 milliards en 1992. Au cours de la même période, l'investissement direct de la CE au Canada est passé de 13 à 32 milliards \$. Après les É.-U., la CE est la plus importante source d'investissement étranger direct au Canada et la plus importante destination de l'investissement direct canadien à l'étranger. En 1991, l'investissement canadien dans la CE a compté pour 20% de l'investissement direct canadien total à l'étranger, par rapport à 12,6% en 1985.

Tirer profit de la reprise en Syrie *(suite de la page 4)*

frent des débouchés très prometteurs aux exportateurs canadiens.

Le secteur de l'agriculture représente encore plus de la moitié de l'activité économique privée et emploie une proportion équivalente de la population active qui ne fait pas partie de l'administration publique. Ce secteur a subi des pénuries chroniques de fonds pour l'importation de technologie et d'équipement de l'Occident. Cependant, le gouvernement devrait utiliser les recettes accrues pour entreprendre un programme de modernisation agro-industrielle dont le pays a grandement besoin.

La nécessité urgente d'équipement moderne était manifeste à la Foire internationale de Damas tenue au cours de l'été 1992: des centaines de pièces d'équipement pour les secteurs de la construction, de l'agriculture et de l'industrie ont été vendues sur place à des acheteurs des secteurs public et privé.

Le potentiel du marché des services et des produits en Syrie paraît favorable et prometteur. Les possibilités de coentreprises semblent encourageantes, surtout si les partenaires sont des entreprises locales existantes qui ont de bonnes capacités internes en génie, mais un savoir-faire technique limité. Elles ont besoin des connaissances de sociétés étrangères internationales.

Pétrole et gaz

L'essor du secteur pétrolier se poursuit; il est en grande partie attribuable à la Royal Dutch Shell qui a investi plus de 1 milliard de dollars américains en Syrie.

Ce secteur offre d'énormes possibilités aux exportateurs de produits et de services. Plusieurs découvertes récentes ont accru la production de pétrole, qui atteignait environ 600 000 barils par jour à la fin de 1992. Un certain nombre de sociétés canadiennes sont actives et ont conclu plusieurs contrats de services d'envergure d'une valeur estimative de 50 millions de dollars américains.

Ces contrats portent sur divers domai-

nes connexes comme le forage et l'entretien de puits, les travaux de conception et de construction de pipelines ainsi que la conception et l'érection de raffineries de pétrole et de gaz.

Ce secteur a des besoins considérables en matière de services dans presque tous les sous-secteurs, y compris ceux où les Canadiens possèdent des connaissances spécialisées précises, comme le traitement du pétrole lourd et du gaz sulfureux.

Transports

Le secteur du transport, comprend les chemins de fer, deux aéroports internationaux et les deux ports importants de Lattaquié et de Tartous sur la Méditerranée.

Les nouvelles lignes du réseau ferro-

viaire de la Syrie ont été construites par les Russes, et la totalité des locomotives actuelles, sauf 20, ont été achetées de la Russie ou de l'Europe de l'Est. La nouvelle politique ferroviaire de la Syrie consiste à choisir les locomotives électriques et diesel des pays occidentaux.

Encouragés par l'évolution de la situation, des investisseurs privés ont, au cours des deux dernières années, effectué des investissements considérables dans des sociétés privées de transport routier.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec la section commerciale de l'ambassade canadienne, c.p. 815403, Amman, Royaume Hachémite de Jordanie. Fax : (011-962-6) 689-227.

Singapour : la censure et les cassettes vidéo

On rappelle aux sociétés qui apportent ou envoient des bandes vidéo à Singapour que celles-ci sont assujetties aux procédures d'autorisation du *Board of Film Censors*.

Il faut envoyer les bandes vidéo (système SECAM) trois semaines avant la date à laquelle on en a besoin. Les retards dus au visionnement peuvent aller jusqu'à deux semaines. Les bandes vidéo doivent être envoyées au destinataire de Singapour avec la vignette autocollante des douanes qui en indique le contenu. Les bandes apportées avec les effets personnels doivent également faire l'objet d'un visionnement.

Le *Board of Film Censors* exige des frais de 15 \$ (dollars de Singapour) l'heure pour visionner les bandes et de 1 \$ (de Singapour) pour attester que celles-ci servent à des fins de formation, de promotion ou de publicité ou à des fins industrielles. Il incombe au destinataire de payer ces frais. Le haut-commissariat du Canada ne peut acquitter les frais des bandes vidéo qui lui sont envoyées.

Les frais de visionnement et d'attesta-

tion peuvent être annulés si le destinataire (entité de Singapour autre que le haut-commissariat du Canada) s'engage à signer une déclaration indiquant que la bande vidéo sert à des fins industrielles ou professionnelles et est conforme aux lignes directrices établies par le *Board of Film Censors*.

Pour de plus amples renseignements sur l'importation de bandes à Singapour, communiquer avec le Board of Film Censors, 4^e étage, Block G, Hill Street Building, 140 Hill Street, Singapour 0617. Fax : (011-65) 339-2264.

Le haut-commissariat du Canada peut fournir des renseignements sur les marchés à l'intention des exportateurs. Son adresse est la suivante : Robinson Road Post Office Box 845, Singapour 9016. Tél. : (011-65) 225-6363. Fax : (011-65) 225-2450. Pour des renseignements généraux sur Singapour ou la Malaisie, communiquer avec M. Ted Weinstein, responsable de secteur, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Fax : (613) 996-1248.

Le marché de la construction en Belgique : Une façon constructive d'aborder l'Europe

Batibouw 1994 — En collaboration avec l'ambassade du Canada à Bruxelles, en Belgique, Interexpo Canada Inc. organisera cette fois encore la participation du Canada à Batibouw 1994, salon international des matériaux de construction, de rénovation et de décoration. L'événement aura lieu à Bruxelles, du 24 février au 6 mars 1994. L'ambassade du Canada aménagera et animera un kiosque d'information ainsi qu'un coin-salon tandis qu'Interexpo se chargera de la conception du stand et du recrutement d'une douzaine d'entreprises du secteur privé.

La Belgique est un marché important pour le Canada. Les ventes de produits canadiens (divers produits forestiers et les matériaux de construction réunis) à ce pays dépassent maintenant le milliard de dollars par année. Comme ce pays possède des ports bien aménagés et d'excellents réseaux de transport vers les pays voisins, la Belgique constitue un excellent point d'entrée sur le marché européen. En fait, elle est située au centre d'une zone où est concentré, dans un rayon de 350 km, 75 p. 100 du pouvoir d'achat de l'ensemble de la Communauté économique européenne.

Batibouw, qui en est à sa 35^e édition, est une grande foire internationale spécialisée dans le secteur de la construction. Quelque 250 000 visiteurs sont attendus pendant les trois jours réservés aux commerçants et, au total, l'événement devrait attirer environ 550 000 personnes.

Batibouw fait place aux matériaux et composants de construction de différentes catégories : ameublement, portes, fenêtres, escaliers, bâtiments préfabriqués, couvre-planchers et couvre-murs, matériaux de décoration, matériel d'éclairage, d'isolation et de plomberie. On y retrouve également des articles complémentaires tels que des systèmes d'alarme et de sécurité, des produits et des services pour bricoleurs, des logi-

ciels, des meubles et des systèmes de chauffage.

Le stand du Canada à Batibouw s'étendra sur 120 mètres carrés et accueillera une douzaine de sociétés canadiennes. Le Canada espère ainsi accroître ses ventes de différents types de matériaux de construction et de composants, notamment les suivants :

- La construction à ossature en bois
- Les maisons en bois rond
- Les composants en bois à forte valeur ajoutée tels que les revêtements de sol, les escaliers, les meubles support, les portes
- Le bois d'ébénisterie

- Le bois d'oeuvre, les panneaux de contreplaqué, les panneaux de copeaux, les panneaux de fibres à densité moyenne
- Les matériaux, les produits et l'équipement de construction, y compris les appareils sanitaires, les articles de quincaillerie, le matériel de chauffage et de ventilation.

- Les services-conseils et les systèmes de construction.

Pour de plus amples renseignements sur Batibouw 1994, communiquer avec Interexpo Canada Inc., Westmount, Québec. Tél. : (514) 482-6568. Fax : (514) 483-6595.

La cuisine canadienne au menu du Japon

Tokyo — Encore une fois, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada coordonnera un stand national à Foodex

Japan '94. Cette 19^e édition de l'**International Food and Beverage Exhibition** aura lieu du 7 au 11 mars 1994.

Foodex Japan '94 est la principale exposition de promotion des aliments au Japon et joue un rôle important dans la stratégie mondiale du Canada pour l'industrie de l'alimentation et des boissons.

Quelque 1 200 exposants de plus de 40 pays participeront à l'exposition. Plus de 90 000 cadres et acheteurs représentant les industries de l'alimentation et des boissons du Japon (et de l'Asie) s'y rendront.

Pour de plus amples renseignements sur cette exposition, communiquer avec G. Daniel Caron au (613) 995-1677 ou Martine Ménard au (613) 993-8697, Division de l'expansion du commerce au Japon (PNJ), AECEC.

Des expositions dans le golfe persique

Voici une liste de manifestations susceptibles d'intéresser d'éventuels participants canadiens. Celles-ci se déroulent au Bahrein.

On peut obtenir de plus amples renseignements à propos de ces foires auprès d'UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

MEDEF 93 — du 16 au 19 octobre 1993 — **Deuxième exposition internationale du Moyen-Orient sur la défense et la sécurité.** Équipement et technologie à l'intention des forces de défense et de police, des services de sécurité internes et frontaliers, des milices et des groupes paramilitaires de la région du Moyen-Orient, qui seront

(Voir page 10 — Golfe persique)

Des expositions dans le golfe persique *(suite de la page 9)*

officiellement invités à l'exposition.

Gulf International Trade Fair 93 — du 1^{er} au 4 novembre 1993 — L'exposition portera sur des produits, de l'équipement et des services touchant un large éventail de secteurs desservant l'infrastructure, la base industrielle et le secteur des services sociaux. Parmi les domaines importants qui offrent de vastes possibilités aux exportateurs mondiaux de technologie, mentionnons la sécurité, la protection de l'environnement, l'eau et le traitement des eaux usées, les soins de santé, l'éducation, l'énergie, les télécommunications, le

bâtiment et la construction, le génie civil, les transports, le génie et l'industrie de la production.

Jewellery Arabia 93 — du 11 au 14 novembre 1993 — **Deuxième exposition internationale du commerce de l'orfèvrerie, de la bijouterie et de l'horlogerie pour le Moyen Orient.** Couvre toute la gamme de produits de la joaillerie, notamment l'or, les bijoux de qualité ou garnis de pierres précieuses, les horloges, les montres, les pierres précieuses, les perles, les pièces et les composantes. Attire aussi les courtiers en lingots d'or et les fournisseurs

de services spécialisés, de même que les fournisseurs d'emballages, de machinerie et d'équipement.

Autumn Fair 93 — du 9 au 17 décembre 1993 — **Cinquième foire des produits de consommation de Bahreïn.** Foire publique consacrée à la vente en gros et au détail de produits de consommation, notamment les produits électriques, les meubles, les textiles et les vêtements, la bijouterie de fantaisie et les cosmétiques, les jouets, les aliments, les bateaux et les embarcations de plaisance ainsi que les articles de sport.

Canada-Malaisie: Resserrement des liens commerciaux

De plus en plus de sociétés canadiennes ont formé des coentreprises prometteuses en Malaisie, grâce en partie à l'initiative et à l'aide d'*Enterprise Malaysia Canada* (EMC), établie par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) pour promouvoir la collaboration des entreprises des deux pays.

Parmi les succès remportés par EMC, mentionnons les suivants :

- Elle a aidé un consortium agro-alimentaire canadien à lancer un programme de coentreprises afin d'améliorer la gestion des exploitations porcines dans l'ensemble de la Malaisie.
- Elle a contribué dans une large mesure à aider un fabricant canadien à conclure un accord de coopération avec une société de Malaisie, qui s'est traduit par des contrats de construction initiaux pour des gisements pétrolifères d'une valeur de 6,8 millions de dollars américains.
- Elle a aidé une entreprise à croissance rapide, qui remet à neuf des cartouches de toner usagées pour des imprimantes à laser, des photocopieuses et des télécopieurs, à créer une coentreprise malaisienne au moyen de laquelle elle pénétrera les marchés d'exportation de l'Asie du Sud-Est.

• Elle a conseillé une grande firme canadienne de spécialistes en environnement et en gestion des déchets à former une coentreprise pour aider à lutter contre les déchets industriels et médicaux et à combattre la pollution en Malaisie.

• Elle a aidé une firme canadienne de consultants en environnement à créer une coentreprise avec un partenaire malaisien pour faire des soumissions dans le cadre d'appels d'offres en vue de la conclusion d'importants contrats de lutte contre la pollution avec l'État et le secteur privé en Malaisie et ailleurs dans le sud-est de l'Asie.

Selon Michael Strong, directeur canadien d'EMC, un certain nombre d'autres coentreprises devraient être formées d'ici la fin de l'année.

M. Strong dit qu'on a amélioré les procédures d'EMC à la lumière de l'expérience acquise depuis le début pour déterminer les meilleures perspectives, réduire le risque d'un échec et accélérer les négociations.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec les bureaux suivants d'*Enterprise Malaysia Canada* :

- Bureau 1002, 10^e étage, Plaza See Hoy Chan, Jalan Raja Chulan, 50200 Kuala Lumpur, Malaisie. Tél. : (603) 230-

2288; Fax : (603) 232-3740.

• Bureau 700, 1111 West Hastings Street, Vancouver (Colombie-Britannique), V6E 2J3. Tél. : (604) 661-5728. Fax : (604) 661-5770.

• 1202 Sussex Centre West, 90 Burnhamthorpe Road West, Mississauga (Ontario), L5B 3C3. Tél. : (416) 279-6966. Fax : (416) 279-0137.

Le délégué commercial principal du Canada se trouve au haut-commissariat du Canada, Tingkat 7, Plaza MBf, Jalan Ampang, 50450, Kuala Lumpur, Malaisie. Tél. : (011-60-3) 261-2000. Fax : (011-60-3) 261-1270.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Atlantis Aerospace Corporation de Brampton (Ontario) a reçu le feu vert officiel de McDonnell Douglas Aerospace de St. Louis (Missouri) pour le développement d'un simulateur d'entretien de l'avion F-15S de l'armée de l'air de l'Arabie saoudite. Il s'agit d'un contrat d'une valeur de plus de 15 millions de dollars américains. La conclu-

(Voir page 12 : Contrats)

AU CALENDRIER

Vancouver — 1^{er} octobre; **Ottawa** — 4 octobre; **Moncton** — 7 octobre - **L'exportation vers l'Amérique latine et la vente au gouvernement fédéral des États-Unis** font l'objet de ces séminaires d'une demi-journée sur l'exportation de produits de la géomatique présentés par l'Association canadienne des entreprises de géomatique de concert avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et Industrie, Sciences Canada (ISC). Des exposés seront présentés sur les principaux résultats du dernier *Latin America Geomatics Market Report* ainsi que sur l'étude intitulée *Débouchés des entreprises canadiennes de géomatique dans l'administration fédérale des États-Unis*. En outre, on présentera une trousse d'information intitulée *La route du succès — L'exportation vers les États-Unis* et conçue pour les exportateurs de services; cette trousse est produite conjointement par AECEC et l'Association des exportateurs canadiens. Pour de plus amples renseignements sur les séminaires, communiquer avec l'Association canadienne des entreprises de géomatique, Ottawa. Tél.: (613) 232-8770. Fax : (613) 232-4908.

Vancouver — les 3, 4, 5 octobre 1993 — **L'Association des exportateurs canadiens**, lors de son 50^e anniversaire et de sa conférence annuelle, traitera des sujets couvrant de **L'impératif en matière de concurrence : comment survivre et prospérer à l'échelle internationale à L'ALENA et le marché latino-américain - perspectives d'avenir**. En vedette, la présentation des **Prix d'excellence à l'exportation** par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Communiquer avec Micheline Bélanger. Tél. : (613) 238-8888, poste 225. Fax : (613) 653-9218.

Vaughan — Le 13 octobre; **Whitby** — Le 19 octobre. Séminaires sur l'art de tirer profit des foires commerciales. Ces ateliers sont parrainés par le centre de

commerce extérieur du gouvernement fédéral, à Toronto, et par le ministère ontarien du Développement économique et du Commerce, et s'adressent aux coordonnateurs des expositions commerciales, aux directeurs des ventes et aux membres du personnel des entreprises qui participent ou prévoient de participer aux foires commerciales. Pour renseignements: International Training and Management Company, Toronto. Tél. ou fax : (416) 483-3836.

Markham — Le 14 octobre 1993 — **International Trade: Basic Exporting Seminar** — Il s'agit d'un atelier pratique d'une journée au cours duquel seront abordés des sujets comme ceux-ci : comment trouver votre clientèle; comment vendre sur un marché étranger; les problèmes d'expédition et de transport; les pratiques bancaires et les modalités de paiement. Pour s'inscrire et obtenir des renseignements sur les coûts, communiquer avec la chambre de commerce de Markham, qui organise le séminaire. Tél. : (416) 474-0730. Fax : (416) 474-0685.

Toronto — du 17 au 19 octobre 1993 — **Grocery Showcase Canada'93**, principale exposition du Canada à l'intention de l'industrie de l'épicerie, qui présente plus de 700 pièces d'exposition et une conférence simultanée, célèbre sa 31^e année avec des événements qui devraient attirer plus de 8 500 détaillants, fabricants et distributeurs. Pour obtenir des renseignements sur les billets ou l'inscription, communiquer avec la Fédération canadienne des épiciers indépendants, Don Mills (Ontario). Tél.: (416) 449-1976. Fax : (416) 449-7188.

Toronto — Le 21 octobre 1993 — Un séminaire d'une journée intitulé *Trans Atlantic Trade Alliances* permettra d'examiner comment un partenariat stratégique entre des sociétés canadiennes et britanniques peut ouvrir la voie à un accroissement des activités com-

merciales au sein de la Communauté européenne et en Amérique du Nord. Présentés conjointement par l'Association britannique et canadienne du commerce et la société de consultants Ernst et Young, les conférences, exposés et ateliers porteront également sur les techniques de recherche de partenaires stratégiques, l'établissement d'alliances avec des sociétés d'outre-Atlantique, les sources de financement, le marketing jumelé, la compatibilité des partenaires et la fiscalité. Communiquer avec John Archer à l'Association britannique et canadienne du commerce, Toronto. Tél.: (416) 475-3896. Fax : (416) 475-0311.

Service de transport Canada -Honduras

Les marchandises sont reçues à Toronto et à Montréal pour transport terrestre à Saint-Jean, Nouveau-Brunswick, point de départ du service océanique. Après ses escales habituelles dans les Antilles, le cargo de ligne se rend à Puerto Cortez, au Honduras, et à Santo Tomas, au Guatemala. Il revient ensuite à Saint-Jean, où le cycle est répété.

Le service a débuté le 30 juillet. Il y a un départ à tous les 28 jours. Dès octobre 1993, il y aura un départ de Saint-Jean à tous les 14 jours. Le service transportera des conteneurs de marchandises solides, réfrigérés et à grand volume de 20 et 40 pieds.

Pour plus amples renseignements et/ou réservations, communiquer, dans l'Est du Canada, avec : Kent Lines Limited, tél. : (506) 632-1660, fax : (506) 648-2757; en Ontario, avec : Westward Shipping, tél. : (416) 366-0782, fax : (416) 366-7593; et au Québec, avec : Westward Shipping, tél. : (514) 845-0101, fax : (514) 845-2560.

PUBLICATIONS

La publication intitulée *Choix et utilisation d'un agent commercial aux États-Unis* fournit des lignes directrices aux directeurs d'entreprises canadiennes qui envisagent d'entrer dans le marché américain en nommant un agent commercial pour les représenter.

Les chapitres de la publication sont structurés de manière à répondre à trois questions : Quels sont les objectifs de votre entreprise dans le marché américain? Comment trouver un agent de vente ou un bureau de représentation commerciale aux États-Unis qui répond aux attentes de votre entreprise manufacturière? Comment pouvez-vous appuyer les activités de votre agent de vente ou bureau de représentation commerciale après la signature du contrat?

On peut commander la publication (code 1100UF en français) en s'adressant à InfoExport. Voir encadré au bas de la page.

L'ouvrage intitulé *Aperçu des débouchés mondiaux - le homard* est une publication de la Direction générale du marketing international d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. La série de publications dont il fait partie porte sur une vaste gamme de produits et s'inscrit dans le cadre d'un programme permanent visant à aider les exportateurs canadiens à pénétrer de nouveaux marchés.

Cette étude particulière passe en revue le marché mondial du homard. Elle fournit également une évaluation du secteur du homard au Canada, examine ses points forts et propose un plan d'action coordonné pour les gouvernements.

L'étude comprend une évaluation, réalisée par les délégués commerciaux de 49 missions à l'étranger, des conditions et des tendances du marché dans leurs pays respectifs.

Jusqu'à présent, la publication a été distribuée en masse aux entreprises, mais, si vous n'en avez pas reçu une, vous pouvez en commander un exemplaire à InfoExport (voir encadré au bas de la page), en mentionnant le code 145TA.

Un nouveau périodique, *International Business Newsletter (IBN)*, s'intéressant aux marchés de l'Asie, de la Communauté économique européenne (CEE) et des pays signataires de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) est maintenant publié 10 fois par année par une entreprise montréalaise.

IBN a pour objet de fournir aux entrepreneurs canadiens des renseignements d'actualité et des informations sur les occasions d'affaires et les perspectives

commerciales dans ces marchés, y compris sur les personnes-ressources, les sources, les représentants et les distributeurs.

Pour obtenir de plus amples renseignements à ce sujet, s'adresser à Berba & Associés inc., 2300, rue Sherbrooke Est, bureau 400, Montréal H2K 1E5. Tél. : (514) 528-8210. Fax : (514) 528-8211.

Des études récentes sur les marchés tchèque et slovaque sont maintenant disponibles auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale et de l'Est (RBT), d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Les rapports fournissent des renseignements sur les trois secteurs suivants : les matériaux de construction, les produits et services de protection de l'air et les produits et services de traitement des eaux usées. Les personnes intéressées peuvent communiquer avec RBT au numéro de télécopieur suivant : (613) 995-8783.

CONTRATS DÉCROCHÉS (suite de la page 10)

sion d'un contrat pour un deuxième simulateur est possible. Atlantis est un fournisseur spécialisé de systèmes de simulateurs d'entretien haute fidélité des avions, d'appareils d'entraînement au pilotage et de simulateurs.

N.D. Lea International Ltd. (NDLI), Vancouver (Colombie-Britannique), et DHV Consultants BV des Pays-Bas, en association avec huit firmes indonésiennes, ont été chargées, par le minis-

trère indonésien des Travaux publics, de fournir 1 800 mois-personnes de services de consultation pour l'exécution d'un programme d'aménagement de routes rurales de ce pays, financé par la Banque mondiale. NDLI mène des activités en Indonésie depuis 17 ans. Plus de 90% de ses tâches concernent le secteur des transports : transport routier, ferroviaire et aérien, économie du transport et projets de planification.

InfoExport



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

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

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

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

N°17

OCT 17 1993 octobre 1993

CanadExport En direct

C'est chose faite! À compter du présent numéro, *CanadExport* sera offert aux sociétés canadiennes par le biais du **SERVICE DES INVITATIONS OUVERTES À SOUMISSIONNER - le SERVICE SIOS en direct**.

Le Service SIOS en direct est le service d'achat électronique lancé le 1^{er} juin 1992 par la société Information Systems Management Corporation en vertu d'une licence accordée par Approvisionnements et Services Canada à la suite d'un concours mené à l'automne 1991.

SIOS en direct informe ses abonnés sur les dernières possibilités d'affaires offertes par un nombre croissant de ministères fédéraux et provinciaux et d'autres organismes du secteur public. *CanadExport* sera accessible, par volume et par numéro, sous la rubrique Section des possibilités internationales. En passant par le SIOS en direct, vous pourrez conserver les numéros de *CanadExport* sur fichier informatique.

Pour profiter du SIOS en direct, vous devez d'abord acquitter les frais d'abonnement annuel, qui sont de 130 dollars, et verser un acompte de 100 dollars, duquel seront déduits les frais d'utilisation du service. Il en coûtera 42 cents la minute pour consulter ce qu'offre le programme.

Pour de plus amples renseignements sur le SIOS, vous pouvez appeler la Ligne spéciale du service à la clientèle, au no (613) 737-3374, Région de la Capitale nationale. Ailleurs au Canada, il faut faire le 1-800-361-4637.

Octobre, le mois de l'exportation

Les gagnants des prix à l'exportation

Lors d'une cérémonie spéciale tenue à Vancouver (C.-B.) le 4 octobre 1993 dans le cadre du 50^e congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens, le ministre du Commerce extérieur, l'honorable Tom Hockin, a remis le **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** pour 1993 aux sociétés suivantes :

Hall & Stavert Ltd. (Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard) — La gamme d'hélices HyTorq produite en 1990 par cette société représente le premier changement dans la conception de l'hélice standard depuis la fin des années 50. Grâce à ce nouveau produit, les exportations de Hall & Stavert Ltd. ont augmenté de 350%.

Husky Injection Molding Systems Ltd. (Bolton, Ontario) — Habitée du Prix d'excellence à l'exportation canadienne, la société Husky produit des systèmes de moulage par injection qui sont utilisés dans la fabrication d'une vaste gamme de produits de plastique, notamment des bouteilles de boisson gazeuse, des contenants de yogourt et des boîtiers de disques compacts. Les États-Unis, auxquels elle vend pour 116 millions \$, constituent son plus vaste marché d'exportation; l'Europe suit, avec 33 millions \$.

I.P. Constructors Ltd. (Calgary, Alberta) — Cette société conçoit et fabrique une gamme complète de matériel destiné au traitement du pétrole et du gaz. Elle construit aussi des usines, installe les équipements et offre un appui à ses clients pendant la phase de mise en service. En 1992, les exportations ont représenté 97,2% de son chiffre d'affaires.

Merfin Hygienic Products Ltd. (Delta, C.-B.) — Cette société est l'une

des 16 au monde à produire du papier par voie pneumatique, lequel sert à la fabrication de divers produits, par exemple les serviettes sanitaires, les doublures de couche et les débarbouillettes chaudes distribuées à bord des avions. Les exportations représentent 79% du chiffre d'affaires de la compagnie, soit 24 millions \$.

Newbridge Networks Corporation (Kanata, Ontario) — Cette société conçoit et fabrique du matériel de réseau de communication numérique pour des réseaux d'affaires du monde entier. En 1993, les exportations ont constitué 84,1% des revenus annuels de la compagnie, qui s'établissent à 308 millions \$. Les profits ont grimpé de 500% en un an, passant de près de 10 millions \$ en 1992 à 60 millions. L'entreprise avait déjà remporté le Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 1989.

Machinerie industrielle PROCECO Ltée (Montréal, Québec) — Établie en 1975, la société PROCECO conçoit et fabrique des systèmes de nettoyage industriels à grande échelle qu'elle destine aux fabricants de pièces d'automobile, de pièces d'avion et de matériel de construction, aux réseaux de transport urbain et aux forces armées. En 1992, la société a exporté pour 9 millions \$, ce

(Voir page 8— Les gagnants)

DANS CE NUMÉRO

Résultats du sondage	2
Débouchés commerciaux	3
Programme	
cible sur le Mexique	4
Foires commerciales	5-6
Au calendrier	7
Publications	8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Sondage 1993

Profil de nos lecteurs ... 1^{re} partie

Nous avons hâte d'obtenir des renseignements sur nos lecteurs : quels sont leurs occupations, leurs besoins et leurs attentes, ce qu'ils aiment et n'aiment pas au sujet de *CanadExport*, et comment nous pouvons améliorer notre produit. Enfin, les résultats de nos sondages sont prêts et nous pouvons vous les communiquer. Dans cette première partie, nous jetons un coup d'oeil sur les profils des lecteurs; dans la prochaine, nous traiterons des commentaires et suggestions que nous avons reçus et de la façon dont nous comptons y répondre.

La participation a été considérable, et nous continuons à recevoir des questionnaires remplis. Pour les besoins de notre recherche, toutefois, nous avons dû imposer une date limite, soit le 30 juin 1993, et nous avons fondé notre analyse sur les 9 424 questionnaires reçus avant cette date.

Plus de la moitié d'entre vous (51,9%) travaillent dans des entreprises de moins de 20 employés et 16% dans des entreprises de 21 à 100 employés, soit un total de 67% dans des petites entreprises de moins de 100 employés. Par conséquent, nous rejoignons vraiment les petites entreprises. Enfin, 33% travaillent dans des entreprises plus grandes, les médias, l'enseignement et diverses administrations publiques.

Vous oeuvrez dans divers secteurs d'activité économique : services d'experts-conseils (14,6%), produits forestiers (8,7%), machinerie industrielle et spécialisée (5,1%), matériel et technologies (5,1%), agriculture (4,7%). Le groupe le plus nombreux, soit 34,8%, travaille dans les industries secondaires tandis que 28,3% sont dans le secteur des services. Parmi nos lecteurs, seulement 14,6% souhaitent recevoir *CanadExport* en Français : du boulot tout indiqué pour *CanadExport*, qui travaillera à rejoindre une plus grande clientèle québécoise. Quelques autres statistiques : le plus grand groupe de répondants, soit 42,1%, sont propriétaires de leur entreprise; 74,5% sont des hommes.

En ce qui concerne les exportations, les répondants se répartissent entre divers groupes : près de la moitié, soit 46,5%, exportent actuellement; près du quart (23,5%) envisagent d'exporter; et un sixième (15,7%) n'exportent pas ni n'envisagent d'exporter actuellement. Pour ceux qui exportent, les États-Unis sont le marché mentionné par le plus grand nombre (39,5%). Sont aussi importants l'Europe (26,4%); l'Asie-Pacifique (25,9%); l'Amérique latine/Antilles (20,9%).

Lorsqu'on leur a demandé comment ils avaient appris l'existence de *CanadExport*, la plus grande partie, soit 27%, ont dit qu'ils l'avaient découvert à leur lieu de travail. Toutefois, si nous combinons les divers canaux de distribution gouvernementaux, nous découvrons que c'est par eux que 34% des répondants ont appris l'existence de notre publication. Les répondants travaillant dans des moyennes et grandes entreprises ont plus de chances d'avoir appris l'existence de *CanadExport* au bureau, tandis que les membres de petites entreprises de 20 employés ou moins sont plus susceptibles de l'avoir découverte par l'intermédiaire d'InfoEx (anciennement Info Export) ou d'un Centre du commerce international.

En ce qui concerne l'utilité de *CanadExport* pour les répondants, les articles sur les possibilités d'affaires sont ceux qui ont été qualifiés de très utiles par le plus grand nombre, particulièrement - ce qui n'est pas étonnant - chez les répondants du secteur privé. Près de la moitié (45%) des répondants qui travaillent pour des entreprises trouvent très utiles les articles sur les possibilités d'affaires. Ce taux est plus élevé que pour tout autre type d'article, et l'est encore plus dans le cas des organisations de un à 20 employés.

Les profils de pays ou de région, les articles spéciaux sur l'ALENA, l'ALE, etc., ainsi que les profils d'industrie et de secteur suscitent beaucoup d'intérêt. Les petites entreprises semblent avoir tendance à préférer les articles axés sur le court terme et portant sur les possibilités d'affaires, les foires, les programmes, les conseils pratiques. Les grandes recherchent plutôt des évaluations et des profils plus approfondis.

On n'a pas relevé de différence sensible entre les répondants francophones ou anglophones en ce qui concerne l'évaluation de l'utilité des articles.

À suivre.

Le rédacteur en chef
Sylvie Bédard

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 38 500 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BCT).

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

Expédier à : *CANADEXPORT* (BCT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

La délégation commerciale d'Autriche a fourni une liste des entreprises autrichiennes désireuses de représenter des sociétés canadiennes en Europe centrale et en Europe de l'Est. Les activités de la société, le pays ou la région qui l'intéresse et les personnes-ressources sont indiqués ci-après. On conseille aux lecteurs de vérifier la bonne foi de ces sociétés avant de conclure une entente contractuelle.

Un organisme qui s'occupe d'équipement médical, de produits pharmaceutiques et d'équipement pour l'industrie pétrochimique offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Prosystem, Handelgesmbh, Tuchlauben 8, 1010 Wien. Tél.: 1/5331724. Fax: 1/5336886.

Une société qui s'occupe de biens de consommation, de denrées alimentaires, de textiles, de produits pharmaceutiques et d'équipement médical offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants, à la République tchèque et à la Slovaquie. Communiquer avec Schillinger Gesmbh, Simmeringer Hauptstr. 36 R6, 1110 Wien. Tél.: 1/7494590. Fax: 1/7494591.

Une société de Moscou qui s'occupe de tous les genres de produits offre de représenter des entreprises canadiennes qui s'intéressent à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Vado International, Import-Export Gesmbh, Mariahilferstrasse 17/11, 1060 Wien. Tél.: 1/5871786. Fax: 1/569598.

Une société qui s'occupe de biens de consommation, de machines et d'équipement de brasserie offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à l'Europe de l'Est. Communiquer avec Vienna Trade Gesmbh, Taborstrasse 13, 1020 Wien. Tél.: 1/216180 0. Fax: 1/216180 4.

Une société qui s'occupe de produits de fer et d'acier offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la République tchèque, à la Slovaquie et à la Hongrie. Communiquer avec Voest-Alpine, Stahlhandel CSFR Gesmbh, Lastenstrasse 38, C.P. 357, 4021 Linz. Tél.: (0) 732/53431 0. Fax: (0) 732/53431 220.

Un organisme qui s'occupe de lubrifiants et de produits chimiques et pharmaceutiques offre de représenter des entreprises qui s'intéressent à la Slovaquie, à la Croatie et à la Hongrie. Communiquer avec Visco, Mineralöl-handelsges .m.b.h, Wipplingerstr. 23/23, 1010 Wien. Tél.: (0) 1/5356653. Fax: 1/5356713.

Une société qui s'occupe de technologie médicale et environnementale, d'installations spéciales et de machines offre de représenter des entreprises

canadiennes qui s'intéressent à la Pologne, à la République tchèque, à la Slovaquie, à la Hongrie et à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Warimpex, Porzellangasse 4, 1090 Wien. Tél.: 1/3105507 0. Fax: 1/310507 22.

Ayant des bureaux à Moscou, la société Krasnojarsk, qui offre tous les genres de produits, est disposée à représenter des entreprises qui s'intéressent à la Russie. Communiquer avec Zema, Handelsgesmbh, Kirchengasse 1, 1070 Wien. Tél.: 1/5261519. Fax: 1/5261521.

Une société de biens de consommation offre de représenter des entreprises canadiennes qui s'intéressent à Moscou et à la Communauté des États indépendants. Communiquer avec Wiehsböck Kg, c.p. 110, 1130 Wien. Tél.: 1/5056125. Fax: 1/5057476 25.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Une société de Vancouver Nord oeuvrant dans le domaine des ordinateurs personnels, PenMagic Software Inc., a signé un contrat de licence pour l'un de ses produits avec Apple Computer Inc. PenMagic est l'une des rares entreprises de création de logiciels choisies pour faire équipe avec Apple; la société fournira à Apple un logiciel pour deux applications financières du «Newton» — l'assistant numérique personnel d'Apple. Selon le président de PenMagic, l'association avec Apple pour développer ce nouveau marché pourrait s'avérer très fructueuse.

Babcock & Wilcox de Cambridge (Ontario) (de concert avec son partenaire Black & Veatch International) s'est vu octroyer par la Société d'électricité de Taïwan un contrat pour la fourniture d'un système de désulfuration

des gaz de combustion (SDGC) par voie humide à la station de Taichung, unités 5-8. L'ensemble du projet est évalué à 123 millions de dollars américains. Ce projet représente une étape importante, car il s'agit du premier contrat de fourniture d'un SDGC des deux sociétés à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

SR Telecom Inc. (SRT), Saint-Laurent (Québec), a obtenu un contrat de 5,4 millions \$ pour fournir du matériel à Entel, la compagnie nationale de téléphone de la Bolivie. SRT, chef de file mondial de la conception, de la fabrication et de la commercialisation de produits à micro-ondes point à point, fournit et améliore les systèmes téléphoniques dans les régions éloignées. Ses systèmes sont maintenant utilisés dans 70 pays.

Nouveau cours**NEMEX vous prépare au marché mexicain**

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) présente un nouveau programme de promotion du commerce appelé NEMEX (Nouveaux exportateurs au Mexique).

NEMEX est un programme de formation à l'exportation dont le succès repose sur l'expérience, les compétences, les connaissances, les fonds investis et l'engagement — des qualités et des exigences que l'on a déjà ou que l'on veut développer.

NEMEX vise à préparer les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes à pénétrer le marché mexicain en leur offrant un cours de formation de deux jours conjugué à une visite de trois jours au Mexique. Ce cours permettra à chaque participant de finaliser son plan d'action pour la pénétration du marché mexicain. L'objectif est de préparer les participants à décider s'il y a lieu de poursuivre des débouchés commerciaux avec des partenaires mexicains.

Les participants doivent satisfaire aux critères suivants :

EXPÉRIENCE DE L'EXPORTATION : les participants devraient être disposés à exporter ou pouvoir démontrer un effort de commercialisation soutenu et fructueux; ils devraient idéalement avoir déjà une expérience de l'exportation aux États-Unis, en Europe, en Afrique ou en Asie, notamment dans des pays en développement, et avoir décidé que le Mexique sera leur prochain marché d'exportation.

FORMATION : Les participants devraient avoir réussi le cours GéoPRET Mexique (voir ci-après).

PARTAGE DES COÛTS : Comme le programme NEMEX est exploité selon la formule du recouvrement des coûts, chaque société canadienne participante devra supporter jusqu'à 50% des frais de la visite au Mexique. Le montant exact n'est pas encore déterminé.

AECEC paiera le prix du billet d'avion

aller-retour en classe économique, les frais d'hôtel, les frais de transport de surface et les dépenses liées au programme — par exemple, pour une réception offerte par l'ambassade du

Canada au Mexique ou par le consulat du Canada à Monterrey. Les dépenses personnelles et les faux frais seront supportés par les participants.

Prêt-paré ... pour réussir à l'étranger

Le programme PRET «Pour réussir à l'étranger» est une initiative nationale de formation au commerce international, lancée par et pour le secteur privé. Le programme adopte une approche systématique et pratique de la formation graduelle au commerce en vue de préparer les entreprises canadiennes à exporter et d'améliorer leur capacité d'exportation. GéoPRET se concentre sur les pays et régions d'une importance commerciale cruciale pour le Canada. GéoPRET, PREThabilités, SecteurPRET et CommercePRET constituent un groupe intégré d'outils de formation. GéoPRET Mexique est présenté par le programme PRET, en association avec les organismes commerciaux régionaux. Il faut avoir réussi le cours GéoPRET Mexique pour demander à participer au programme NEMEX.

GéoPRET Mexique, un cours de formation de deux jours, offre les avantages suivants aux sociétés canadiennes participantes : identification des possi-

bilités commerciales offertes par le Mexique; outils nécessaires à la préparation d'un bon plan d'entreprise pour le Mexique; aperçu des voies de distribution et des coûts d'exportation au Mexique; analyse des débouchés sectoriels au Mexique; pénétration du marché et stratégies de négociation; et accès au marché, mise en place du soutien logistique requis au Mexique et détermination du degré de préparation à l'exportation. Des cours de fin de semaine sont prévus à Toronto (6-7 novembre), Calgary (13-14 novembre) et Montréal (en français) (20-21 novembre).

Les cours sont parrainés par la Chambre de commerce du Canada, le Conseil canadien pour les Amériques, l'Association des exportateurs canadiens et la Banque fédérale de développement.

Pour renseignements sur le PRET, appeler le 1-800-561-FITT (436-3488); ou télécopier votre demande au (613) 233-9521.

Pour faire affaires au Japon

Une occasion unique s'offre aux gens d'affaires canadiens d'améliorer leur capacité de communiquer en japonais et donc d'exploiter le marché de ce pays.

Il s'agit d'un cours de japonais des affaires, qui sera offert conjointement par l'Office japonais du commerce extérieur (JETRO) et la School of Continuing Studies de l'Université

de Toronto, du 25 janvier au 12 avril 1994.

Communiquer avec Y. Uehara, directeur adjoint, JETRO, au tél. : (416) 962-5055 ou avec Mme Vivian McDonough, coordonnatrice des programmes, unité de formation linguistique, School of Continuing Studies, Université de Toronto, au numéro (416) 978-5680.

Les débouchés mondiaux : les sources inexploitées

Lors d'une enquête récente réalisée auprès de sociétés par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), les exportateurs canadiens ont indiqué que les deux principales sources d'information commerciale et de débouchés étaient «les clients et partenaires» et «les représentants et distributeurs».

Dans la plupart des cas, l'exploitation de ces sources exige de nombreux déplacements internationaux, beaucoup de temps et des sommes considérables.

Comment élargir ce réseau et repérer de nouvelles possibilités d'exportation à un coût raisonnable, sans pour autant renoncer au confort que vous offre le Canada?

La réponse est simple : participez aux foires commerciales et aux conférences qui auront lieu dans les différentes régions du Canada au cours des treize prochains mois dans le cadre du programme **L'exportation à votre porte - La filière des maisons de commerce.**

Ces foires et séminaires, axés sur le commerce et l'exportation, sont organisés précisément pour permettre aux fournisseurs et fabricants canadiens d'entrer en rapport avec les grandes maisons de commerce canadiennes et internationales.

Manifestation québécoise

La prochaine manifestation à l'intention des fournisseurs québécois aura lieu le 1^{er} décembre 1993 au Palais des Congrès de Montréal. Elle est parrainée par AECEC, l'Association des Maisons de Commerce Extérieur du Québec (AMCEQ), le Bureau fédéral de développement régional (Québec), Industrie et Sciences Canada, le ministère québécois des Affaires internationales et celui de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, et le Club Export agro-alimentaire du Québec.

Vous y rencontrerez plus d'une centaine de maisons de commerce canadiennes et internationales qui vendent de tout dans pratiquement tous les pays du monde.

Les fournisseurs participants doivent oeuvrer dans l'un ou l'autre des secteurs suivants : les textiles et les vêtements, les produits médicaux et de soins de santé, les articles de sport, les produits agro-alimentaires, l'équipement industriel, les pièces d'automobile, le matériel informatique et de télécommunications, les produits chimiques, les produits du plastique, les matériaux de construction et les meubles et les appareils pour les commerces et les résidences privées.

Ces foires offrent aux fournisseurs canadiens l'occasion de découvrir les avantages de collaborer avec les maisons de commerce, de faire connaître leurs produits sur les marchés internationaux et de rencontrer les représentants de nombreuses maisons de commerce et de discuter avec eux des possibilités d'exportation. Le tout sous un même toit.

Les manifestations à venir

Des foires auront lieu notamment à **Edmonton**, les 6 et 7 avril 1994 pour les fournisseurs des provinces des Prairies; à **Toronto**, le 15 juin 1994, pour les fournisseurs de l'Ontario; et à **Vancouver**, les 23 et 24 novembre 1994, pour les fournisseurs de la Colombie-Britannique. Les fabricants et fournisseurs québécois intéressés à participer à la foire commerciale de Montréal doivent communiquer avec Alain Gagnon. Tél. : (514) 286-9615 ou 1-800-465-9615. Fax : (514) 848-9003.

Les fournisseurs de l'Ouest intéressés (une foire a eu lieu dans la région de l'Atlantique en avril) doivent communiquer, par téléphone ou par fax, avec Mike Reshitnyk, Direction des industries de services et des transports, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Fax : (613) 996-1225. Tél. : (613) 996-1862.

EXPOCOMER 94 : des débouchés pour une myriade de produits

Ville de Panama — Pour la douzième année consécutive, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada prendra part à **EXPOCOMER**.

EXPOCOMER 94, qui se tiendra dans la capitale panaméenne du 2 au 7 mars, présentera un intérêt particulier pour les sociétés canadiennes qui fabriquent des produits alimentaires, des matériaux de construction et des articles de quincaillerie, des accessoires pour automobiles, du matériel informatique et des fournitures de bureau, des produits textiles, du matériel de télécommunications et des produits médicaux et de soins de santé.

EXPOCOMER est l'une des plus importantes foires commerciales d'Amérique latine, et il vaut la peine d'y participer pour plusieurs raisons :

- Cette foire réunit des acheteurs en provenance des marchés énormes que

sont les Antilles, l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud;

- La zone franche de Colon, au Panama, la deuxième en importance après Hong Kong, multiplie les possibilités pour les Canadiens qui exportent dans la région;
- Certains des Canadiens qui ont déjà participé à **EXPOCOMER** ont découvert de nouveaux débouchés, fort lucratifs, et ont réussi à se positionner sur les différents marchés d'Amérique latine;
- Toutes les marchandises présentées à **EXPOCOMER** (maximum de 2 500 \$ US) sont exemptes de droits d'entrée et peuvent être vendues pendant la foire.

Communiquer avec Joseph Cogné, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC. Fax : (613) 943-8806; ou avec Manuel Ruiz, Agent commercial, ambassade du Canada, San Jose, Costa Rica. Fax : (506) 23-0609.

*Rapports, conférences, mission :***Beaucoup d'activité dans le secteur de l'aviation en Inde**

Inde — Une mission, organisée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et portant sur l'aviation civile et le développement des aéroports, s'envolera vers l'Inde en décembre prochain. Les entreprises sont invitées à prendre part à cet événement, du 9 au 18 décembre. Les inscriptions se feront dans l'ordre d'arrivée des demandes. Dans le cadre de la mission, les participants se rendront à Bangalore pour assister du 15 au 18 décembre à **Avia India 93, une exposition et une conférence internationales consacrées à l'aérospatiale, à l'aviation et aux aéroports.**

La mission mettra l'accent sur le développement des aéroports, l'entretien des aéronefs et la vente de matériel aéronautique. Les participants visiteront des organismes gouvernementaux, Indian Airline, des compagnies aériennes et des aéroports à New Delhi et à Bombay.

En Inde, l'industrie aéronautique compte parmi les secteurs les plus dynamiques et les plus florissants du pays. Le gouvernement de l'Inde applique depuis juillet 1991 un programme de libéralisation de l'économie, et le secteur de l'aéronautique en est l'un des principaux bénéficiaires.

L'exposition et la conférence internationales **Avia India 93** comporteront trois volets distincts : l'aérospatiale et l'aviation (des moteurs d'avion et des sous-systèmes aux lanceurs et aux missiles répondant aux besoins particuliers de l'Inde et de la région de l'Asie du Sud); le matériel et les services aéroportuaires (des systèmes électroniques et des systèmes de radar et de navigation au matériel d'avitaillement et d'aérogare et aux systèmes d'hôtellerie de bord); et les aéroports (du matériel pour avions ultra-légers, ailes libres et parachutisme ascensionnel au matériel et aux accessoires pour montgolfières).

Le haut-commissariat du Canada à New Delhi a préparé, à l'intention de l'industrie, deux rapports portant sur

les possibilités d'exportation de produits et de services canadiens, de collaboration avec des entreprises et de formation de coentreprises. Il s'agit du **Report on the Civil Aviation Sector in India (transporteurs aériens/ taxis aériens, entraînement au pilotage, avions d'affaires, industrie aérospa-**

tiale) et du Report on the Civil Aviation Sector in India (aéroports).

Pour renseignements ou pour un exemplaire des rapports, communiquer avec Robert Grison, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, AECEC. Tél. : (613) 992-0952. Fax : (613) 996-1248.

Salon de l'industrie alimentaire/hôtelière

Singapour — Une cinquième salle s'est ajoutée pour satisfaire à la demande. En effet, les entreprises font pratiquement la queue pour participer à l'exposition **Food & Hotel Asia 94**, du 12 au 15 avril 1994.

Malgré cet ajout, l'espace demeure très convoité, Singapour étant devenu la plaque tournante de la région dans les domaines suivants : alimentation et boissons, restauration, équipements d'hôtels et de restaurants, exposition de biens et de services et centre de conférences.

Pour ce seul événement (il y a aussi une exposition concurrente, **Propak Asia 94** — spécialisé dans l'alimentation et les équipements de conditionnement), plus de 28 000 gens d'affaires pourront établir des liens

avec des fabricants, des fournisseurs et des distributeurs de l'industrie alimentaire et hôtelière, des quatre coins du monde. Les deux événements devraient attirer 32 000 visiteurs.

Cette année, **Food & Hotel Asia** s'est mérité l'appui de l'Association mondiale de la cuisine chinoise et, du 11 au 14 avril, il y aura un Salon culinaire. Il s'agit de la troisième plus importante manifestation d'arts culinaires au monde, qui s'adresse aux entreprises de l'industrie alimentaire, de l'industrie hôtelière et de l'industrie de la restauration.

Pour renseignements, communiquer avec UNILINK, 50 Weybright Court, pièce 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

L'informatique et les communications

Chicago — Les sociétés oeuvrant dans les secteurs de l'informatique et des services d'information peuvent découvrir d'immenses débouchés pour leurs produits en participant à l'**Enterprise Computing Expo** qui aura lieu du 26 au 28 juillet 1994.

Un événement réunira les plus grands spécialistes et décideurs des secteurs techniques et commerciaux, et fournira aux entreprises l'occasion de mettre en place une stratégie globale d'informatique et de communication, y compris des clients-serveurs, des bases de don-

nées réparties, des réseaux d'informatique, et davantage encore.

L'**Enterprise Computing Expo** est organisée par The Interface Group, les organisateurs de **Comdex Spring** qui a attiré 75 000 participants, dont 43 650 acheteurs pour des réseaux informatiques.

Communiquer avec l'**Enterprise Computing Expo**, par téléphone : (617) 449-6600, poste 4023 ou par fax : (617) 444-0165. Vous pouvez aussi écrire à Enterprise Computing Expo, 300 First Avenue, Needham, MA 02194-2722.

AU CALENDRIER

Ottawa - du 15 au 26 octobre - Le Centre japonais du commerce extérieur invite les exportateurs à venir rencontrer un spécialiste de l'industrie japonaise du secteur des produits «cadeaux». Ce spécialiste choisira et achètera des produits-échantillons susceptibles de percer sur le marché japonais. Ils seront d'ailleurs présentés lors de foires commerciales à travers le Japon. Contacter Suzanne Montford ou Anita Chandam, JETRO. Tél. : (514) 849-5911. Télécopieur : (514) 849-5061.

Montréal - 19 octobre 1993 - Accès Amérique du Nord est un séminaire traitant des marchés reliés à l'ALÉNA. Dans le cadre d'Export Vision 93, l'Association des exportateurs canadiens (AEC) organise ce séminaire en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ainsi que Industrie et sciences Canada (ISC). Les participants pourront rencontrer les conférenciers invités de même que des délégués commerciaux en poste à l'étranger. Ceux-ci seront de retour à Montréal pour l'Export Vision 93 qui traitera des secteurs suivants : santé et services, équipement minier et services connexes, technologie et machinerie électrique/industrielle. Communiquer avec l'AEC, tél. : (514) 499-2162, télécopieur : (514) 499-2193.

Ottawa — 20 octobre 1993 — La conférence d'automne de l'Industrial Benefits Association of Canada portera sur la politique canadienne en matière de retombées industrielles dans les régions, sur les compensations internationales et sur la réorganisation du gouvernement. L'inscription préalable est exigée. Communiquer avec M. Bob Brown, 1538, Featherston Drive, Ottawa K1H 6P2. Tél./fax : (613) 733-0704.

Toronto — Le 21 octobre 1993 — Un séminaire intitulé *Trans Atlantic Trade Alliances* permettra d'examiner com-

ment un partenariat stratégique entre des sociétés canadiennes et britanniques peut ouvrir la voie à un accroissement des activités commerciales au sein de la Communauté européenne et en Amérique du Nord. Les conférences, exposés et ateliers porteront également sur les techniques de recherche de partenaires stratégiques, l'établissement d'alliances avec des sociétés d'outre-Atlantique, les sources de financement, le marketing jumelé, la compatibilité des partenaires et la fiscalité. Communiquer avec John Archer à l'Association britannique et canadienne du commerce, Toronto. Tél. : (416) 475-3896. Fax : (416) 475-0311.

Toronto — du 7 au 9 novembre 1993 — La Conférence nord-américaine réunira des représentants des pouvoirs publics, de l'industrie et des organismes de normalisation, qui essaieront de trouver des façons de faciliter les échanges commerciaux et de mieux comprendre l'évaluation de la conformité en Amérique du Nord. Les procédures d'évaluation de la conformité sont celles que les entreprises (en l'occurrence, les entreprises canadiennes, américaines et mexicaines) doivent respecter pour se conformer aux normes du marché. La conférence trilatérale s'adresse à tous les intéressés et est organisée conjointement par le Conseil canadien des normes, l'American National Standards Institute et le Secretaria de Comercio y Fomento Industrial. Pour plus de renseignements, prière de communiquer avec l'Office général des normes du Canada, à Ottawa. Tél. : 1-800-665-CGSB. Fax : (613) 941-8706.

Ottawa - le 17 novembre, Faculté de droit, Université d'Ottawa - Exporter notre technologie : protection et transfert internationaux des innovations est un colloque qui vise à informer l'exportateur sur l'élaboration et l'ap-

plication d'une stratégie de transfert de technologie. Le transfert de technologie dans les Amériques et en Europe sera particulièrement considéré. Le coût de l'inscription est de 200 \$. Un cocktail et un repas seront servis. En plus, de la documentation sera remise aux participants. Communiquer avec Francine Doré, Faculté de Droit, 57 Louis Pasteur, Ottawa, K1N 6N5, tél. : (613) 564-7047.

Québec - le 21 octobre - Comment tirer le maximum d'un agent manufacturier est un séminaire organisé par la Chambre de commerce et d'industrie du Québec métropolitain qui touche une multitude de sujets tels le rôle d'un agent, l'aspect légal et la préparation d'un contract, etc. Contacter Marie-France Dumas, tél. : (418) 692-3853; télécopieur : (418) 694-2286.

Montréal - le 27 octobre - Comment faire affaires avec un agent manufacturier est séminaire organisé par l'Association des manufacturiers du Québec. **Montréal - les 4-6 et les 11-13 novembre - Introduction au commerce international** est un cours de 30 heures permettant à l'exportateur de se familiariser avec le contexte international, la tarification, le dédouanement, la négociation d'un contrat international, etc. Contacter Ginette Desroches, tél. : (514) 866-7774, télécopieur : (514) 866-3779.

Montréal - les 21-23 et les 28-30 octobre - Savoir exporter ses compétences et L'importance du contexte culturel dans les négociations internationales - les 11-13 et le 18-20 novembre - sont des cours en commerce international organisés par le Centre international GP avec le concours du ministère des Affaires internationales du Québec. Veuillez communiquer avec Sylvie Brisebois, Centre International GP, au (514) 848-6100.

PUBLICATIONS

Repertoires

Quelques maisons d'édition canadiennes se spécialisent dans les annuaires qui font la promotion de produits et services canadiens sur le marché international. Ce genre de promotion est considéré comme un moyen à la fois efficace et économique de faire des affaires. Songez-vous à recourir à un tel instrument de marketing? Voici les noms et les personnes-ressources de certaines publications canadiennes qui fournissent ce service : **Advantage Canada** et **Advantage World**, publiés par **Advantage Canada Inc.**, 1262 Old Colony Road, Oakville (Ontario), Canada L6M 1J8. On recherche en ce moment des participants pour le numéro de février. Communiquer avec Thomas Peters, président, au numéro (416) 847-7767, tél. et fax.

Canexport, publié par **Canexport Publications Inc.**, 955 boul. St-Jean, pièce 203, Pointe-Claire (Québec) H9R 5K3. On recherche en ce moment des participants pour le numéro de février 1994. Communiquer avec M. Joseph Vella, président (tél. : (514) 426-5865 et fax : (514) 426-5864).

Canadian Exporters Catalogue Directory, publié par **International Publishing & Development Inc.**, 102-2263 rue Mason, Clearbrook (C.-B.) V2S 1M3. On recherche en ce moment des participants pour le numéro du printemps 1994. Communiquer avec M. Fouad Tabet, président (tél. : (604) 855-9115, ou fax : (604) 855-9117). Ou composer 1-800-667-0991.

Marketing Force, à savoir le magazine et les annuaires publiés par **Marketing Force Inc.**, 3407 rue Peel,

20^e étage, Montréal (Québec) H3A 1W7. Communiquer avec M. A Khoubaba, directeur général (tél. : (504) 844-7413, ou fax : (514) 844-6504).

Promotion Overseas

Les producteurs, fabricants et exportateurs canadiens de produits nouveaux peuvent en faire la promotion mondiale dans une revue commerciale mensuelle

qui, de dire ses éditeurs, est publiée à Singapour depuis 1985.

Les entreprises qui souhaitent profiter de cette publicité gratuite peuvent communiquer avec M. S. H. Lim, éditeur, *Today World Trade Opportunities Digest*, Toa Payoh Central, P.O. Box 221, Singapour 9131. Fax : 65-4677372. Elles peuvent aussi lui transmettre leurs documents pertinents.

Les gagnants (Suite de la page 1)

qui représente 86% de son chiffre d'affaires.

Rescan Consultants Inc. (Vancouver, C.-B.) — Fondée en 1981, la société Rescan offre une vaste gamme de services de consultation environnementale, notamment la vérification et l'évaluation des sites, la planification de la gestion des déchets, la prestation de services océanographiques et la gestion des déchets dangereux. En 1992, les exportations ont représenté 83% du chiffre d'affaires de la compagnie. Celle-ci a augmenté de 75% le nombre de ses employés ces trois dernières années.

Jouets Ritvik Inc. (Dorval, Québec) — Les MEGA BLOKS de la société Ritvik font maintenant concurrence à ceux de l'entreprise danoise Lego pour une partie du lucratif marché des blocs de construction destinés aux enfants. La société Ritvik exporte ses MEGA BLOKS dans plus de 50 pays, et elle a des bureaux aux États-Unis, en France, en Australie et au Royaume-Uni.

Sandyllion Sticker Designs Ltd. (Markham, Ontario) — Cette société

exporte des autocollants de fantaisie sensibles à la pression, des albums d'autocollants, des livres d'activité et des albums à colorier dans plus de cinquante pays. Elle fabrique plus de 700 dessins autocollants, du caniche au pingouin, en passant par les coeurs lumineux et les dinosaures brillants. Les exportations représentent 86,5% de son chiffre d'affaires.

The Training Group Inc. (TTG) (Edmonton, Alberta) — Cette société conçoit et met en oeuvre, pour le compte de ses industries clientes, des systèmes de formation et d'information dans les domaines des méthodes d'exploitation, du transfert de la technologie, des pratiques de travail sécuritaires, de l'accroissement de la fiabilité et de la redéfinition des tâches. Ses services sont retenus par les plus grandes sociétés industrielles, notamment BP Exploration, EXXON, Texaco, Phillips et Marathon Oil. En 1992, ses exportations - plus de 3 millions \$ - ont représenté 71% de son chiffre d'affaires.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa). Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopie à l'attention de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication.

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



OCS
A1
16f
11
ov 1,
1993

CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

1^{er} novembre 1993

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Levée des sanctions contre l'Afrique du Sud

La promotion du commerce prend racine

Par suite de la levée des sanctions contre l'Afrique du Sud, le gouvernement du Canada a lancé un vaste programme de promotion du commerce avec ce pays.

Divers colloques feront connaître les marchés et les débouchés de l'Afrique du Sud. C'est une première au Canada.

AECEC organise cette manifestation en collaboration avec le Forum francophone des affaires, l'Association des exportateurs canadiens et le Centre mondial du commerce.

(Les dates fixées pour les colloques qui se tiendront à Moncton et à Montréal étant très proches, nos lecteurs

n'auront que très peu de temps pour s'y préparer. Nous n'étions pas autorisés à publier cette information avant la levée officielle des sanctions. Néanmoins, les médias locaux ont annoncé la tenue de ces colloques depuis quelque temps déjà.)

Ces colloques permettront aux gens d'affaires canadiens de s'entretenir avec des dirigeants d'entreprise sud-africains au sujet des débouchés potentiels. Des hauts fonctionnaires passeront en revue les nouveaux programmes mis sur pied par le gouvernement à l'intention du secteur privé en vue de promouvoir le commerce avec l'Afrique du Sud.

Archie Nkonyeni, président de la National African Federated Chamber of Commerce and Industry, et Les Weil, vice-président de la South Africa Chamber of Business, représenteront le monde des affaires de l'Afrique du Sud.

Les porte-parole du gouvernement du Canada seront Bruce Fraser, délégué commercial principal à l'ambassade du Canada en Afrique du Sud, ainsi que des représentants d'AECEC, de l'Agence canadienne de développement international, de la Société de développement économique et du Centre mondial du commerce.

Le gouvernement de l'Afrique du Sud

(Voir page 8 — L'Afrique)

Suppléments : Deux dans un

Accès Amérique du Nord :

voir pp. 1 - IV

L'Australie, un marché à la mesure d'un continent

voir pp. 3 - 6

Percée possible pour l'industrie de la défense et de l'aérospatiale

Défense et Espace, un programme AWACS aux retombées industrielles de 100 millions de dollars. Les entreprises canadiennes spécialisées dans l'aérospatiale et la défense sont invitées à participer au programme à retombées industrielles visant à moderniser la flotte AWACS de l'OTAN.

Jusqu'ici 70 sociétés canadiennes ont communiqué avec le comité des retombées industrielles de Boeing. Tout produit ou service canadien avancé sur le plan technique ou rentable présente un intérêt.

La part conjointe attribuée au Canada dans le cadre du programme de modernisation des appareils de l'OTAN s'élève à environ 100 millions de dollars canadiens. La plupart de ces retombées industrielles découlent de travaux à effectuer sur des produits et des programmes de Boeing et d'autres entrepreneurs associés.

Les entreprises canadiennes qui dési-

rent collaborer à des projets à retombées industrielles directes avec Westinghouse et figurer sur la liste des soumissionnaires de demandes de proposition de l'OTAN peuvent communiquer avec : Bill Prowse, tél. : (613) 992-6810; fax : (613) 995-2305.

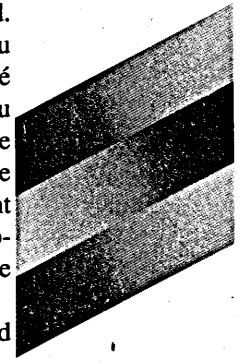
Deux sous-traitants de projets à retombées industrielles sont suggérés : Hazeltine Corp., Greenlawn, New York, contact : John Colombo, tél. : (516) 262-8084; fax : (516) 262-8006 et Rockwell International, Arlington, Virginie, contact : Diane Hoppe, tél. : (703) 412-6880; fax : (703) 412-6957.

Pour renseignements, communiquer avec Rob Foxcurran chez Boeing, tél. : (206) 657-0411; fax : (206) 657-4211.

Envoyer toute documentation concernant l'entreprise intéressée à l'adresse suivante : Industrial Benefits Manager, Boeing Defense and Space Group, PO Box 3999, MS 3F-48, Seattle, WA 98124-2499.

DANS CE NUMÉRO

Résultats du sondage	2
Débouchés commerciaux	7
Foires commerciales de Minneapolis à Mexico	7
Au calendrier	8
Publications	8



Canada

Sondage 1993

Ce que veulent nos lecteurs

Le moins que l'on puisse dire, c'est que les lecteurs de *CanadExport* ne sont pas à court d'idées quand il s'agit de proposer des sujets d'articles !

Nous avons regroupé sous quelques rubriques les commentaires les plus fréquemment énoncés par nos milliers de répondants. Voici ce que ça donne :

1. Débouchés commerciaux: les secteurs d'activités les plus en demande sont, par ordre décroissant, l'agriculture, l'environnement, l'informatique, et les services d'experts-conseils. Et c'est l'Europe de l'Est qui remporte la palme comme première région-cible pour les débouchés commerciaux.

2. «Comment s'y prendre pour...» : c'est le cri du coeur de la majorité des lecteurs qui veulent apprendre l'ABC de l'exportation. Tous les aspects y passent. La question la plus fréquente se rapporte aux difficultés du choix d'un représentant; on veut aussi savoir comment pénétrer un nouveau marché, déterminer le prix de vente, se préparer à une foire commerciale, etc, etc. Bref, des conseils pratiques sur les écueils à éviter, les trucs et ficelles du métier et ainsi de suite. Dans la même veine, les témoignages de réussites commerciales de petites et moyennes entreprises de chez-nous apparaissent aux lecteurs comme une excellente façon d'apprendre à exporter. On nous demande d'attirer l'attention sur les moyens adoptés pour parer aux obstacles, la stratégie gagnante retenue et les leçons que l'on peut en tirer. Une suggestion intéressante : choisir comme exemple de réussite, le cas d'une transaction effectuée à partir d'un des débouchés commerciaux parus dans *CanadExport* : l'idée nous sourit, et nous invitons nos lecteurs à nous communiquer leurs bons coups!

3. Profils de marchés géographiques : on nous demande une couverture plus approfondie des divers marchés géographiques et davantage de renseignements sur les échanges commerciaux du Canada avec les pays en question, ainsi que sur les mesures législatives, les restrictions douanières et tarifaires susceptibles d'influer sur nos exportations vers ces marchés.

4. Quant aux profils de secteurs, on retrouve en haut de liste : l'agriculture et l'alimentation, bien sûr, et ensuite l'environnement, la foresterie, le tourisme, les services reliés au transport, l'informatique, la construction et les services d'expert-conseil, surtout dans le domaine de la formation.

5. En outre, on recherche plus de renseignements sur le **financement** disponible et les projets en cours dans les organismes canadiens comme l'ACDI, la SEE et dans les institutions financières internationales comme la Banque mondiale, la Banque asiatique, etc.

6. Enfin, si on apprécie toujours les renseignements sur les **foires commerciales**, on aimerait qu'elles soient annoncées le plus tôt possible et que nous fassions plus souvent un suivi des résultats obtenus en termes de volume de ventes. On voudrait également des rapports encore plus détaillés sur les nouvelles publications du ministère, et des reportages sur les grands dossiers économiques que poursuit le Gouvernement : ALENA, GATT et ainsi de suite. Quoi d'autre? Nos lecteurs s'y perdent souvent et on les comprend! - lorsqu'il s'agit de démêler qui fait quoi, autant aux Affaires Extérieures que dans les autres ministères offrant des programmes d'intérêt pour les exportateurs : pour vous simplifier la vie, nous tâcherons de publier, quelques fois l'an, la mise à jour des contacts les plus utiles pour vous. Sans oublier de vous tenir au courant des différents programmes et services mis sur pied pour les exportateurs.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 38 500 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BCT).

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

Expédier à : *CANADEXPORT* (BCT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Somme toute, vos commentaires et demandes nous guideront dans nos prochains numéros. Les suppléments d'aujourd'hui tiennent compte déjà, croyons-nous, de vos suggestions. Continuez de nous écrire et de nous téléphoner : *CanadExport*, plus que jamais, est à votre service.

Le rédacteur en chef
Sylvie Bédard

Libéralisation = Ouverture

Auparavant protégée par des tarifs douaniers très élevés, l'Australie a connu une libéralisation accélérée dans les années 1980.

L'Australie a poussé plus loin que tout autre pays de l'OCDE, sauf la Nouvelle-Zélande, les mesures visant à ouvrir son économie à la participation et à la concurrence étrangères.

La suppression de nombreuses restrictions quantitatives des échanges commerciaux, la déréglementation des marchés financiers et la réforme fiscale, font de l'Australie une économie ouverte.

L'action gouvernementale tient compte de la nécessité de procéder à d'autres réformes structurelles. Cette action vise à améliorer la compétitivité globale du secteur australien de la fabrication, en modifiant les relations patronat-syndicats.

Parmi les principales initiatives micro-économiques, mentionnons les réductions des taux d'imposition des sociétés, les abattements de capital et les déductions pour amortissement, et une insistance sur les programmes de formation destinés à améliorer les compétences des travailleurs.

Le gouvernement fédéral et les États jugent important d'accroître l'accès aux investissements et à la technologie étrangère afin de permettre la reconversion de l'industrie et une compétitivité sur le marché international. Les sociétés étrangères désireuses de pénétrer les secteurs en développement rencontreront peu d'obstacles. Les prévisions économiques confirment que les taux de croissance, annoncent une reprise importante à moyen terme. Ces prévisions sont de bon augure pour les fournisseurs canadiens désireux d'augmenter leurs ventes en Australie.

L'Australie : un marché en soi, une porte sur l'Asie Pacifique

D'une superficie approximative de 3 millions de km² — un peu moins que les États-Unis — l'Australie est le seul pays-continent au monde.

On y retrouve, comme ici, des plaines très étendues, des montagnes et de vastes régions où les populations sont clairsemées. Les grands centres urbains sont situés sur un axe est-ouest le long de la côte sud, de Sydney, à l'est, jusqu'à Perth, à l'ouest, ainsi que le long des plaines côtières nord-est jusqu'à Queensland.

Les 17 millions d'habitants de l'Australie jouissent du niveau de vie le plus élevé de la région Asie-Pacifique; il est donc tout à fait logique que les exportateurs canadiens puissent écouler sur ce marché des produits finis et semi-transformés à valeur ajoutée.

Les six États et les deux territoires formant le Commonwealth sont très riches en ressources naturelles. Ces ressources assurent le développement éco-

gers travaillent souvent avec différents agents responsables d'un territoire précis dans les principaux centres urbains. Le développement d'un marché débute dans le New South Wales, l'État le plus peuplé. Sydney, la capitale de cet État, est la plus grande ville d'Australie et la «porte d'entrée» internationale au pays; c'est là que débarquent d'abord la plupart des visiteurs étrangers.

Sydney et New South Wales jouissent d'une base économique diversifiée (tourisme, industrie de fabrication manufacturière, agriculture) et jouent un rôle de premier plan dans les secteurs des finances et des services en Australie. Les télécommunications, les applications des logiciels informatiques et les technologies de l'environnement sont autant de secteurs en croissance dans les secteurs public et privé de New South Wales.

Dans le sud-ouest du pays, l'État de Victoria et sa capitale, Melbourne, de-

Programmes promotionnels — voir page 6

nomique de l'Australie depuis le début de sa colonisation, fin 1700.

L'agriculture — la production de laine, de blé et de boeuf — ainsi que l'exploitation des mines et des forêts ont assuré en partie la croissance économique initiale du pays. L'Australie est aujourd'hui un important fournisseur de produits fabriqués sur les marchés internationaux, spécialement en Asie, en Europe et en Amérique du Nord.

Attention aux différences régionales

Toute stratégie de commercialisation en Australie doit tenir compte de la diversité géographique du pays et de son incidence sur les habitudes d'achat et les réseaux de distribution capables de répondre à la demande des consommateurs.

Dans ce pays, les fournisseurs étran-

meurent le coeur de l'industrie manufacturière australienne. Principal centre de production des produits automobiles, de transformation des produits alimentaires, d'exploitation forestière, de fabrication de textiles et de vêtements, l'État offre des possibilités d'exportation intéressantes aux fournisseurs de machinerie industrielle et de matériel de technogénie. Victoria est aussi la principale région productrice de produits laitiers de l'Australie; dans cette région, la génétique canadienne a largement contribué à l'amélioration des troupeaux et à l'augmentation de la production laitière.

Grand centre agricole et important producteur de fruits et de légumes, particulièrement de pommes et de pommes de terre, l'île de Tasmanie, située à 150

(Voir page 4 — Attention)

Un haut-commissariat et un consulat général à votre service

Le haut-commissariat du Canada à Canberra et le consulat général du Canada à Sydney ont la responsabilité de stimuler le commerce et d'offrir des services de soutien aux exportateurs désireux d'exploiter les possibilités du marché australien.

Depuis la fermeture du consulat à Melbourne, en mars 1993, les responsabilités sectorielles ont été réparties entre les deux missions.

Le haut-commissariat à Canberra est responsable de la gestion des relations commerciales et économiques bilatérales (notamment de l'accès au marché, du développement de la coopération industrielle et scientifique), et de la stimulation du commerce dans les secteurs industriels suivants : l'agriculture

et les produits agricoles; le matériel génétique; les céréales et oléagineux; les pêches et les produits de la mer; les pâtes et papiers; les marchés d'État; le matériel de défense et autres services connexes; l'industrie aérospatiale; l'équipement d'alimentation électrique et autres sources d'énergie; l'exploitation des mines et métaux; les dérivés du gaz et du pétrole.

Le consulat général à Sydney s'occupe des programmes canadiens de développement touristique et est responsable des secteurs suivants : les technologies, systèmes et services de pointe (notamment les télécommunications, les logiciels informatiques, la radiodiffusion, la régulation des procédés et l'instrumentation); le trans-

port; les produits forestiers et l'équipement d'exploitation forestière; les produits chimiques et pétrochimiques; les biens de consommation; l'éducation, la formation, les produits médicaux et de soins de santé; la machinerie industrielle, les installations et l'équipement; la machinerie agricole; l'équipement d'exploitation minière, pétrolière et gazière; et les services de génie-conseil.

Pour renseignements : Haut-commissariat du Canada, Commonwealth Avenue, Canberra, Act 2600. Tél. : (062) 273-3844. Fax : (062) 273-3285. Ou Consulat général du Canada, Quay West, Level S111 Harrington Street, Sydney, New South Wales 2000. Tél. : (02) 364-3000. Fax : (02) 364-3098.

Attention aux différences régionales *(Suite de la page 3)*

km au sud de Melbourne, est le plus petit État d'Australie. La pisciculture et l'aquiculture y ont connu un développement rapide depuis les années 1950. Le saumon tasmanien (originaire du Canada) ainsi que l'oreille de mer, le calmar et le sébaste sont exportés partout dans le monde. L'exploitation des forêts et des mines font également une contribution de taille à la production industrielle des États.

À mi-chemin sur l'axe est-ouest, l'Australie du Sud, dont la capitale est Adelaide, est un marché fort diversifié. On retrouve à Adelaide certaines des plus importantes entreprises de haute technicité d'Australie, oeuvrant dans les secteurs de l'électronique, des sciences de la santé, de la mécanique navale et de l'agriculture. Important producteur et exportateur de blé, cet État produit certains des meilleurs vins australiens dont la réputation se répand rapidement partout dans le monde. Les industries pétrolière et gazière, la fabrication de pièces d'automobiles, les pêches (le thon et autres espèces des grands fonds), la fabrication de machines-outils et la métallurgie contribuent à l'économie locale. Sur la côte ouest, à

Perth et en Australie de l'Ouest, sont concentrées les entreprises d'exploitation minière ainsi que les industries pétrolières et gazières du pays. La région nord-ouest, en bordure de l'océan Indien, 600 km au nord de Perth, recèle la majeure partie du gaz de pétrole liquéfié, exporté en Asie et au Japon. Les entreprises possédant des derricks et des plate-formes pétrolières dans cet État sont des clients importants pour les fournisseurs canadiens d'équipement et de services. L'exploitation minière du fer, du plomb, du nickel, de l'or et du manganèse, est une activité importante dans la région. Ces dernières années, les exploitants miniers de cette région ainsi que les agents et représentants locaux ont accueilli fort favorablement le matériel minier canadien.

Le Queensland, sur la côte nord-ouest, est l'État australien qui se développe le plus rapidement. Cette région dont l'économie s'est toujours articulée autour de l'agriculture (laine, blé et sucre) et de l'exploitation des mines (charbon), entrevoit maintenant la possibilité de devenir une grande région touristique. Les récifs coralliens de la Grande Barrière, les plages à perte de

vue, les forêts denses et le climat tropical font du Queensland une destination vacances fort intéressante non seulement pour les Australiens, les Japonais, les Coréens et les touristes de l'Asie du Sud-Est, de plus en plus nombreux. Brisbane, la capitale, est un centre important de haute technicité susceptible d'offrir de multiples débouchés aux fournisseurs de matériel d'informatique et d'écotechnologie. Les secteurs de la micro-électronique, des services architecturaux et des matériaux de construction y sont également promis à une croissance importante.

Les deux territoires administratifs du pays — le Territoire du Nord et le territoire de la capitale australienne (Canberra) — offrent moins de possibilités aux éventuels exportateurs. Capitale fédérale, Canberra est bien sûr une ville clé pour les achats gouvernementaux. Darwin, à l'extrême nord, tout comme Cairns, dans l'État du Queensland, est probablement appelée à devenir un important centre d'entreposage et d'exportation des marchandises vers l'Asie du Sud-Est, spécialement vers l'Indonésie et la Papouasie-Nouvelle-Guinée.

Biens et services

Des débouchés prometteurs et variés

L'Australie est le sixième plus important marché d'exportation du Canada dans la région Asie-Pacifique. (725 millions \$ en 1992)

Outre les produits finis et semi-fabriqués, (produits de la forêt, produits chimiques, produits de la pêche et de l'agriculture et engrais), les produits suivants alimentent aussi de manière importante les courants d'exportation : matériel et systèmes aérospatiaux, pièces d'automobiles, équipement de télécommunications, composantes électriques et électroniques, machinerie industrielle et moteurs.

Voici un aperçu de possibles débouchés commerciaux :

L'écotechnologie : À la suite d'importants investissements des secteurs public et privé, l'Australie devrait consacrer, d'ici l'an 2000, entre 2 et 3 milliards \$, à l'achat de matériel et de services pour la protection de l'environnement.

La population australienne est tellement préoccupée des problèmes environnementaux qu'elle a décidé d'investir dans différents domaines : épuration des eaux industrielles et d'égouts, gestion et élimination des déchets (y compris les substances dangereuses), surveillance et contrôle de la pollution atmosphérique, et nettoyage des sites contaminés.

Les gouvernements des États de New South Wales, de Victoria et du Queensland, en particulier, doivent de toute urgence prendre des mesures pour dépolluer les installations industrielles existantes. Dans tous leurs projets d'agrandissement, les entreprises doivent prévoir des mesures pour nettoyer les sites existants et dépolluer les sites contaminés. L'ensemble des programmes de dépollution au pays est évalué à plus de deux milliards \$ par État pour les 10 à 20 prochaines années. De plus en plus de sociétés australiennes se spécialisent dans la distribution et dans la production de matériel et de services

de protection de l'environnement. On reconnaît que les services spécialisés de conception, de construction et de gestion de projets sont de qualité supérieure à l'étranger, et que le Canada est un chef de file dans de nombreux domaines.

Les coentreprises et les accords de transfert technologique avec des partenaires australiens peuvent déboucher sur des ventes immédiates en Australie. Ces alliances stratégiques peuvent également susciter des échanges commerciaux avec des pays tiers en Asie du Sud et dans les autres pays environnants. Ces différents pays (en excluant le Japon) pourraient investir plus de 25 milliards par année dans les produits et services écotechnologiques.

Les systèmes et services de transport : d'ici l'an 2000, le gouvernement fédéral et les gouvernements des États devraient favoriser la modernisation et le prolongement des réseaux ferroviaires. Outre un programme quinquennal évalué à plus de 5 milliards \$, de nouveaux investissements de plus de 450 millions \$ sont prévus pour 1993-1995.

L'accent est mis sur la modernisation et la normalisation des « corridors » ferroviaires qui relient présentement les grands centres urbains, notamment Melbourne-Sydney, Sydney-Brisbane et Melbourne-Adelaide. Il est prévu de moderniser les lignes de chemin de fer du Queensland et de l'Australie de l'Ouest, en particulier celles qui sont utilisées pour l'expédition du minerai en vrac et des produits agricoles. La planification initiale prévoit également de nouvelles installations portuaires pour la manutention des marchandises, la construction de chemins de fer légers dans la région de Sydney et le prolongement de la ligne qui relie Darwin et Alice Springs, au centre de l'Australie.

Le Canada n'est pas un inconnu sur le marché ferroviaire australien. Récemment, des fournisseurs canadiens ont vendu des locomotives diesel ainsi que des services de génie et de gestion à la

Société nationale de chemins de fer. Le Canada y est perçu comme un fournisseur de calibre mondial, capable de fournir à l'Australie bon nombre de produits nécessaires à la réalisation du programme de construction ferroviaire. Les fournisseurs canadiens auront également la possibilité de vendre du matériel roulant, des rails et du matériel de signalisation, des dispositifs de commande électronique, des services de programmation par ordinateur, ainsi que de l'équipement de ligne et des systèmes de communications centraux. Les constructeurs canadiens d'aéronefs et de matériel d'aviation ont de bonnes chances d'écouler leurs produits sur ce marché. Il est possible de s'associer avec des entreprises australiennes pour des projets de recherche et de développement, de réparation d'aéronefs et de commercialisation conjointe dans les pays tiers d'Asie. Dans le secteur de la défense, une enquête du Haut-commissariat a permis de cerner une centaine de débouchés possibles.

Les systèmes et services de télécommunications : L'Australie consacre environ 10 milliards \$ par année à l'achat de matériel de télécommunications. Ce budget devrait s'accroître de plus de 5 % par année d'ici 1995. L'augmentation se fera surtout dans le domaine des logiciels et des services connexes. Les deux sociétés d'État, TELSTRA (autrefois Telecom Australia) et Optus, cherchent à améliorer leur situation financière et les services à la clientèle avant l'arrivée d'une nouvelle compagnie sur le marché en 1997. Concurrence, expansion des services de téléphone cellulaire et mobile, utilisation d'appareils de mise en circuits complexes pour la transmission des données devraient ouvrir des débouchés aux fournisseurs canadiens de logiciels et de services.

La radiodiffusion, l'introduction de la télévision payante en Australie, offrira
(Voir page 6— Des débouchés)

Des débouchés prometteurs et variés (Suite de la page 5)

d'autres perspectives intéressantes aux fournisseurs canadiens bien positionnés. Le gouvernement fédéral devrait décider une politique nationale ferme concernant la télévision payante sous peu. Les compétences du Canada dans le domaine des services et des appareils de transmission, ainsi que des programmes disponibles aux exploitants de la télévision payante, justifient que des efforts de stimulation du commerce soient orientés vers ce segment.

Logiciels : Le besoin de solutions d'applications plus perfectionnées a déclenché la montée de la demande de logiciels spécialisés, demande évaluée à 13 % en Australie. Les applications d'OP se sont substituées à l'ordinateur portatif et au traitement à utilisateurs multiples comme priorités sectorielles, la croissance devant se poursuivre jusqu'en 1997.

Le Canada est renommé internationalement pour la qualité et la fiabilité de ses logiciels. Un certain nombre d'entreprises canadiennes sont déjà présentes sur le marché australien mais, nous avons à peine effleuré les débouchés possibles, dont la valeur pourrait atteindre plus de deux milliards \$ d'ici l'an 2000. Au cours des prochaines années, les secteurs suivants sont appelés à connaître une croissance appréciable en Australie : les logiciels d'application utilisés dans les systèmes d'information géographique, les produits de soins de santé, le matériel éducatif, le matériel de réseaux, les systèmes d'exploitation multi-utilisateurs, la conception et la fabrication assistées par ordinateur, l'ingénierie assistée par ordinateur, et bien d'autres. L'Australie possède de bonnes capacités d'élabora-

tion de logiciels et de commercialisation, mais la collaboration entre des entreprises canadiennes et australiennes dans ce secteur — notamment les échanges de représentants entre la région Asie-Pacifique et l'Amérique du Nord — a donné d'excellents résultats et permis d'introduire des produits et des services canadiens sur ce marché.

Le secteur médical et des sciences de la santé sont tout aussi prometteurs. L'augmentation des ventes de produits médicaux depuis 1990 est de bon augure pour les technologies de pointe en ce domaine. Les articles de consommation continueront de provenir de l'Asie, mais

protection de l'environnement. Des consortiums de sociétés de télédétection canadiennes et australiennes tentent déjà de pénétrer les marchés de pays tiers en Asie du Sud-Est.

La privatisation d'un certain nombre de services publics devrait engendrer des débouchés intéressants. Au cours des prochaines années, les gouvernements des États pourraient procéder à des désinvestissements dans les secteurs de la gestion des gazoducs, à l'augmentation de la capacité de production d'électricité, et des systèmes de circulation et distribution d'eau. Ils auront besoin d'experts-conseils

spécialisés dans l'évaluation de cet actif et d'offres subséquentes. Les entreprises spécialisées en ce domaine pourraient intervenir dans certains États où le processus est déjà avancé.

Les autres secteurs, notamment ceux de l'enseignement à distance et de la biotechnologie, feront l'objet d'une première étude par les

En 1994, programmes promotionnels

En 1993-1994, AECEC réalisera différents programmes promotionnels en Australie afin de soutenir les exportateurs dans leurs premières activités d'évaluation du marché.

Les missions canadiennes en Australie organiseront un certain nombre de foires, de missions commerciales et de séminaires dans divers secteurs industriels.

Parmi les principales manifestations, mentionnons :

- Conférence australienne sur la télédétection - Melbourne - Février 1994;
- PC 94 - Sydney - Mars 1994 - Les ordinateurs et les logiciels;
- ATUG 94 - Sydney - Mai 1994 - Le matériel et les systèmes de télécommunications.

Le Ministère prévoit monter des stands d'information lors des grandes expositions de matériel d'ingénierie, de matériaux de construction et d'équipement agricole prévues pour la fin de 1994.

les équipements de diagnostic et le matériel électro-médical plus perfectionnés seront achetés d'autres sources, notamment du Canada.

La télédétection et la technologie des satellites, deux domaines où les Canadiens excellent, offriront à moyen terme des possibilités intéressantes. En Australie du Sud, un projet de construction et de lancement de petits satellites pourrait faire appel aux services de conception et aux composants d'entreprises canadiennes. Le satellite-radar présente un grand intérêt pour l'Australie qui pourrait l'utiliser pour la gestion des cultures et des forêts, ainsi que dans le cadre de projets d'urbanisme et de

bureaux commerciaux canadiens en Australie. Ces bureaux produiront une série d'évaluations sectorielles qui seront ensuite distribuées aux sociétés canadiennes intéressées. Avec ces possibilités nouvelles ajoutées à la reprise des ventes à l'exportation dans les secteurs forestier, minier, pétrolier et gazier, le nombre de fournisseurs canadiens et le volume de leurs exportations en Australie sont appelés à augmenter au cours des prochaines années.

Pour renseignements communiquer avec la section de l'Australasie au Bureau de l'Asie et du Pacifique d'AECEC. Tél. : (613) 996-1052 ou 995-7652. Fax : (613) 996-1248.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

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

BULGARIE — Une société bulgare-canadienne souhaite représenter des entreprises canadiennes (aucune spécialité mentionnée) en Europe centrale et en Europe de l'Est, ainsi que dans le Commonwealth des États indépendants. Les accords d'exclusivité, les contrats à commission et les droits d'agent exclusif sont les formules préférées. Renseignements: Kalin Kolev, 19, rue Sultan Tepe, Sofia 1505, Bulgarie. Tél. : (3592) 464-222 ou (3592) 445-717. Fax : (3592) 439-459.

CAMEROUN — Une société industrielle recherche matières premières suivantes à livrer en quantités importantes et sur base annuelle: fil clair pour pointes, tôles prélaquées, fil machines, tôles galvanisées, tôles laminées à froid, tôles laminées à chaud et tôles aluminium. Communiquer avec monsieur Mondomobe, agent commercial, Ambassade du Canada, Yaoundé, Cameroun. Fax: 9237) 22-10-90. Téléx: 8209 KN DOMCAN YUNDE.

CHINE (République populaire) — L'EST Group, une entreprise canadienne établie en Chine, propose des services commerciaux aux sociétés canadiennes qui font de l'import-export. Cette firme offre son aide à toutes les étapes de l'établissement d'une coentreprise ainsi qu'une gamme étendue de services de formation. Ses domaines de prédilection sont l'agriculture, l'automobile, l'électronique, l'outillage et la construction. Renseignements : Tao Jiali, Chine, Beijing, Hui Ren Import Export Trading Company, Hai

Télécommunications à l'honneur

Mexico — Les sociétés canadiennes de télécommunications voudront participer à **MexCom 94**, une foire commerciale et une conférence qui auront lieu du 26 au 28 janvier 1994.

MexCom en est à sa dixième édition. De nombreux participants profiteront de cet événement pour présenter leurs technologies de télécommunications les plus avancées à plus de 5 000 acheteurs de ce domaine, rejoignant ainsi un marché dont la valeur devrait atteindre les 13 milliards de \$ US en l'an 2000!

Télécommunications, transmission de données, communications par satellite et microstations terriennes, fibres optiques, matériel informatique et logiciels, figurent parmi les produits les plus en demande au Mexique dans le secteur de l'informatique qui est en pleine expansion.

Des experts internationaux et des re-

présentants locaux de TelMex et du secteur mexicain des télécommunications donneront un aperçu de l'évolution récente et des orientations de l'industrie mexicaine des télécommunications.

À la même période aura lieu **ENERCON 94**, une manifestation axée sur les politiques énergétiques et les stratégies de mise en oeuvre de certaines technologies dans les services publics. **ENERCON** réunit des délégués de toutes les régions de l'Amérique latine et offre des perspectives intéressantes aux fabricants de matériel de télécommunications destiné aux services d'électricité, aux sociétés pétrolières et aux autres acheteurs d'équipement de télécommunications lié à la production énergétique. Communiquer avec Ross A. Cowan, LatCom Canada, 81 Ramsgate, Ottawa, K1V 8M4. Tél. : (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

Salon de la construction au Midwest

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

Cette manifestation, qui en est à sa 103^e édition, est considérée comme la plus importante exposition de produits de construction du haut Midwest. On y trouve tous les genres de matériaux de construction — de la brique, au mortier et au revêtement extérieur jusqu'aux logiciels les plus perfectionnés servant à contrôler la circulation de l'air dans les immeubles.

Cette année, le Canada participera pour la neuvième fois à cette exposi-

tion, qui constitue une occasion idéale pour les entreprises canadiennes désireuses de trouver des distributeurs et de présenter leurs nouveaux produits à des architectes et à des ingénieurs.

L'événement devrait attirer une foule record parce qu'il se tient au nouveau centre des congrès de Minneapolis et parce que la situation du marché domiciliaire et de la construction s'améliore.

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

Nouveau numéro

Pour renseignements sur les séminaires FITT annoncés dans notre numéro du 15 octobre, veuillez noter le nouveau numéro: 1-800-561-FITT.

Dian Qu, Dai Xipang Yuan, Xi Li 4-B-801, 10080. Fax : 011-86-1-257-0458; ou The EST Group, 240 Davidson Ave. S., Listowel (Ontario), N4W 2J9. Tél. : (519) 291-5331. Fax : (519) 595-8757.

AU CALENDRIER

Toronto - Du 7 au 9 novembre 1993 - Défis et opportunités dans le nouvel ordre économique est une conférence portant sur les finances des petites et moyennes entreprises, parrainée par l'Association des banquiers canadiens. Renseignements : Cathy Frederickson, tél. : (416) 362-6092.

Toronto — du 7 au 9 novembre 1993 — La Conférence nord-américaine réunira des représentants des pouvoirs publics, de l'industrie et des organismes de normalisation, qui essaieront de trouver des façons de faciliter les échanges commerciaux et de mieux comprendre l'évaluation de la conformité en Amérique du Nord. Les procédures d'évaluation de la conformité sont celles que les entreprises (en l'occurrence, les entreprises canadiennes, américaines et mexicaines) doivent respecter pour se conformer aux normes du marché. La conférence trilatérale s'adresse à tous les intéressés et est organisée conjointement par le Conseil canadien des normes, l'American National Standards Institute et le Secretaria de Comercio y Fomento Industrial. Pour plus de renseignements, prière de communiquer avec l'Office général des normes du Canada, à Ottawa. Tél. : 1-800-665-CGSB. Fax : (613) 941-8706.

North Bay — 9 novembre; Sault-Ste-Marie — 10 novembre; Hamilton — 24 novembre — séminaires sur les foires commerciales rentables. Parrainés par le Centre de commerce international du gouvernement fédéral à Toronto et le ministère du Développement économique et du Commerce de l'Ontario, ces ateliers, présentés par l'expert en foire

commerciale Barry Siskind, s'adressent aux coordonnateurs des foires, aux directeurs des ventes et au personnel des sociétés qui participent à des foires commerciales ou projettent d'y participer. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec International Training and Management Company, Toronto. Tél. ou fax : (416) 483-3836.

Ottawa - le 17 novembre, Faculté de droit, Université d'Ottawa - Exporter notre technologie : protection et

transfert internationaux des innovations est un colloque qui vise à informer l'exportateur sur l'élaboration et l'application d'une stratégie de transfert de technologie. Le transfert de technologie dans les Amériques et en Europe sera particulièrement considéré. Le coût de l'inscription est de 200 \$. Un cocktail et un repas seront servis. De la documentation sera remise aux participants. Communiquer avec Francine Doré, Faculté de Droit, 57 Louis Pasteur, Ottawa, K1N 6N5, tél. : (613) 564-7047.

PUBLICATIONS

Se faire des amis et faire des affaires au Mexique, tel est le thème central du supplément du magazine **Canadian Inflight** de novembre.

L'article, rédigé en collaboration avec AECEC, traitera des contacts personnels

dans le cadre unique du monde des affaires mexicain.

On peut se procurer des exemplaires (en quantités limitées) de ce numéro auprès d'InfoEx au 944-4000 à Ottawa ou 1-800-267-8376.

L'Afrique du Sud (Suite de la page 1)

sera représenté par Paul Pieterse du consulat général de l'Afrique du Sud à Toronto.

Des agents commerciaux des provinces devraient également y participer.

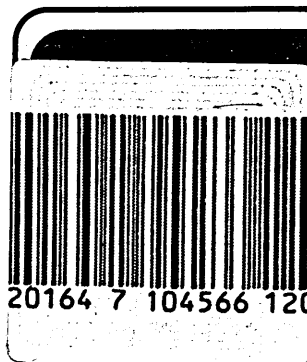
Pour renseignements :

Moncton (27 octobre) : Jean Nadeau, Société de développement du Nouveau-Brunswick. Tél. : (506) 857-3143. Fax : (506) 857-9906.

Montréal (29 octobre) : Denise Cadieux, coordinatrice, ou Michel Charland, directeur général du Forum francophone des affaires. Tél. : (514) 849-4572. Fax : (514) 844-8784.

Toronto (1er novembre), **Calgary** (3 novembre) : Larry Duffield, Association des exportateurs canadiens. Tél. : (613) 238-8888. Fax : (613) 563-9218. **Vancouver** (4 novembre) : Audry Vanderweegen, Centre mondial du commerce. Tél. : (604) 641-1262. Fax : (604) 681-0437.

Pour de plus amples renseignements sur les activités à venir, communiquer avec : Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient (GBT) d'AECEC. Tél. : (613) 944-6589. Fax : (613) 944-7437.



InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



ANADEXPORT

 Dept. of External Affairs
 Min. des Affaires extérieures
 5 1993
 15 novembre 1993
 RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
 RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

L'Inde et l'Autriche en visite chez nous

Promouvoir la coopération commerciale

• Inde •

Toutes les sociétés canadiennes intéressées sont invitées à participer à la phase II du **Programme de création de coentreprises Canada-Inde**. On y accueillera une délégation de gens d'affaires venant de l'Inde. Des réunions se tiendront dans diverses villes du Canada, du 29 novembre au 7 décembre 1993.

Cette deuxième phase du Programme de coopération avec les milieux d'affaires de l'ACDI, vouée à la promotion des coentreprises et de la coopération technique avec l'Inde, comprendra des séances de deux jours à **Montréal** (29 et 30 novembre), **Toronto** (2 et 3 décem-

bre) et **Vancouver** (6 et 7 décembre).

Les organisateurs ont dressé une liste d'entreprises indiennes et de leurs champs d'intérêt. Ils déterminent maintenant les entreprises canadiennes compatibles avec des entreprises indiennes. L'étape suivante consistera en des rencontres individuelles entre les représentants des entreprises intéressées.

Les sessions se composent de séminaires sur la manière de faire affaires en Inde, de rencontres individuelles et de visites d'usines. Le public est admis.

Le président et les membres du conseil d'administration du Conseil de commerce Canada-Inde ainsi que des fonctionnaires d'AECEC et du Programme de coopération avec les mi-

lieux d'affaires de l'ACDI seront sur place pour rencontrer les participants canadiens et les conseiller.

Pour obtenir une liste des sociétés indiennes ou des renseignements, communiquer avec Pan Kanagaretnam, directeur administratif, Conseil de commerce Canada-Inde, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Fax : (613) 238-7643.

• Autriche •

Plusieurs entreprises autrichiennes participeront à des réunions qui se tiendront à Montréal, Toronto et Vancouver du 22 au 30 novembre 1993.

Elles recherchent la coopération de distributeurs et de fabricants canadiens oeuvrant dans un certain nombre de domaines : électronique et logiciels; industrie forestière, pâtes et papiers; matériel de manutention; pompes et technologies hydrauliques; matériaux de construction; recyclage et transformation de métaux; textiles.

Pour connaître les dates et les endroits précis ou pour prendre un rendez-vous, communiquer avec la Délégation commerciale d'Autriche à Montréal, tél. : (514) 849-3708, fax : (514) 849-9577; à **Toronto**, tél. : (416) 967-3348, fax : (416) 967-4101; à **Vancouver**, tél. : (604) 683-5808, fax : (604) 662-8528 (fax).

Des remboursements pour les voyageurs d'affaires canadiens

Les gens d'affaires qui voyagent en Europe ne savent pas tous qu'ils peuvent obtenir le remboursement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), et réduire le coût de leurs voyages d'affaires.

Une organisation nous signale que les gens d'affaires qui se rendent en Allemagne peuvent recouvrer la TVA (7 ou 15%) payée sur les services, comme les hôtels, les taxis, la location de voiture, l'essence et les frais d'exposition dans les foires commerciales.

Si vous désirez diminuer le coût des voyages relatifs au commerce et à la technologie, communiquez avec M^{me} Monika Wolf, Chambre canado-allemande de l'industrie et du commerce Inc., 1010 rue Sherbrooke ouest, pièce 1604, Montréal, H3A 2R7. Tél. : (514) 844-3856. Fax : (514) 844-1473.

Une société canadienne offre le rem-

boursement de la TVA à ses clients et aux participants aux foires commerciales, dans 15 pays européens, et annonce que la Finlande commencera à rembourser la TVA à compter du 1er janvier ou du 1er juillet 1994. L'Autriche et la Norvège envisagent d'en faire autant.

Cette entreprise, International Sales Tax Refund Corporation, signale qu'il est possible dans plusieurs pays européens de réclamer le remboursement rétroactif de la TVA sur plus d'un an. Certains pays accordent des remboursements aux associations industrielles et aux organismes gouvernementaux étrangers.

Pour renseignements, s'adresser à Dieter F. Kern, vice-président, International Sales Tax Refund Corporation, 2885 Sherwood Heights Drive, pièce
(Voir page 2 — TVA)

DANS CE NUMÉRO

<i>Réussites commerciales</i>	2
<i>Occasions d'affaires</i>	3
<i>Plains feux sur l'Australie</i>	5-8
<i>Foires commerciales</i>	9-10
<i>Le marché des caraïbes</i>	11
<i>Calendrier/Publications</i>	12

Une firme bien branchée

Connect Tech Inc., de Guelph, en Ontario, fait figure de pionnier dans le domaine de la fabrication de cartes série multiport intelligentes. Toutefois, à l'inverse d'autres débutants dans cette industrie, Connect Tech a survécu et, qui plus est, prospéré. La société, fondée en 1985, a connu huit années de croissance stable qui lui ont permis de doubler la superficie de ses installations et de presque tripler le volume de ses ventes annuelles.

Le succès de l'entreprise tient d'abord à ses compétences techniques dans le domaine des communications en série. Les adaptateurs série multiport fabriqués par Connect Tech servent à relier des ordinateurs et des terminaux compatibles avec IBM PC, XT et AT, et MicroChannel. Parmi les produits renommés offerts par la société figurent la gamme DFLEX d'adaptateurs série multiport de norme courante et la gamme INTELLICON d'adaptateurs série multiport intelligents. L'entreprise a exporté près de 20 000 de ces articles depuis 1987.

Le président fondateur de Connect Tech, M. David Worthen, lui-même diplômé en Conception de système de l'Université de Waterloo, attribue le succès de Connect Tech à sa capacité de donner rapidement satisfaction aux clients qui désirent ajuster le produit en fonction de leurs besoins. Selon M. Worthen, la petite taille de l'entreprise et ses compétences excep-

tionnelles à l'égard des produits « maison » proposés lui permettent d'offrir un service d'une telle rapidité. « Nos produits, à l'instar d'un grand nombre de produits offerts sur le marché, ne conviennent pas toujours parfaitement aux besoins du client. Il peut se révéler nécessaire de modifier le produit pour l'adapter au devis du client, ou de modifier le devis pour

Produit :	logiciels
Employés :	14
Exportations :	73%
Marchés :	Amérique du Nord, Amérique du Sud et Europe

l'adapter au produit. Quelques modifications techniques à l'étape de la fabrication permettent de livrer un produit bien adapté. Ce sont précisément chez les clients auxquels nous avons fourni des produits ainsi adaptés que nous avons remporté nos succès les plus retentissants», poursuit M. Worthen.

Connect Tech a, dès ses débuts, visé à exporter sur les marchés mondiaux. Pour accéder aux marchés étrangers et s'y tailler une place, la société fait la promotion de ses produits dans des revues commerciales d'envergure internationale et participe à diverses expositions commerciales internationales. L'entreprise, présente

dans 22 pays, compte intensifier ses activités sur les marchés européen et sud-américain. Le recours à cette stratégie de commercialisation oblige Connect Tech à se familiariser avec les façons de mener des affaires dans un grand nombre de pays. Ce facteur a constitué une des clés du succès de l'entreprise et lui a permis de remporter un certain nombre de contrats prestigieux. Ainsi, la ville de Barcelone a eu recours aux compétences de Connect Tech pour améliorer son système de contrôle de la circulation en vue des Jeux olympiques de 1992 et, toujours en vue des Jeux olympiques, la société de télédiffusion australienne Channel 7 a eu recours, pour son centre de montage vidéo informatisé, à la carte Intellicon-Flex8 de Connect Tech.

TVA (Suite de la page 1)

16, Oakville (Ontario) L6J 7H1.
Tél. : (416) 338-8082. Fax : (416) 338-8988.

Une troisième société, Vatclaim International, membre du Groupe Thomas Cook, peut également aider les voyageurs canadiens à obtenir le remboursement de la TVA liée aux dépenses engagées lors de voyages d'affaires en Europe et au Royaume-Uni.

Bien qu'elle offre des services semblables aux sociétés mentionnées plus haut, Vatclaim présente une particularité : après autorisation, elle peut aider les entreprises à ramener au pays leurs dollars perdus et à les convertir de dépenses d'entreprise déductibles en dons de charité déductibles, par le biais d'une entente avec Centraide de Toronto.

Pour obtenir des renseignements, s'adresser à Malcolm Watkins, directeur, Vatclaim International, pièce 800, 5090 Explorer Drive, Mississauga (Ontario) L4W 4T9. Tél. : (416) 238-5219. Fax : (416) 602-9035.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 38 500 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BCT).

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

Expédier à : CANADEXPORT (BCT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

CHINE (République populaire) de — Les entreprises de la région autonome de Xinjiang, - en RPC, voudraient établir des coentreprises dans plusieurs domaines : production de bière d'orge; fabricants de boissons, de produits alimentaires, de textiles, d'articles de fourrure;

techniques de teinture de la laine, de fabrication de chaussures en cuir; services touristiques; industries du bétail et de la volaille. Communiquer avec Lily W. L. He, CW International Trade Company, 3920 rue Robinson, pièce 5, Regina (Saskatchewan) S4S 3C8. Tél. : (306) 584-5628. Fax : (306) 584-9648.

CHINE (République populaire) de — Les entreprises désireuses de conclure des accords de coentreprise ou des accords de licence, lancer des produits ou obtenir des services commerciaux en République populaire de Chine (RPC) peuvent communiquer avec Richard Griffiths, directeur des ventes internationales, KENTON GROUP, 160 East Beaver Creek Road, Unit 16, Richmond Hill (Ontario) L4B 3L4. Tél. : (416) 882-1808. Fax : (416) 754-8916. Le groupe KENTON a des bureaux à Hong Kong et en RPC. Il s'emploie depuis le début des années 1980 à promouvoir les produits canadiens en Extrême-Orient, surtout en Chine.

INDE — Les entreprises désireuses de participer à des coentreprises, à des accords de licence ou encore à fournir de la technologie de fabrication peuvent communiquer avec un important groupe industriel de l'Inde. Renseignements : Asif Vankalwala, 22 Storey Place, Markham, Ontario L3S 3B4. Tél. : (416) 497-4970 ou 472-5417. Fax : (416) 472-4957.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société de ce pays désire agir comme distributeur des fabricants canadiens de produits comme les prothèses et appareils auditifs et les instruments médicaux de diagnostic et de dépistage. Parmi les clients de l'entreprise figurent l'industrie, l'État, la défense, la marine, les hôpitaux et les organismes d'éducation et de services de la Nouvelle-Zélande. Communiquer avec Reid

faire distribuer leurs produits en Afrique via le Zimbabwe ou de former des coentreprises au Zimbabwe. Communiquer avec M. Bethel Salis, Zim-Can Distributors, 99 Bates Way, Markham (Ontario), L6C 1R7. Fax : (416) 887-5326.

VENEZUELA — Une entreprise spécialisée dans la vente d'équipement et de matériel de bureau souhaite repré-

senter des entreprises canadiennes. Renseignements :

Gerardo Viloria, président de la Distribuidora Ofamaca, C.A. Av. FCO de Miranda, Edif. Galipan, Torre A. Sotano, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 951-2239 ou 951-3826. Fax : (582) 951-2239.

VENEZUELA — Une société spécialisée dans la vente de biens de consommation désire représenter des entreprises canadiennes au Venezuela et dans les pays voisins. Renseignements : Walfredo Hernandez, Evertop Trading, C.A. C/C Los Chaguaramos, Piso 14, Of. 14-01, Urb. Los Chaguaramos, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 662-9708. Fax : (582) 662-7654.

VENEZUELA — Une entreprise d'importation et de distribution de matières premières et d'équipement pour l'industrie pharmaceutique désire représenter des entreprises canadiennes au Venezuela. Renseignements : Begner & Cia., S.R.L., Av. Universidad, Esq. Monroy, Edf. Halven, PISO 4, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 572-3497. Fax : (582) 571-5629.

VENEZUELA — Une entreprise d'importation et de distribution d'équipement sportif désire établir des contacts avec des entreprises canadiennes. Renseignements : Corporacion Ponce & Benzo, Av. La Estancia, CCC Tamanaco, Torre A, PISO 7, Of. 701, Chuao, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 959-1282 ou 959-1289. Fax : (582) 262-0318.

OCCASIONS D'AFFAIRES

Technology Ltd, 3-5 Auburn Street, Takapuna, North Shore City, c.p. 1898, Auckland (Nouvelle-Zélande). Tél. : 0-9-489-8100. Fax : 0-9-489-8585.

PÉROU — Les sociétés désireuses de développer un marché au Pérou, surtout dans le domaine de pointe des télécommunications vocales et de la transmission des données et des images — et ayant accès aux services d'un bureau déjà établi à Lima — peuvent communiquer avec M. Nicolas Salazar, Coronel Portillo 396, Dpt. 112, San Isidro, Lima 27, Pérou. Tél. : (5114) 221853. Fax : (5114) 411577.

SLOVÉNIE — Une société de commerce extérieur canadienne installée en Slovaquie désire entrer en contact avec des sociétés canadiennes intéressées à exporter leurs produits dans ce pays. L'entreprise est également disposée à distribuer ces produits sur le marché slovène. Pour renseignements : David Gardner, président, Legend International, Jakceva 39, 61000 Ljubljana, Slovaquie. Tél. et fax : 38-61-103-364.

TAIWAN — M. Chang, Wide Channel Co., Ltd, n° 15, Ta-Tun 19 St. W. Area, Taichung, Taïwan, R.O.C., recherche des fournisseurs canadiens de syénite néphélique. Tél. : 886-4-3280477. Fax : 886-4-3270716.

ZIMBABWE — Un certain nombre de sociétés du Zimbabwe recherchent des entreprises canadiennes désireuses de

Les fabricants de fournitures médicales invités à explorer le marché américain

L'ambassade du Canada à Washington, D.C., recherche des fabricants de fournitures médicales désireux de rencontrer des représentants/distributeurs d'hôpitaux, de maisons de santé et d'autres établissements de soins de santé.

La participation à ces réunions, qui auront lieu en mars 1994, pourrait se traduire par une meilleure représentation/distribution des produits de fabrication canadienne dans la région de Washington, D.C., du Maryland

et de la Virginie.

Cette région compte 11 millions d'habitants. On y trouve environ 270 hôpitaux, 37 000 lits pour des soins de courte durée et quelque 460 maisons de santé. Le nombre estimatif de médecins et de membres du personnel médical de la région se chiffre à 35 000.

En outre, et c'est ce qui rend ce marché encore plus attrayant, la région est connue pour ses écoles de médecine et ses hôpitaux affiliés de premier plan, comme le Johns Hopkins, la

Georgetown University, la George Washington University, le Medical College of Virginia, l'University of Virginia et le Medical University of the Uniformed Forces.

Puisqu'on retrouve une grande concentration de leaders d'opinion sur ce territoire, les produits commercialisés auront de bonnes chances de se faire connaître à l'échelle nationale.

Les entreprises peuvent communiquer avec Manuel M. Ellenbogen, délégué commercial à l'ambassade du Canada à Washington, D.C. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

Comment être présent sur le marché américain tout en restant chez soi

Les entreprises canadiennes peuvent pénétrer le marché américain sans avoir à se déplacer du Canada.

Elles peuvent obtenir de l'aide de la société Ultraport Services Ltd., qui a des bureaux au Québec et au Vermont.

Ultraport peut entre autres :

- fournir les numéros de téléphone et de fax de clients potentiels aux États-Unis;
- à titre de représentant de votre entreprise, recevoir pour vous des appels et des télécopies et vous les transmettre;
- recevoir pour vous du courrier et des colis et vous les faire parvenir;

- vous épargner des tracasseries douanières, des délais et des frais de courtage en entreposant une partie de vos stocks ;

- mettre la dernière main à des produits canadiens non complétés;

- fournir des bureaux aux États-Unis.

Communiquer avec Ultraport Services Ltd., 3811, rue Principale, Dunham (Québec) JOE 1M0, téléphone : (514) 295-2441, télécopieur : (514) 295-2174 ou avec Steve Selby, Président, Ultraport Services Ltd., Route 78, Airport Road, Swanton, Vermont, 05488. Tél. : (802) 868-7244. Fax : (802) 868-3180.

Chambre de commerce Canada-Maroc

Lors de son assemblée générale annuelle, l'Association Maroc-Canada d'amitié et de coopération économique a décidé de se transformer en Chambre de commerce Maroc-Canada conformément aux lois. Voilà donc un tremplin intéressant pour les gens d'affaires canadiens qui s'intéressent à ce marché et qui sont déjà actifs dans les diverses Chambres de commerce d'ici. Communiquer avec monsieur Roger Marceau, Conseiller, Affaires commerciales, Ambassade du Canada, Rabat, Maroc. Fax: (011-212-7) 77-28-87.

Avis aux fabricants de produits électroniques

Les fabricants canadiens de produits électroniques dont les clients se retrouvent surtout dans les secteurs commercial, militaire et public, sont invités à rencontrer des porte-parole de l'Electronics Representatives Association, section de Chesapeake.

Les représentants de cette section font affaires avec plus de 400 fabricants américains de Virginie, du Maryland et de la région de Washington, D.C. En

outre, 70 entreprises représentées par cette section vendent chaque année des produits électroniques dont la valeur excède 200 millions \$ US.

Les sociétés qui désirent explorer ce débouché éventuel et obtenir plus de renseignements peuvent s'adresser à Manuel M. Ellenbogen, délégué commercial, ambassade du Canada, Washington, D.C.. Tél. : (202) 682-1740. Fax : (202) 682-7619.

1-800 FIERA

La Chambre de commerce italienne au Canada - Montréal a un nouveau numéro pour le Canada, le 1-800-26-FIERA. Les demandes d'information peuvent se faire de 9h à 17h (heure de l'est).

Le 1-800-26-FIERA peut être fort utile pour obtenir de l'information sur les quelque 90 expositions commerciales variées se déroulant chaque année à FIERA MILANO.

L'Australie, un marché attrayant et diversifié

Le numéro du 1^{er} novembre 1993 (vol. 11, no 18) de CanadExport comportait un supplément de quatre pages sur l'Australie. On y retrouvait des articles traitant des sujets suivants : les réformes économiques qui ont amené l'Australie à une plus grande ouverture; un aperçu général du marché australien; l'Australie, porte des autres marchés de l'Asie et du Pacifique; le rôle des délégués commerciaux à Canberra et à Sydney; les débouchés sectoriels; les principales activités de promotion prévues pour 1994. Les articles qui suivent complètent ce supplément.

Un marché développé dans une région en pleine expansion

Le Canada est un important fournisseur de produits agricoles et industriels de l'Australie, et lui vend aussi des produits finis. Un certain nombre d'entreprises canadiennes prestigieuses, notamment Alcan, Placer Pacifique, Macdonald Dettwiler, Macmillan Bloedel, DMR Associates, Northern Telecom, McCains, Moore Cooperation, SNC et des banques canadiennes, sont présentes dans le pays.

Le marché est fait sur mesure pour les petits et moyens exportateurs. Plus de 200 produits différents sont expédiés chaque année à des clients australiens, dont bon nombre par de petites entreprises de diverses régions du Canada.

Les produits à valeur ajoutée représentent maintenant plus de 70 % des exportations canadiennes en Australie — proportion surpassée que par les exportations canadiennes aux États-Unis.

Les ventes d'équipement de télécommunications et d'informatique, de logiciels informatiques, d'équipement aérospatial et de systèmes de transport contribuent fortement au commerce avec l'Australie. Les fournisseurs canadiens de produits de haute technicité ont vendu à l'Australie des locomotives pour le prolongement des chemins de fer, des logiciels pour la deuxième plus importante société de télécommunications, des systèmes d'atterrissage pour les hélicoptères de la marine australienne et des véhicules blindés légers destinés à l'armée. Les succès obtenus par les fournisseurs canadiens donnent une bonne idée des possibilités offertes aux fabricants canadiens prêts à exporter.

Les goûts et les besoins des consom-

mateurs australiens étant semblables à ceux des consommateurs canadiens, l'Australie peut s'avérer un marché fort prometteur pour les entreprises canadiennes cherchant à exporter au-delà de l'Amérique du Nord.

La ressemblance s'étend également à la langue, au système juridique et aux pratiques commerciales, comme les transactions bancaires, les méthodes de gestion financière et les modes de paiement. L'Australie est un pays où les entreprises canadiennes se sentiront à l'aise pour explorer les débouchés possibles. En outre, bien connus en Australie,

les Canadiens sont respectés et perçus comme d'excellents partenaires pour les activités de démarchage, les entreprises en association et les activités de commercialisation dans des pays tiers.

Pays voisin des marchés en croissance de l'Asie du Sud et du Sud-Est, et par conséquent «porte d'entrée» sud de la région Asie-Pacifique, l'Australie est une plate-forme importante pour les sociétés étrangères qui cherchent à profiter d'excellentes perspectives dans cette partie du monde. Les exportations australiennes vers l'Asie croissent déjà à un rythme de plus de 6% par année.

Qualité et prix compétitifs assureront des débouchés

Les nouveaux exportateurs canadiens découvriront une foule de possibilités en Australie à la condition de répondre à la demande du marché et d'offrir des produits de qualité supérieure, à des prix compétitifs.

Les possibilités abondent dans différents secteurs, notamment dans ceux du matériel ferroviaire, de la biotechnologie, des matériaux de construction, des techniques de préservation de l'environnement, de l'équipement médical, de l'enseignement à distance, des logiciels d'application spéciale et des biens de consommation.

Les nouveaux exportateurs — en particulier, les sociétés prêtes à l'exportation et dotées de technologies de pointe — peuvent assez facilement établir des rapports commerciaux avec des partenaires et représentants australiens. D'ici l'an 2000, nos échanges commerciaux

avec l'Australie devraient s'intensifier, et les exportations du Canada devraient dépasser le milliard de dollars enregistré en 1989.

Dans leurs programmes de stimulation du commerce, le haut-commissariat du Canada à Canberra et le consulat général à Sydney insisteront davantage sur les nouveaux secteurs d'intérêt pour les Canadiens.

La régulation des procédés industriels et des instruments industriels, les technologies de préservation de l'environnement, l'équipement de conditionnement, les services techniques spécialisés, et l'équipement et les systèmes de transport sont tous des secteurs porteurs d'avenir.

Ajoutés aux domaines où les Canadiens se sont déjà taillé une place, à savoir l'agriculture, l'exploitation minière (Voir page 8 — Stratégie)

Principales exportations canadiennes vers l'Australie ('000)

Code		1991	1992	Jan-Juin 1993
84	Machines, chaudières, appareils et engins mécaniques	70,806	63,337	44,400
44	Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	54,867	67,235	42,484
85	Machines, app. & mat. élect. & parties, app. enregist.	23,667	55,457	36,276
31	Engrais	31,447	50,948	24,598
47	Pâte de bois/d'autres mat. fibreuse cellulosiques; déchets	37,544	39,469	20,328
39	Matières plastiques et ouvrages en ces matières	38,598	35,517	19,526
48	Pap. et carton; ouv. en pâte de cellulose; en pap./carton	37,411	41,059	15,812
87	Voiture auto, tract, cyc & autre véh. terrestre, part & acc	23,207	24,012	15,254
28	Prod. chimique inorg; comp inorg/org méta/préc, etc.	60,988	58,426	10,953
16	Prép. de viandes, poissons ou crustacés, mollusques	23,037	23,614	10,371
27	Combustibles minéraux, huiles; matières bitumineuses	815	4,477	8,179
90	Instr & appareil d'optique, photo/ciné, mesure, contrôle	9,307	11,466	7,659
54	Filaments synthétiques ou artificiels	18,160	20,487	7,137
98	Dispositions de classification spéciale	8,697	10,628	6,766
30	Produits pharmaceutiques	6,225	8,745	5,336
20	Prép de légumes, de fruits ou de plantes	8,569	9,853	4,488
57	Tapis et autres revêtements de sol en matières textiles	3,511	4,590	3,104
99	Transactions spéciales - commerciales	8,374	6,374	2,932
73	Ouvrages en fonte, fer ou acier	5,027	3,183	2,595
72	Fonte, fer et acier	11,758	6,861	2,576
49	Produits de l'édition, presse, industries graphiques	1,759	4,601	2,096
05	Autres produits d'origine animale, nda	3,238	4,069	2,003
02	Viandes et abats comestibles	6,148	6,286	1,944
81	Métaux communs; cermets; ouvrages en ces matières	1,460	3,165	1,872
10	Céréales	185	1,189	1,861
59	Tissus imprégnés, enduits, recouverts ou stratifiés	2,551	2,388	1,839
82	Outils et outillage, art de coutellerie & couverts de table	2,735	2,901	1,730
33	Huiles essent & résinoïde; prod parf/toil, cosmétique	2,877	3,633	1,544
29	Produits chimiques organiques	4,013	2,090	1,542
88	Navigation aérienne ou spatiale	72,151	3,035	1,525
94	Meubles; mobilier médico-chirurgical; art de literie	2,307	2,634	1,478
95	Jouet, jeux, art pour divertissement/sport, access.	1,837	2,996	1,331
34	Savons, agent de surface organique, prép pr lessive	2,145	1,926	1,313
32	Ext. tannants/tinctoriaux; tanins; pigments; peinture	2,192	2,822	1,306
75	Nickel et ouvrages en nickel	281	2,382	1,283
70	Verre et ouvrages en verre	1,292	1,417	1,230
68	Ouvrages en pierre, plâtre, ciment, amiante, mica	322	540	1,203
40	Caoutchouc et ouvrages en caoutchouc	1,716	2,351	1,089
25	Sel; soufre; terres et pierres; plâtres, chaux et ciments	5,870	8,372	1,065
21	Préparations alimentaires diverses	1,074	1,565	894
07	Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires	1,481	1,692	759
03	Poissons et crustacés, mollusques et aut invertébrés aquat	4,120	1,247	634
83	Ouvrages divers en métaux communs	931	1,205	605
17	Sucres et sucreries	909	1,023	447
19	Prép base de cér., farines, amidons, féculs/lait; pâtiss.	1,354	1,636	299
76	Aluminium et ouvrages en aluminium	418	2,318	240
55	Fibres synthétiques ou artificielles discontinues	3,772	1,453	197
26	Minerais, scories et cendres	4,940	3,560	142
	Sous-total du	616,093	620,234	324,245
	Total	627,473	630,200	330,731

Principales importations canadiennes de l'Australie ('000)

Code	1991	1992	Jan-Juin 1993
28	205,260	258,622	207,151
02	116,305	148,713	124,545
17	113,564	90,275	76,767
26	35,351	56,061	31,177
84	18,931	25,820	13,657
38	916	7,948	11,835
20	21,269	22,808	11,232
72	13,794	16,335	10,468
08	22,532	20,132	8,798
22	18,528	16,962	6,797
30	8,427	11,344	5,899
87	2,901	3,118	5,030
75	19,597	8,834	4,050
29	5,125	7,112	3,766
90	4,989	6,337	3,601
85	2,715	4,360	2,729
16	4,030	2,011	1,530
21	1,282	3,076	1,476
51	2,380	2,588	1,101
03	1,475	2,337	1,100
76	387	686	1,083
52	1,238	2,067	911
95	871	705	896
49	1,623	2,078	872
19	981	1,233	748
98	731	1,173	641
70	1,512	1,287	609
88	5,538	1,049	591
99	790	1,201	555
07	1,610	2,036	533
41	1,757	1,465	353
97	55	7,963	262
27	14,381	1,395	54
Sous-total du	650,845	739,131	540,817
Total	664,365	750,989	551,566

Un va-et-vient de missions

En collaboration avec les deux missions commerciales canadiennes en Australie, AECEC organisera un certain nombre de missions en Australie (pour les exportateurs canadiens) et au Canada (pour les acheteurs australiens) dans les secteurs susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens.

Le Bureau de l'Asie et du Pacifique d'AECEC à Ottawa a établi des critères de sélection pour le choix des entreprises canadiennes.

Les dates de ces missions seront arrêtées sous peu. Le programme des missions commerciales touchera les secteurs suivants :

- L'écotecnologie (en Australie)
- La technologie et le matériel ferroviaires (en Australie)
- Le matériel et les systèmes de défense (en Australie)
- Le matériel et les services de protection de l'environnement (au Canada)
- Les logiciels informatiques (au Canada)

Le haut-commissariat à Canberra et le consulat général à Sydney maintiennent une liste à jour des principales foires commerciales dans leurs secteurs respectifs de responsabilité.

Un certain nombre d'événements de promotion du tourisme ont également lieu dans les différentes régions d'Australie à l'intention des agents de voyage locaux et des autres professionnels de l'industrie touristique, et ont pour but d'inciter les touristes australiens à venir au Canada.

Pour renseignements, communiquer avec la section de l'Australasie au Bureau de l'Asie et du Pacifique d'AECEC. Tél. : (613) 996-1052 ou 995-7652. Fax : (613) 996-1248.

Cent ans de commerce bilatéral

Les relations commerciales entre le Canada et l'Australie remontent aussi loin qu'au XIX^e siècle.

L'établissement d'une délégation commerciale à Sydney en 1895, l'un des premiers bureaux commerciaux ouverts par le Canada à l'étranger, a marqué le début d'un siècle d'échanges bilatéraux intenses.

Avec son marché de 17 millions de personnes, l'Australie est un partenaire commercial important pour le Canada dans la région Asie-Pacifique. En outre, nos deux pays ont des intérêts et des objectifs communs à titre de participants au Cycle de négociations commerciales multilatérales d'Uruguay et à la Coopération économique Asie-Pacifique (APEC).

Située dans la région économique du monde où la croissance est la plus rapide,

l'Australie offre des possibilités présentes et futures intéressantes pour les exportateurs.

Les produits et services canadiens trouvent déjà preneurs en Australie. En 1992, le commerce bilatéral atteignait près de 1,5 milliard \$, ce qui faisait de l'Australie notre sixième plus important partenaire commercial en Asie, après le Japon, la Chine, la Corée du Sud, Hong Kong et Taïwan.

Les investissements réciproques ont également augmenté au fil des ans. Les investissements directs du Canada en Australie sont estimés à plus de 5 milliards \$, dans les secteurs des mines, des médias, de l'agro-industrie et de la fabrication. Source non négligeable d'investissements au Canada, l'Australie investit 2,5 milliards \$ en capital.

Des contacts d'affaires au Canada, à Canberra et à Sydney

D'autres contacts concernant les échanges commerciaux en Australie peuvent être utiles :

- Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique du Sud (PST), AECEC. Tél. : (613) 996-1052 ou 995-7652. Fax : (613) 996-1248.

- Haut-commissariat du Canada, Commonwealth Avenue, Canberra, Act 2600. Tél. : (062) 273-3844. Fax : (062) 273-3285

- Consulat général du Canada, Quay West, Level S, 111 Harrington Street, Sydney, NSW 2000. Tél. : (02) 364-3000. Fax : (02) 364-3098.

Une stratégie qui rapporte (Suite de la page 5)

nière, le pétrole et le gaz, les pâtes et papiers, l'équipement d'exploitation forestière et les télécommunications, ces nouveaux secteurs constitueront la base de l'expansion du commerce avec l'Australie. Les sociétés canadiennes inactives en Australie auraient tout intérêt à sonder dès maintenant les possibilités d'un marché propice à une croissance économique durable. Les entreprises établies en Australie devraient intensifier leurs relations d'affaires avec des partenaires locaux afin d'explorer

les débouchés dans des pays tiers, notamment en Asie du Sud-Est.

Bientôt, le Canada et l'Australie célèbreront cent ans des relations commerciales officielles. Cet anniversaire constitue une occasion unique de redonner vitalité à un partenariat valable et profitable entre «vieux amis».

En ayant recours à une stratégie de commercialisation vigoureuse et bien planifiée, les Canadiens pourraient aisément se tailler une place sur ce marché similaire au nôtre.

Salon de quincaillerie et de fournitures de bureau

San Juan — Les entreprises canadiennes sont invitées à participer à deux expositions qui auront lieu dans la capitale de Porto Rico au début de février.

Se déroulant au centre d'un réseau commercial sud-américain, ces manifestations offrent aux exportateurs canadiens une occasion magnifique de pénétrer d'autres marchés lucratifs comme les Antilles, le Venezuela et l'Amérique centrale.

D'une population de 3,6 millions et

d'un style américain en affaires, l'île a importé, l'année dernière, des produits canadiens pour une valeur de 500 millions \$.

Le **Salon du prêt-à-monter** (4 au 6 février 1994) réunira des représentants de l'industrie de l'ameublement et des fournitures de bureau. Le consulat général du Canada à Atlanta y tiendra un kiosque national.

Les entreprises intéressées sont priées de communiquer - *avant le 17 décembre 1993* - avec William Stolz au consulat du Canada à Atlanta. Tél. : (404) 577-6810, poste 3357. Fax : (404) 524-5046.

Un Salon de la quincaillerie et de l'équipement ménager, présentant un kiosque d'information canadien, se tiendra aux mêmes dates.

Toute personne désireuse d'explorer ce marché, mais dans l'impossibilité d'être sur place, peut envoyer de la documentation à Hector Garcia, B.P. 29021, San Juan, Porto Rico, 00929-0021. Tél. : (809) 764-5315. Fax : (809) 751-4952.

Pour renseignements sur cette exposition, communiquer avec Gérald Milot, Délégation commerciale du Canada, San Juan, Porto Rico. Tél. : (809) 250-0367. Fax : (809) 250-0369.

Expo 94-Chine sur la construction

Fuzhou — Des représentants de l'industrie du bâtiment de toutes les régions de la République populaire de Chine assisteront à l'**Expo 94-Chine sur la construction nord-américaine**, du 2 au 7 mai 1994.

L'événement, qui pourrait ouvrir les portes du plus important marché mondial de matériaux de construction, mettra en vedette des produits et services nord-américains, tels que les équipements du bâtiment, les matériaux de construction, les techniques de fabrication, les services de génie-conseil et les services de gestion du bâtiment.

Les fournisseurs nord-américains pourront ainsi établir des liens étroits en vue d'opérations commerciales, d'échanges de technologie et de contreparties.

Selon le Centre national chinois d'information, le développement immobilier en Chine a atteint 99,75 milliards \$ US en 1992, soit une hausse de 15,2 p. 100 par rapport à 1991. Si la tendance se poursuit, ce chiffre pourrait atteindre 114 milliards \$ US vers la fin de la présente année. Pour renseignements sur **Expo 94-Chine sur la construction nord-américaine**, communiquer avec le représentant canadien de l'organisateur de l'événement, Hua Executrade Communications, 323-810 West Broadway, Vancouver V5Z 4C9. Tél. : (604) 325-8366. Fax : (604) 325-4729.

L'avionique prend son envol au Chili

Santiago — La plus grande et la plus courue des foires commerciales de l'avionique en Amérique latine, **FIDEA**, aura lieu dans la capitale chilienne du 20 au 27 mars 1994. En 1992, cette foire a attiré des délégations d'acheteurs de plus de 34 pays et on y trouvait 24 stands nationaux. La participation du Canada n'avait jamais été si nombreuse : 13 entreprises qui, ensemble, ont repéré de nouveaux contrats pouvant atteindre 75 millions de dollars. Cette année-là les Canadiens avaient réalisé sur place un chiffre d'affaires de 10 millions de dollars.

FIDEA présente cette possibilité de commercialisation seulement tous les deux ans et est parrainée par l'armée de l'air chilienne. Elle est devenue une des plus grandes foires commer-

ciales de l'avionique au monde, d'où l'intérêt des Canadiens à y participer.

La grande qualité des démonstrations aériennes présentées, le professionnalisme des organisateurs et la présence des décideurs du monde de l'aviation civile et militaire de l'Amérique latine ont amené de nombreux participants des années précédentes à affirmer que, du point de vue des échanges commerciaux, FIDEA offre un forum plus attrayant que bien d'autres foires du genre.

Pour obtenir des renseignements, communiquer avec Paul Schutte, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125 Promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5358. Fax : (613) 944-0479.

Au Portugal, on pique votre intérêt

Torres Novas — La curiosité des apiculteurs sera peut-être piquée par cette foire commerciale qui aura lieu prochainement au Portugal.

Du 3 au 6 février 1994, le **Congrès national sur l'apiculture et les produits apicoles** tiendra des colloques et

des expositions sur l'apiculture et ses produits.

Renseignements : Arnaldo M. Rivotti, ADIRN, Rua José Raimundo Ribeiro, s/n, Apartado 127, 2302 Tomar Codex. Fax : 351-49-321720.

Istanbul mise en vedette par deux expositions ...

... l'une sur la construction

Istanbul — Les fabricants de matériel et de systèmes de construction, de matériaux de construction, d'installations de chauffage et de plomberie sanitaire, de matériaux d'isolation et de revêtements intérieurs sont invités à participer à une exposition commerciale qui se tiendra ici du 13 au 16 janvier 1994.

Construction-Turquie'94, à laquelle le Canada aura un kiosque d'information, est une excellente occasion de présenter des produits aux acheteurs, aux distributeurs et aux agents turcs autorisés. Les produits en vedette seront les dispositifs de sécurité pour immeubles, à savoir les systèmes de contrôle d'accès, les installations de détection d'incendie et de lutte contre les incendies, ainsi que les détecteurs d'intrus et les systèmes d'alarme.

Le personnel de l'ambassade est dis-

posé à exposer et à distribuer des dépliants promotionnels de fabricants canadiens de matériel et de produits de construction. L'ambassade organise également un atelier technique portant sur la technologie et les produits canadiens. Cet atelier fournit aux participants et aux visiteurs canadiens l'occasion de faire des exposés aux invités, des gens d'affaires turcs.

Les entreprises qui désirent faire dis-

tribuer leurs dépliants promotionnels doivent en faire parvenir jusqu'à 100 exemplaires, avant le 15 décembre 1993, à D. MacDonald, deuxième secrétaire (commerce), Division commerciale, ambassade du Canada, Nenehatun CAD 75, GOP 06700, Ankara, Turquie.

Pour renseignements, communiquer avec l'ambassade du Canada à Ankara, tél. : 011-90-4-436-1275; fax : 11-90-4-446-2811/4437.

... l'autre sur les communications

Istanbul — La foire internationale SOFTEX ralliera le monde des communications d'affaires, du 26 au 30 janvier 1994 à Istanbul. Fabricants d'ordinateurs, de périphériques et d'ameublement de bureau, entreprises reliées aux télécommunications et à la transmission de données, tous y trouveront leur compte. Cet événement permettra aux gens d'affaires d'ici d'identifier des débouchés commerciaux, d'éventuels clients ou des partenaires.

Quelques compagnies canadiennes telles Northern Telecom et EDA Telecom ont déjà profité de débouchés commerciaux dans cette région. Située à la frontière de l'Europe, du Moyen-Orient et du Commonwealth des États Indépendants, la Turquie

représente un tremplin idéal pour l'exportation vers ces pays.

Avec la collaboration de l'ambassade du Canada à Ankara et de l'Agence canadienne de développement (ACDI), SIRTEC, une société privée qui promouvoit la coopération Canada-Turquie, coordonnera la délégation canadienne. De son bureau de liaison à Istanbul, SIRTEC assistera les sociétés canadiennes dans leurs démarches notamment pour la prise d'un rendez-vous avec une société turque ou l'organisation du voyage (transport, hôtel, réservations).

Pour information, communiquer avec : Nedi Sisa, conseiller, SIRTEC, 555, René-Lévesque O., 9e étage, Montréal, H2Z 1B1. Tél. : (514) 866-1633, poste 265. Fax : (514) 875-5004.

L'alimentation au menu

Japon — Il y a trois bonnes raisons de se rendre au Japon au mois de mars 1994. Les consulats du Canada à Osaka et à Fukuoka organisent tous les deux une foire solo de l'alimentation dans leurs marchés respectifs. Elles auront lieu immédiatement après Foodex Japan '94.

N'exposant que des produits canadiens, ces foires solos permettront aux exposants des industries des produits alimentaires et des boissons de continuer sur leur lancée après Foodex.

Les foires solos de l'alimentation auront lieu les 14 et 15 mars à Osaka et le 17 mars à Fukuoka.

Foodex, le premier salon international des produits alimentaires et des boissons à se tenir au Japon, se déroulera à Tokyo du 7 au 11 mars.

Renseignements : Ian Thompson, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. : (613) 992-6185.

La quincaillerie au premier plan

Toronto — Le Canadian Hardware/Housewares/Home Improvement Show (CHS) aura lieu du 6 au 8 février 1994. On y retrouvera plus de 1570 exposants sur une surface totale de plus de 200 000 pi². Le *Tradeshow Week* a récemment indiqué qu'ils s'agissait de la cinquième foire commerciale en importance au Canada. Le CHS est d'ailleurs la troisième foire en importance au monde, combinant quincaillerie,

articles ménagers et rénovation domiciliaire.

L'Association canadienne des détaillants en quincaillerie organise et administre cet événement. L'adresse de l'Association est : 6800 Campobello Road, Mississauga (Ontario), L5N 2L8. Pour renseignements, communiquer avec le gérant du CHS, Joe Edwards. Tél. : (416) 821-3470. Fax : (416) 821-8946.

Nouveaux guides**Les Caraïbes : soleil, plage ... et affaires***Par Chantal Gosselin, stagiaire*

Dans un coin du monde où beauté et exotisme vont de pair avec stabilité politique, les Caraïbes méritent d'être découvertes. Ce marché traditionnel offre des débouchés intéressants aux exportateurs canadiens déterminés. Ceux-ci rivaliseront avec les États-Unis et le Royaume-Uni. Avec la mise en place de politiques favorisant le commerce, de nouvelles occasions d'affaires s'offrent dans les secteurs de l'alimentation, du papier, de l'informatique, de la construction, des produits agricoles, de l'automobile et des biens de consommation.

Publiés par la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Caraïbes (LGT), quatre guides sur la Jamaïque, les Bahamas, le Belize et les Îles Cayman initieront les gens d'affaires à ces marchés. Des exemplaires sont disponibles en citant le numéro de code

auprès d'InfoEx. Le lecteur y retrouvera des renseignements sur la situation du pays, les débouchés commerciaux, des contacts, etc. Un bref résumé suit.

La Jamaïque (34FA)

Le Canada et la Jamaïque entretiennent des relations commerciales avantageuses. De 1988 à 1992, les exportations canadiennes de blé, de pâtes et papier et d'équipement de télécommunications ont totalisé 108 millions \$.

La Jamaïque dépend des ressources extérieures pour s'approvisionner en équipement, en nourriture et en biens de consommation. Depuis 1991, le gouvernement de ce pays a mis de l'avant diverses mesures comme l'élimination de subventions, la suppression du contrôle sur les prix et le démantèlement du système de réglementation afin de créer une économie de marché. Plusieurs biens peuvent maintenant être importés sans contrainte.

Les secteurs de la construction et des matériaux connexes, des produits alimentaires, des télécommunications, des services d'experts-conseils, des services publics, de la santé et de l'éducation présentent d'excellentes perspectives. Le tourisme, le développement de l'information, la fabrication de vêtements, les produits alimentaires de même que les systèmes téléphoniques devraient poursuivre leur développement.

Les Bahamas (305FA)**Contacts**

Communiquer avec M. David Shearer, Premier secrétaire (affaires commerciales), Le Haut-Commissariat du Canada, Direction du commerce, 30-36 boulevard Knutsford, P.O. Box 1500, Kingston 10, Jamaica. Tél. : (809) 926-1500. Fax : (809) 926-1702. Ou communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125 Sussex Drive, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-8807. Fax : (613) 943-8806.

Depuis le 19^e siècle, le Canada et les Bahamas entretiennent de bonnes relations commerciales. En 1992, le Canada exporta des avions, de l'équipement de télécommunications, des produits alimentaires pour 21 millions de dollars.

L'économie des Bahamas est en santé, l'inflation est à un bas niveau et le budget du Gouvernement est sous contrôle. Le produit intérieur brut est l'un des plus élevés de la région.

Ce pays dépend des importations afin de répondre à ses besoins. Puisque l'économie est axée sur le tourisme et les institutions bancaires, les exportateurs trouveront des débouchés surtout pour les biens et services.

Le Belize (306FA)

Relié au continent, à l'ouest du Guatemala, le Belize est un pays de forêts et de rivières. Avec une économie basée sur l'agriculture, ce pays dépend des importations. Le Canada

exporta en 1992 pour 3 millions \$ de produits alimentaires, de pâtes et papier, de pétrole, etc.

L'économie du pays se développe modérément. L'amélioration des secteurs de la construction et des industries de service ainsi que la demande croissante de produits alimentaires favorisent les exportations. Les secteurs du tourisme et manufacturier sont à surveiller. La restructuration des services publics et l'achat d'électricité et de

matériel de production électrique sont à prévoir d'une manière continue. Le Belize semble vouloir créer et maintenir une production électrique et un service de distribution efficace et sûr.

Les Îles Cayman (307FA)

Depuis les années 60, l'économie des îles connaît une croissance rapide due à l'amélioration des services de transport et des télécom-

munications. Depuis les 30 dernières années, l'économie traditionnelle basée sur les pêches a fait place à une économie de service où le tourisme et les institutions financières occupent une place de choix.

Dépendantes des importations, les îles représentent un marché excellent. Les produits alimentaires, les boissons, le tabac, les produits pétroliers, la machinerie, les automobiles et les matériaux de construction sont principalement importés aux îles. Différents projets comme le développement des ports, la construction et le réaménagement de routes et du système d'égouts sont en cours. D'autres projets tels un cercle nautique, un terrain de golf et un lieu de résidence et de vilégiature sont prévus pour 1993-1994. Les secteurs à surveiller sont le tourisme, l'agro-alimentaire, la construction et les services de formation en informatique.

PUBLICATIONS

Répertoire sur l'éducation

Répertoire des fournisseurs canadiens de services commerciaux d'enseignement et de formation aidera les exportateurs et les exportateurs éventuels à trouver des programmes et des services de formation dans les domaines du commerce extérieur et de la commercialisation.

Les 1700 fournisseurs de services d'enseignement et de formation répertoriés offrent un vaste éventail de services de formation de même qu'un certain nombre de services connexes comme le recensement, l'analyse et l'évaluation des besoins.

Le *Répertoire*, publié par Industrie et Sciences Canada, est disponible sur disquette, au prix de 29.95 \$ + TPS, auprès du Groupe Communication Canada-Édition, Ottawa (Ontario), K1A 0S9; tél.: (819) 956-4802. Numéro de catalogue C2-208-1993-MR1. Veuillez adresser vos demandes de renseignements au sujet du *Répertoire* à la Direction des industries de services professionnels et de services à l'entreprise, Industrie et Sciences Canada, (613) 954-2977.

Canada-Mexique

Données sur le transport

La Direction des services des transports (EMT) d'AECEC a publié un rapport en deux volets intitulé : *Marketing Data for the Canadian Transportation Services Industry : Canada-Mexico Trade 1991*.

Cette publication vise à répondre aux besoins de l'industrie canadienne des services de transports dans le contexte des débouchés ouverts par l'Accord de

libre-échange nord américain. Elle renferme des renseignements qui peuvent aider les entreprises à trouver des marchés d'exportation et d'importation éventuels. Elle donne, par exemple, la liste des dix principaux produits qui ont fait l'objet d'échanges avec le Mexique en 1991, pour chacune des régions ainsi que pour l'ensemble du Canada. Elle indique également quel moyen est utilisé pour transporter ces produits au passage de la frontière canadienne, ainsi que le pourcentage de valeur de chaque produit par rapport à la valeur totale des exportations et des importations.

Les données ont été recueillies dans le cadre d'une enquête spéciale de Statistique Canada et ne figurent pas dans les publications de cet organisme.

Transfert de technologie

Le Technology Transfer Opportunities in America's Pacific Northwest est un répertoire de ressources. Il vient d'être publié à l'intention des entreprises canadiennes qui désirent explorer les occasions de transfert de technologie avec des agents, des courtiers et des fondés de pouvoir spécialement sélectionnés, originaires en particulier des États de Washington, de l'Oregon, de l'Idaho et de l'Alaska. Ce territoire est «riche» en possibilités de transfert de technologie avec des entreprises, des organismes gouvernementaux et des établissements d'enseignement. On peut se procurer ce répertoire en s'adressant au consulat général du Canada à Seattle, Washington. Tél. : (206) 443-1777. Fax : (206) 443-9735.

AU CALENDRIER

Ottawa — le 17 novembre — Faculté de droit, Université d'Ottawa - **Exporter notre technologie : protection et transfert internationaux des innovations** est un colloque qui vise à informer l'exportateur sur l'élaboration et l'application d'une stratégie de transfert de technologie. Le transfert de technologie dans les Amériques et en Europe sera particulièrement considéré. Le coût de l'inscription est de 200 \$. Un cocktail et un repas seront servis. En plus, de la documentation sera remise aux participants. Communiquer avec Francine Doré, Faculté de Droit, 57 Louis Pasteur, Ottawa, K1N 6N5. Tél. : (613) 564-7047.

Montréal — le 23 novembre — au Centre Sheraton : **Agri-Vision'93 — Atelier d'information sur la certification des produits pour l'exportation** et rencontres avec les attachés agro-alimentaires en poste dans 18 missions canadiennes à l'étranger. S'inscrire auprès de Paul-Arthur Huot, Club export agro-alimentaire du Québec. Tél. : (514) 349-1521. Fax: (514) 349-6923.

Hamilton — le 24 novembre — séminaires sur les **foires commerciales rentables**. Pour renseignements, communiquer avec International Training and Management Company, Toronto. Tél. ou fax : (416) 483-3836.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



CANADEXPORT

Vol. 11 N°20

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
1^{er} décembre 1993

Promouvoir la qualité, ça paye!

NOV 30 1993

On estime que la production de marchandises de mauvaise qualité coûte à l'économie canadienne le montant faramineux de 100 milliards \$ par an. Le seul fait de fabriquer un article de mauvaise qualité entraîne pour son fabricant une perte moyenne de 15 à 20 % de ses recettes.

À cette perte vient s'ajouter la pression croissante qui pousse les entreprises canadiennes à devenir plus concurrentielles, sur le plan de la qualité aussi bien que du prix. Les grandes sociétés du monde entier demandent que leurs

fournisseurs soient enregistrés à l'ISO 9000. Les sociétés européennes qui appliquent les principes de l'ISO 9000 sont déjà prospères sur le marché. La rapidité des Européens entrera dans l'histoire : on dit qu'au Royaume-Uni seulement environ 25 000 entreprises sont déjà accréditées contre environ 1000 pour les États-Unis et environ 500 pour le Canada. S'il veut demeurer concurrentiel, le Canada doit viser ce niveau de qualité.

C'est dans cette intention que Services gouvernementaux Canada (SGC) et

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
SUPPLÉMENTS DU MINISTRE
AgExport — Cahier vert
ComExport — pp. I-VIII

Industrie Canada (IC) ont lancé l'Initiative de promotion de la qualité des fournisseurs, selon laquelle les entreprises qui font affaire avec SGC devront respecter les normes de l'ISO 9000. Cette nouvelle exigence sera introduite graduellement. L'initiative vise à faciliter la transition vers la mise en oeuvre de l'ISO 9000 et à souligner le caractère prioritaire de la gestion de la qualité pour quiconque désire faire des affaires au Canada.

Selon cette initiative, les fournisseurs qui font affaire avec SGC devront être enregistrés, s'il y a lieu, auprès de l'ISO 9000 par un organisme accrédité. SGC pourra acheter des marchandises et des services à des fournisseurs disposant de systèmes reconnus de gestion de la qualité de façon à garantir que nos clients obtiennent ce qu'ils veulent, au niveau de qualité exigé et à un prix concurrentiel.

Parallèlement, l'initiative incitera les fournisseurs à se conformer à ces normes mondiales, leur permettant ainsi de devenir plus concurrentiels, sur les plans

(Voir page 2—
ISO)

IL REVIENT CHEZ NOUS

Notre nouveau ministre du Commerce international, l'honorable Roy MacLaren, a entrepris sa carrière comme agent du service extérieur au Ministère de 1957 à 1969, avec des affectations à Hanoi, Prague, Genève et New York. Avant d'entrer dans la vie politique, il a également travaillé pour de grandes sociétés internationales comme Massey-Ferguson et Ogilvy & Mather, dont il fut, respectivement, vice-président et président. Depuis

1977, il est l'éditeur de *Canadian Business Magazine*. Élu pour la première fois en 1979, M. MacLaren a été appelé au Cabinet en 1983 à titre de ministre d'État aux Finances pour ensuite être promu en 1984 ministre du Revenu national. Il a par la suite été le porte-parole de l'opposition officielle en matière de commerce extérieur et président du comité de la politique économique du caucus. Sa femme et lui ont trois enfants.

Nouveau bureau commercial à Johannesburg

À la suite de la levée des sanctions imposées à l'Afrique du Sud par les pays du Commonwealth dans les domaines du commerce, des investissements et des finances, MAECI a ouvert un Bureau commercial du Canada à Johannesburg. Le bureau est dirigé par Randy Harwood, premier délégué commercial. Sylvia Cesaretto est la deuxième déléguée commerciale. Bruce Fraser, auparavant à Pretoria, demeure conseiller commercial et opère à partir

du nouveau bureau. Un deuxième conseiller commercial se joindra bientôt au personnel. Voici l'adresse du Bureau : Ambassade du Canada (Bureau commercial), Craddock Place, 5 ave. Craddock, Rosebank, Johannesburg, Afrique du Sud. Tél. : (011) 27-11-442-4184/5/6. Fax : (011) 27-11-442-4187.

Et en voici l'adresse postale : Ambassade du Canada (Bureau commercial), B.P. 1394, Parklands, Johannesburg 2121, Afrique du Sud.

DANS CE NUMÉRO	
Occasions d'affaires	3
Le grand saut de l'exportation ...	4
Foires commerciales	5-6
Prix pour le développement international, Publications	7
Au calendrier	8

ISO (Suite de la page 1)

national et international.

Les fournisseurs qui adopteront les normes de l'ISO seront mieux en mesure d'obtenir leur propre clientèle du fait qu'ils auront atteint un niveau de qualité reconnu à l'échelle internationale.

L'adoption des normes de l'ISO 9000 engendre en outre de nombreux autres avantages, notamment :

- une réduction des coûts d'exploitation;
- l'uniformisation des normes de qualité;
- une diminution des vérifications externes des clients;
- l'accroissement de la satisfaction du client;
- une meilleure aptitude à conquérir de nouveaux marchés.

Si vous désirez en savoir davantage sur l'Initiative de l'assurance de la qualité des fournisseurs, l'ISO 9000 ou d'autres méthodes de gestion de la qualité, veuillez téléphoner à Karen Burke au (613) 954-2344, Industrie Canada; Ian Gadbois au (613) 954-4974, Industrie Canada ou Jamie Littlejohn au (819) 956-7423, Services gouvernementaux Canada.

L'agro-alimentaire, un secteur prioritaire pour nos lecteurs

Comme l'indique notre sondage mené récemment, la majorité des lecteurs de *CanadExport* s'intéressent d'abord et avant tout au secteur agro-alimentaire.

Nous espérons donc que vous apprécierez notre supplément *AgExport*, le quatrième de nos suppléments trimestriels lancés l'an dernier conjointement avec Agriculture Canada.

Nous sommes également heureux de présenter aux lecteurs de *CanadExport* une série de publications ayant pour thème l'examen des débouchés commerciaux dans le monde produites par le Secrétariat de la liaison sectorielle (TOS) du MAECI. Chaque document exploite des données obtenues de nos missions commerciales, d'Agriculture Canada, d'Industrie Canada, de la Direction générale de la commercialisation des céréales, des associations professionnelles canadiennes et des directions

concernées du MAECI.

Dans chacun des documents, on examine les possibilités offertes à diverses filières agricoles canadiennes et les difficultés qui les attendent, et l'on propose les éléments d'une stratégie générale d'exportations. La série porte sur un vaste éventail de produits. La première étude sur le porc a été publiée en août et la deuxième, qui vient à peine de paraître, se penche sur les marchés des produits agricoles primaires.

Un envoi postal initial a été effectué auprès d'entreprises canadiennes clés dans l'agro-alimentaire. Si vous n'avez rien reçu et si vous estimez que cette étude pourrait être utile à votre entreprise, communiquez avec InfoEx et demandez le document codé 174TA.

De nouvelles études sur le bœuf et sur l'eau en bouteille sont en cours de rédaction et seront disponibles prochainement.

On souhaite votre participation

L'Écuador, le Panama et la Mongolie veulent accéder au GATT

Les gouvernements de l'Équateur, du Panama et de la Mongolie ont annoncé leur intention de demander leur adhésion à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT).

Dans le cadre du processus d'adhésion au GATT, des négociations bilatérales sur les droits de douane et autres concessions se tiendront avec leurs partenaires commerciaux, dont le Canada.

En prévision des négociations, le gouvernement du Canada invite les gens d'affaires du Canada à faire part de leurs points de vue sur certaines questions concernant les barrières au commerce qu'ils souhaitent voir soulevées au cours des négociations à venir.

Les intéressés doivent communiquer — avant le 1^{er} janvier 1994 — avec M. Christopher West (pour l'Équateur), tél. : (613) 996-8193, fax : (613) 992-6002, ou avec M^{me} Susan Harper (pour la Mongolie et le Panama), tél. : (613) 996-2891, fax : (613) 992-6002.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 38 500 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des services de communication sur le commerce (BCT).

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

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

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

CAMEROUN — Une entreprise recherche des fournisseurs de billettes de relaminage carrées en aciers pour fer de béton, feuillards de Matchettes et de pelles, charrues et aciers carrés et tôles. Communiquer avec Honoré Justin Mondomobé, agent commercial, Ambassade du Canada, C.P. 5721, Yaoundé. Fax : (011-237) 22-10-90. Télex : (3970) 8209 KN DOMCAN YUNDE.

INDE — Un fabricant est à la recherche d'un associé en coentreprise pour établir éventuellement une filature de coton ou une fabrique de tissu éponge. Communiquer avec : GEETA EXPORTS (Inde), 6106th Floor Taramandal Complex, Saifabad, Hyderabad-500004, India. Tél. : 234372 ou 234635. Fax : 0091-842-230940.

TAÏWAN — Une entreprise taïwanaise est à la recherche de fournisseurs canadiens d'accessoires d'automobile. Ces accessoires seront utilisés sur des voitures de marques Mercedes Benz, BMW, Volvo, Audi et Volkswagen. Les entreprises peuvent communiquer avec T. L. Lieu, Towering International Corporation, C.P. 42-101, Shihlin, Taipei, Taïwan. Tél. : 886-2-8818277. Fax : 886-2-8812016.

VENEZUELA — Une entreprise d'importation et de distribution d'équipement cinématographique et d'arts graphiques représentera des entreprises au Venezuela. Renseignements : Ej Aleman & Cia., C.A., Calle Ayacucho, Centro Side Park, Urb. La Paz, El Paraiso, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 443-0116. Fax : (582) 442-9024.

Une occasion unique pour les exportateurs intéressés à la Chine

Les exportateurs désireux de promouvoir leurs produits et leurs services en République populaire de Chine ont maintenant une excellente occasion de le faire.

Il leur suffit de publier une annonce dans un catalogue d'exportation de langue chinoise, dont 30 000 exemplaires seront distribués aux cadres supérieurs, décideurs, sociétés privées et organismes gouvernementaux de Chine. On évalue à deux millions le nombre réel des lecteurs.

De plus, les abonnés de *CanadExport* pourraient bénéficier d'un rabais de 500 \$, selon le genre d'annonce choisie.

Le média utilisé est le *Showcase North America*, publié par la Global Link Marketing Co. Ltd, une société d'experts-conseils en commerce international basée à Vancouver, et distribué en coopération avec le Conseil chinois de promotion du commerce international (CCPCI).

Le CCPCI, dont la crédibilité est as-

surée par les ambassades du Canada et des États-Unis à Beijing, s'emploie depuis 1952 à renforcer les relations commerciales de la Chine avec les pays étrangers. Il oriente maintenant ses efforts pour aider les entreprises canadiennes (et nord-américaines) à atteindre les marchés chinois.

La croissance phénoménale que connaît la Chine depuis quelques années a créé de bons débouchés pour les exportateurs et les importateurs d'équipement technique et de produits de consommation. En effet, avec des importations annuelles de 71 milliards \$ US, le commerce extérieur de la Chine a connu une croissance de 12 p. 100 par année depuis 1980.

Pour obtenir toute l'information souhaitée sur le fonctionnement de *Showcase North America*, s'adresser, au plus tard le 28 février 1994, à Brian de Wit ou à Candy Wong, de Global Link Marketing. Tél. : (604) 251-3381. Fax : (604) 251-1068/3691/2261.

Le temps presse pour s'inscrire au « Grand Prix » des produits nouveaux

Grande nouvelle pour les manufacturiers, courtiers et fournisseurs du secteur de l'alimentation : un concours national sur l'innovation des produits alimentaires et d'épicerie voit le jour!

Le **Grand Prix canadien des produits nouveaux** reconnaît l'excellence des produits nouveaux mis en marché dans l'industrie de la distribution alimentaire. Commandité par le Conseil canadien de la distribution alimentaire en coopération avec le *Canadian Grocer*, le prix sera décerné par un jury national indépendant composé de consommateurs, de distributeurs, etc.

Les produits nouveaux d'alimentation et d'épicerie mis en marché dans le commerce au détail entre janvier 1993 et décembre 1993, sont éligibles au

Grand Prix dans les onze catégories suivantes : produits cuits et à cuire, boissons, produits laitiers et connexes, produits diététiques et biologiques, épicerie comestible (biscuits, conserves, desserts, etc.), produits congelés, viandes, mets préparés, produits de santé et de beauté, produits non-alimentaires, et une dernière catégorie pour les produits inclassables.

Les lauréats recevront un trophée de bronze, bénéficieront d'une importante couverture de presse et participeront à des événements de promotion.

Les compagnies intéressées doivent s'inscrire avant le 14 janvier 1994. Pour information, communiquer avec Pierre Gareau, Montréal. Tél. : (514) 282-9422. Fax : (514) 987-1598.

Une petite entreprise fait le grand saut

Nous vous présentons M^{me} Paddy Ruby Ormiston, lectrice type de CanadExport : chef d'une petite entreprise, désireuse de pénétrer dans le marché mondial, mais ne sachant trop comment y parvenir. Le récit de sa première incursion dans le marché américain, avec le soutien du consulat du Canada — dans le cadre du NEEF (Programme des nouveaux exportateurs aux États frontaliers) — pourrait aider certains d'entre vous à se lancer. L'histoire de Paddy a d'abord paru dans le Port Colborne-Wainfleet Community Futures Newsletter, qui nous a aimablement autorisés à la publier de nouveau.

Exporter peut être une chose angoissante pour une petite entreprise. Entrer dans le marché mondial signifie adopter de nouvelles méthodes, respecter une nouvelle réglementation, et s'entretenir avec de nouveaux interlocuteurs. Ce processus apparemment complexe peut devenir simple lorsqu'on s'adresse aux bons organismes. Paddy Ruby Ormiston est bien placée pour le savoir, car elle a fait le passage au marché international.

La première grande expérience que Paddy a faite du marché international s'est produite le 18 juillet 1993. Elle présenta sa production d'objets d'art en verre soufflé à un stand du Salon des articles de cadeau de Rochester. Pendant quatre jours, l'oeuvre de Paddy fut exposée à tout le réseau de l'industrie manufacturière des États du nord-ouest des États-Unis, représentant un marché de 24 millions de personnes (à moins de six heures de route).

Comment Paddy a-t-elle fait pour participer à ce salon commercial? «Il a suffi de 6 ou 7 appels téléphoniques au consulat du Canada et j'avais mon stand», a dit M^{me} Ormiston. «Le consulat m'a assuré un soutien extraordinaire. Il m'a aidée étape par étape et m'a fourni des noms de personnes-ressources, des conseils sur les intermédiaires

et des données sur le marché (habitudes de consommation, données démographiques et le reste) pour me faciliter la transition vers le marché américain.»

Le consulat a retenu une rangée de stands au salon commercial afin de permettre à de nouvelles entreprises de s'infiltrer dans un nouveau marché. En tant qu'exposante débutante, Paddy n'a payé que 80 \$, soit 20% des frais réels de location d'un stand.

Ce salon a constitué une excellente expérience d'apprentissage. Près de 1 300 représentants de maisons d'affaires ont visité les stands pour examiner et acheter la marchandise. «Tout le monde s'occupait tout simplement de faire des affaires», se rappelle Paddy.

«J'y ai noué d'excellentes relations. J'ai discuté avec des agents, des représentants, des acheteurs, des agents de douane et des fonctionnaires. Le réseau nous a permis de parler de ventes avec des entreprises similaires, de l'état général de l'économie, de stratégies de distribution, de plans de commercialisation et, le plus important, des meilleurs moyens de percer sur le marché international.»

L'entreprise est passée d'un concept de base à une présence dans le marché international. Ce fut pour Paddy un processus d'apprentissage progressif. Tout a commencé lorsqu'elle s'est installée à Port Colborne. Les conseils en administration des affaires a reçus du Economic Resource Centre et la formation pratique en gestion des affaires obtenue dans le cadre du programme Community Business Network lui ont permis de monter et de lancer son entreprise. Au printemps de 1993, Paddy a participé à un atelier sur l'exportation, tenu à Port Colborne. Des représentants du consulat du Canada à Buffalo, des Douanes américaines et du Service américain de l'immigration et de la naturalisation y ont expliqué comment «faire des affaires aux États-Unis». C'est là qu'elle a entendu parler des grands débouchés commerciaux qu'offrait le

marché américain et commencé à s'informer à propos des foires commerciales tenues aux États-Unis.

Le salon a ouvert un certain nombre de possibilités d'affaires pour Paddy. Elle négocie actuellement un projet de coentreprise avec une entreprise d'articles de cadeau de London pour partager la distribution, la commercialisation, la vente et des lignes de produits. D'autres participants au salon sont également intéressés à représenter ses produits.

Paddy souhaite participer à un autre salon commercial à Pittsburgh en janvier 1994. «Il faut y retourner, se faire connaître et montrer aux autres que son entreprise est bien vivante et prospère.»

Quand on lui demande de comparer les salons canadiens aux américains, Paddy souligne que les Canadiens ont beaucoup à apprendre. «Les salons canadiens sont axés sur de grandes expositions, avec une faible mesure de partage et de coopération entre les entreprises. Les salons américains sont plus modestes, plus intimes, et les stands regorgent de produits. Le climat est compétitif, mais l'échange d'information est excellent. Tout le monde aide tout le monde.» Il semble y avoir plus de flexibilité dans la façon dont on fait des affaires aux États-Unis. «Au salon commercial, tout le monde travaille en terrain neutre. Il est toujours possible de négocier et de conclure des affaires. Il faut adopter cette attitude chez nous, au Canada.» Paddy conclut que l'expérience en valait vraiment la peine. Elle la recommande aux autres, car elle y voit une occasion d'ouvrir un réseau commercial international.

Si vous désirez en savoir davantage à propos des salons commerciaux ou des possibilités d'exportation vers les États-Unis, veuillez communiquer avec le Centre du commerce international dans votre province et demander plus d'information sur leurs missions et leurs activités dans le cadre du programme NEEF (Nouveaux exportateurs aux États frontaliers).

Foire commerciale sur la foresterie – en Nouvelle-Zélande

Rotorua — Toute firme canadienne oeuvrant dans le secteur de la foresterie est invitée à participer (principalement par l'exposition de documentation promotionnelle) à la foire, **Forest Industries 1994**, qui se tiendra du 23 au 27 février 1994 dans une importante région forestière de la Nouvelle-Zélande.

Cette foire innovatrice mettra en vedette la machinerie pour la coupe et le transport du bois, les scieries, la sylviculture, la transformation du bois en plus de présenter conférences, expositions et démonstrations reliées au secteur de la foresterie.

Cet événement donne une occasion de choix aux gens de l'industrie de la foresterie de rencontrer acheteurs et entrepreneurs de la Nouvelle-Zélande, de l'Australie et d'autres pays. À la suite du succès de la dernière foire, **Forest Industries 1990**, les exposants vendirent pour plus de 10 millions \$ de biens et services.

L'industrie forestière représente six p. cent du produit intérieur brut du pays et emploie 28,000 personnes. Meneur dans la plantation d'arbres, le pays exporte pour une valeur de 1,8 milliard \$ néo-zélandais de bois. On y opère plus de 260 scieries. De ce nombre, la plupart nécessitent d'être modernisées.

L'industrie favorise présentement un programme de rationalisation qui pourrait signifier l'abandon de 50 à 70 scieries de petites et moyennes tailles. De l'équipement de coupe et de scierie, des logiciels et du matériel d'automatisation seront nécessaires au perfectionnement de l'industrie. Déjà, quelques compagnies canadiennes comme Madill, Timberjack et Valmet ont établi des alliances avec des firmes locales.

Le consulat canadien à Auckland présentera un kiosque d'information à la foire. À ce jour, 18 compagnies de la Colombie-Britannique ont confirmé leur présence à la foire de Rotorua et y exposeront leurs produits.

Toute compagnie du secteur de la

foresterie et de la transformation du bois intéressée à promouvoir ses produits en Nouvelle-Zélande est invitée à faire parvenir, avant le 1er février 1994, 50 copies de ses brochures à Brian Emsley, Consulat canadien, C.P. 6186,

Bureau de poste, rue Wellesley, Auckland, Nouvelle-Zélande. Pour information, contacter: Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, tél.: (613) 995-7662, fax : (613) 996-1248.

Calendrier des foires de Munich

Les sociétés désireuses de conquérir de nouveaux marchés pourront surveiller ces événements relatifs au commerce qui auront lieu l'an prochain en Allemagne. Voici un calendrier 1994 partiel de la Société des foires commerciales de Munich.

Communiquer avec le représentant de la Société au Canada UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ontario), M1S 5A8. Tél.: (416) 201-6359. Fax : (416) 291-0025.

Auto '94 & Greger Racing Show — Du 19 au 23 janvier 1994 — Salon international de l'auto.

25th Caravan - Boat - International Travel Market Exhibition — Du 5 au 13 février 1994.

21^e Foire commerciale internationale — Du 11 au 14 février 1994 - Montres, horloges, bijoux, pierres précieuses, perles, argenterie et matériel de fabrication.

Salon international de la mode - Mode du printemps - Du 19 au 22 février 1994.

ISPO - Printemps — Du 24 au 27 février 1994 — 40^e salon international de la mode et de l'équipement de sport.

46^e salon international de l'industrie légère et de l'artisanat — Du 12 au 20 mars 1994 — Le salon de la petite et moyenne entreprise.

Analytica — Du 19 au 22 avril 1994 — 14^e salon et conférence internationale sur les techniques d'analyse, de diagnostic et de laboratoire dans les domaines de la biochimie et des appareils de mesure.

Transport — Du 7 au 11 juin 1994 — 5^e salon international de la logistique et du transport des marchandises et des passagers.

Eltec — Du 23 au 25 juin 1994 — Exposition d'électrotechnique.

Exposition universelle en Inde

New Delhi — Les entreprises intéressées ont jusqu'au 15 décembre 1993 pour s'inscrire à l'**Exposition commerciale universelle de l'Inde**, qui se tiendra à New Delhi du 13 au 22 février 1994.

Cette exposition comprenant une conférence internationale sur la collaboration étrangère ainsi que sur les débouchés commerciaux et industriels, concerne les secteurs suivants : ingénierie; électronique et télécommu-

nications; produits chimiques et pharmaceutiques; matières pétrochimiques et plastiques; textiles; produits agro-alimentaires et leur conditionnement; construction et bâtiment, ainsi que le secteur hospitalier et médical.

Pour renseignements, prière de s'adresser aux représentants de l'exposition au Canada : Protek Consultants, Brossard (Québec). Tél. : (514) 443-6497. Fax : (514) 678-5398.

À Cologne, trois foires de la quincaillerie pour le prix d'une

Cologne — Le Canada tiendra pour la cinquième fois un stand national au Salon international de la quincaillerie qui se tiendra du 6 au 9 mars 1994.

En fait, on peut assister à plusieurs événements pour le prix d'un seul.

Le Salon de la quincaillerie, le

Centre mondial de l'outillage — Techniques de sécurité, serrures et installations, et le Salon des matériaux de construction et du bricolage se déroulent simultanément.

Des décideurs des milieux de l'industrie et du commerce assistent à cet événement propice aux discussions.

C'est l'endroit idéal pour établir de nouveaux contacts et renouer avec les connaissances.

En 1993, 76 000 visiteurs de 95 pays ont assisté à l'événement. Plus de 2 800 sociétés de 48 pays y ont exposé leurs produits. De plus, 600 journalistes, dont 200 journalistes étrangers, ont couvert

le salon.

Signalons que 17 sociétés canadiennes ayant exposé au stand du Canada en 1993 ont rapporté des ventes évaluées à 4,5 millions \$ sur 12 mois!

En 1994, le stand national du Canada consistera en deux pavillons distincts soit un pavillon de 200 m² en Centre DIY-TEC et un autre pavillon, également de 200 m², au Centre mondial de l'outillage.

Pour renseignements, communiquer avec Gayle McCallum, Foires et missions commerciales - Europe, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-1530. Fax : (613) 944-1008.

«Se construire» un marché dans l'Ouest américain

Spokane — La All Canadian Solo Building Products and Hardware Trade Show aura lieu le 1^{er} mars 1994, sous le patronage du consulat général du Canada à Seattle.

L'inscription est en cours.

La participation à cette foire donnera aux entreprises canadiennes l'occasion d'établir de nouveaux contacts sur le marché en développement du logement résidentiel et commercial dans l'est de l'État de Washington et dans l'Idaho.

Cette foire, qui mettra surtout l'accent sur les constructions neuves, la rénovation et le bricolage, accueillera environ quarante exposants. Les participants viendront du milieu des entrepreneurs, des architectes, des promoteurs immobiliers et des distributeurs spécialisés dans la construction individuelle et dans la construction d'appartements.

Pour renseignements, communiquer avec Freda Lacey ou Fred Babis au consulat général du Canada à Seattle. Tél. : (206) 443-1777. Fax : (206) 443-9735.

Tourisme

Les fournisseurs exposent à Londres

Londres — Les entreprises touristiques de l'Amérique du Nord auront l'occasion de présenter toute la gamme de leurs produits dans un environnement commercial très professionnel lors d'un événement qui s'annonce comme le premier et le plus vaste du genre au Royaume-Uni.

Activité de premier plan dans le domaine du tourisme, le **Canada/US business Exchange (CUBE'94)** aura lieu les 15 et 16 mars 1994. On y abordera des questions comme les forfaits de voyage, l'hospitalité au service du milieu des affaires, les événements spéciaux et le lancement de nouveaux produits.

Rhéal Leroux and Associates Inc. organise la participation d'un groupe de Canadiens à **CUBE'94** en collaboration avec le haut-commissariat du Canada à Londres.

Cet organisme se chargera de fournir à chaque délégué tout l'appui nécessaire en ce qui concerne la réservation d'une aire de travail, le paiement des frais, l'information, l'accueil et la gestion du site.

Pour obtenir des renseignements concernant les coûts et la manière de se joindre au groupe de participants canadiens, communiquer avec Rachel Gauthier, Rhéal Leroux and Associates Inc., Ottawa. Tél. : (613) 741-9397. Fax : (613) 741-9906.

BARCELONE ACCUEILLE UNE IMPORTANTE FOIRE ALIMENTAIRE

Barcelone — Pour la troisième fois, le MAECI tiendra un stand national à l'une des foires alimentaires les plus importantes d'Europe. Le recrutement est en cours.

Alimentaria 94, qui se tiendra du 1^{er} au 6 mars, portera sur les secteurs suivants : viandes, produits laitiers, ali-

ments séchés, en boîte ou congelés, confiserie, gâteaux, pâtisserie, eaux, boissons gazeuses et bières, de même que vins et spiritueux.

Alimentaria 94 marquera le dixième anniversaire de cet événement.

En 1992, cette foire alimentaire a attiré plus de 350 000 visiteurs, dont

25 000 acheteurs étrangers venus de 50 pays, surtout de la Communauté européenne et d'Amérique latine.

Joindre Lorraine Reardon, Foires et missions commerciales - Europe, Division de l'expansion du commerce, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-2147. Fax : (613) 944-1008.

Date limite d'inscription : le 31 janvier 1994

Prix d'excellence pour le développement international

Les organismes privés, petits et grands, ayant contribué au développement et à l'industrialisation de l'Afrique, de l'Asie, de l'Amérique latine ou les Caraïbes ont jusqu'au 31 janvier 1994 pour soumettre leur candidature au **Prix d'excellence pour le développement international de 1994**.

Les quatre prix seront décernés le printemps prochain à des entreprises dont le travail dans le cadre de divers projets aura permis :

- soit l'amélioration de l'infrastructure

physique ou l'exploitation des richesses naturelles;

- soit l'établissement de liens commerciaux de longue durée ou l'avancement du potentiel technique;
- soit l'amélioration de l'infrastructure sociale ou la protection de l'environnement;
- soit la fourniture de matériel de transport ou d'autres biens d'équipement afin de développer une base industrielle.

Les prix sont décernés à l'issue d'un concours national.

Les lauréats reçoivent une plaque

portant l'inscription de leurs réalisations et sont, pour une période de trois ans, autorisés à utiliser le logo du prix pour des fins de publicité et de promotion.

Créé en 1991 par l'Association des exportateurs canadiens, le concours attire près d'une centaine de participants. Neuf entreprises ont été honorées au cours des deux dernières années.

Pour renseignements, communiquer avec M^{me} Paule Charest, Association des exportateurs canadiens. Tél. : (514) 434-4196. Fax : 430-5684.

PUBLICATIONS

Les aéroports américains

Commandé par le consulat général du Canada à Atlanta, le rapport intitulé *Airport Industry Handbook — Southeast United States* constitue une base de données exhaustive présentant des renseignements détaillés sur les 30 principaux aéroports de la région.

Le rapport intéressera les entreprises canadiennes à la recherche de nouveaux débouchés, au moyen de ventes directes ou de concert avec des représentants locaux, dans les domaines suivants : génie technique, entretien, réparation et révision; contrôle des nappes souterraines, systèmes asservis (intérieur), planification des SC en milieu urbain et au niveau régional; protection et sécurité; manutention des matériaux; informatique, ordinateurs, billetterie et systèmes d'atterrissage et automatisés.

On peut obtenir des exemplaires du rapport auprès d'InfoEx (voir l'encadré au bas de la page 8).

Télécommunications en Corée

Une étude intitulée *Korean Telecommunications Market Study*, préparée par l'ambassade du Canada à Séoul, montre que des débouchés prometteurs s'ouvrent aux fournisseurs

canadiens de matériel et de services dans les domaines de la communication par satellite, des systèmes mobiles de communication, de la câblodistribution et de la gestion de réseau.

Selon l'étude, le marché coréen des télécommunications a fait un bond de 15% en 1992, atteignant 2,8 milliards \$. Ce même marché devrait atteindre 5,6 milliards d'ici 1996, et 15 milliards \$ d'ici l'an 2001.

Pour obtenir un exemplaire, s'adresser à M. Dan Murray, troisième secrétaire, ambassade du Canada à Séoul, C.P. 6299, Séoul 100-662, Corée. Fax : (011-82-2) 755-0686.

Informatique aux États-Unis

Deux nouveaux guides sur la commercialisation du matériel et des logiciels informatiques auprès de l'administration fédérale des États-Unis viennent de paraître.

Le *Rapport du Programme Partenariat Technologie* est un aperçu exhaustif des marchés concernant l'intégration des systèmes de l'administration fédérale des États-Unis — tant pour les sous-traitants que pour les entrepreneurs principaux. Le rapport porte sur la procédure de passation de

marchés, les relations entre les entrepreneurs principaux et les sous-traitants, la planification préalable à la poursuite de contrats et les personnes-ressources pour les partenariats.

Le guide *Winning Strategies for the U.S. Federal Informatics Market* aide les entreprises à voir comment s'attaquer à ce marché et quel genre de présence y établir. Ce guide comprend un manuel, des renseignements détaillés sur la passation de marchés à fournisseur unique, les propositions non sollicitées, les contrats à terme et les accords de commande de base, ainsi qu'une liste d'ouvrages de référence et des adresses.

Pour commander le guide, communiquer avec M. W.P. Molson, MAECI (UTO). Tél. : (613) 944-9440. Fax : (613) 944-9119.

Services de transport

Le consulat du Canada à Boston a réalisé récemment une étude sur l'industrie des transports en Nouvelle-Angleterre, intitulée *Guide for Canadian Manufacturers of Transportation Equipment and Services*.

Pour un exemplaire, communiquer avec : Alan McBride, MAECI, 125 Pro-

(Voir page 8)

PUBLICATIONS

menade Sussex, Ottawa K1A 0G2.
Fax : (613) 944-9119.

L'agro-alimentaire aux Philippines

D'après une récente étude de marché préparée pour la section commerciale de l'ambassade du Canada à Manille, on observe aux Philippines une demande croissante d'aliments transformés importés, de produits connexes et du matériel de production nécessaire dans l'industrie de transformation des aliments. Les Philippines peuvent constituer un porte d'accès à la région de l'ANASE.

Pour obtenir une copie du *Sectoral Brief on Food -Philippines*, communiquer avec le Centre du commerce international de votre région ou avec InfoEx.

Construction

L'ambassade du Canada à Séoul vient de publier une étude détaillée intitulée *Korean Construction Market*.

L'étude révèle que l'adjudication des marchés de construction a augmenté à un rythme annuel moyen de 36,9% au cours des cinq dernières années pour grimper à 56 milliards \$ en 1992. Parallèlement, le gouvernement coréen est en voie d'ouvrir son marché intérieur à la concurrence étrangère.

Pour obtenir un exemplaire de l'étude sur papier ou sur disquette, communiquer avec Duane McMullen, deuxième secrétaire et vice-consul, ambassade du Canada, C.P. 6299, Séoul 100-170, Corée. Fax : (011-82-2) 755-0686.

Répertoire du Service des délégués commerciaux

Les entreprises voulant rejoindre les délégués commerciaux au Canada, aux États-Unis, en fait de partout dans le monde, ont maintenant à leur disposition un ouvrage de référence facile à consulter.

Il s'agit de la dernière édition du *Répertoire du service des délégués commerciaux du Canada (8XA)* publié par le MAECI. On l'obtient, en citant le numéro de code, auprès d'InfoEx.

En plus de fournir la liste des agents commerciaux en poste dans le monde entier, le répertoire donne un aperçu des services, de l'information sur l'aide offerte par les délégués, une liste des consuls et des représentants commerciaux honoraires, et des directives touchant la façon de travailler avec le délégué.

Le Québec à la page

Le Bottin international du Québec fournira coordonnées postales et téléphoniques, champs de spécialisation et pays d'intervention de Québécois engagés dans des activités internationales. La publication, tirée à 2500 exemplaires, paraîtra en janvier 1994.

La date limite d'inscription est le 15 décembre. Le coût de celle-ci est de 35 \$ (taxes comprises). Communiquer avec : Québec dans le monde, C.P. 8503, Sainte-Foy (Québec), G1V 4N5. Tél.: (418) 877-2728; fax : (418) 877-3945.

AU CALENDRIER

Montréal — 1^{er} décembre 1993 — **L'exportation à votre porte : La filière des maisons de commerce** est un salon commercial qui se veut un trait d'union entre les fabricants et producteurs québécois et les grandes maisons de commerce canadiennes et étrangères. Pour renseignements, composer le 1-800-465-9615 ou, dans la région montréalaise, le (514) 286-9615.

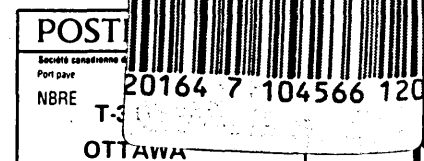
L'Ambassadeur canadien en poste au Brésil, monsieur William Dymond, sera le conférencier invité lors d'une série de repas-rencontres organisés par la Chambre de Commerce Brésil-Canada. M. Dymond traitera des différentes mesures mises en place par le Brésil pour libéraliser le commerce, ainsi que des ouvertures qui en découlent pour les entreprises canadiennes: Toronto, le 1^{er} décembre- Montréal, le 2 ; Vancouver, le 6 ; Calgary, le 7. Communiquer avec Beth Wolff, Chambre de commerce Brésil-Canada, tél.(905) 822-9115, fax. (905) 822-9638.

Montréal — 9 décembre 1993 — **Les services de financement canadiens pour exporter dans les pays en développement** est le thème d'un petit-déjeuner causerie organisé par l'Association des exportateurs canadiens (AEC) en collaboration avec le Forum francophone des affaires - Comité national canadien (FFA-CNC). Pour renseignements, contacter Chantal Lizotte. Tél. : (514) 499-2162. Fax : (514) 499-2193.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une demande de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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



CANADEXPORT

11 N°21

DEC 15 1993

5 décembre 1993

La paix nouvelle ouvre des possibilités commerciales

Le Moyen-Orient connaît des changements historiques provoqués par la signature de l'accord de paix du 13 septembre 1993 entre Israël et les Palestiniens.

L'accord de paix contient des engagements concrets envers le développement économique et mentionne à plusieurs reprises l'importance du renouveau économique à la stabilité

politique de la région.

Du point de vue canadien, l'objectif premier est d'appuyer pratiquement la mise en oeuvre de l'accord. Le Canada veut s'assurer que l'accord est appliqué rapidement de sorte que la population de Gaza et de la Cisjordanie voit concrètement les avantages d'un Moyen-Orient pacifique. Il faudra pour cela s'assurer que tout projet entrepris par le Canada dans cette région ait des effets tangibles et visibles — rapidement!

Win Exports, un programme gagnant

Trouver le filon de l'exportation. Voilà l'une des meilleures clés vers le succès pour une entreprise. Le programme WIN Exports, géré par le MAECI, aide les entreprises à multiplier les contacts à l'étranger.

Chaque année, les 1200 délégués commerciaux du Canada reçoivent plus de 140 000 demandes d'information de la part d'acheteurs étrangers. Ils utilisent la banque de données WIN Exports pour se renseigner sur les produits et services offerts par les entreprises cana-

diennes. Ces informations sont utilisées exclusivement par les services commerciaux du Ministère.

Pour recevoir le questionnaire d'inscription ou obtenir d'autres renseignements sur WIN, il suffit de communiquer avec InfoEx, Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : 1 800 267-8376 ou 944-4000 pour la région d'Ottawa. Fax : (613) 996-9709. Préciser le numéro de code 50TB.



MEILLEURS VŒUX!

CanadExport de retour
le 17 janv. 1994

Les domaines jugés prioritaires sont l'éducation, les soins de santé, les routes, la construction et l'environnement.

Le Canada s'est engagé à consacrer 55 millions \$ dans la région sur une période de cinq ans. Cette contribution est répartie entre un certain nombre de projets, qui pourraient générer des possibilités d'affaires :

- une contribution spéciale de 1,5 million \$ au Fonds d'affectation de la Banque mondiale pour des études de pré-investissement;
- 500 000 \$ pour financer des projets communautaires locaux ciblant la mise

(Voir page 2 — Paix)

24 heures sur 24, de l'information sur le Ministère

Les personnes disposant d'un télécopieur et désirant de l'information sur le MAECI peuvent dorénavant avoir accès à un système automatisé de livraison par télécopieur, en activité vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours par semaine.

Il suffit de communiquer avec le téléphone-télécopieur (613-944-4500) du Centre InfoEx du Ministère pour choisir le type d'information offert par menu vocal. La machine télécopie alors automatiquement les documents correspondants. Nous aurons bientôt de la documentation sur tous les secteurs d'activité du Ministère : renseignements sur les marchés, relations étrangères et économiques, et information consulaire.

Les principaux documents actuelle-

ment disponibles traitent du programme Accès Amérique du Nord, qui découle de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Outre la brochure *Accès Amérique du Nord - Vue d'ensemble*, nous offrons :

- des feuillets d'information sur tous les domaines imaginables, depuis l'aérospatiale jusqu'aux textiles;
- une trentaine de feuillets «à thème», sur l'ALENA par exemple : suppression des barrières tarifaires et non tarifaires, textiles et vêtements, marchés publics, industries culturelles, etc.

Nous devrions publier prochainement un *Guide des règles d'origine et procédures douanières à l'intention des entreprises canadiennes qui exportent vers le marché américain.*

DANS CE NUMÉRO

Occasions d'affaires	3
Environnement/Foires commerciales	4-7
Accès Amérique du Nord	I-IV
Publications	7
Réussite de Noël/Au calendrier ..	8

1-800-EXPORTISE

Le Club Export Agro-Alimentaire du Québec offre maintenant à ses membres une façon simple et efficace d'obtenir l'information commerciale nécessaire pour réussir leurs exportations agro-alimentaire, le **1-800-EXPORTISE (1-800-563-9767 ou 514-349-0419 pour Montréal)**.

Ce service sans frais met à la disposition des entreprises agro-alimentaires québécoises des informations sur les aspects reliés à l'exportation comme la recherche sur les marchés étrangers, les modalités de transactions commerciales, la conformité réglementaire des produits, les programmes gouvernementaux, les activités de promotion et les services du Club. La création de ce service a été rendue possible à la suite de l'accord de principe intervenu entre Agriculture Canada et le Club Export.

Créé par l'Association des manufacturiers de produits agro-alimentaires, le Club est un organisme à but non lucratif. Véritable réseau de gens d'affaires, il regroupe 175 entreprises et sociétés spécialisées dans le commerce international.

Pour obtenir plus d'information sur les services offerts par le Club, communiquer avec le Club Export Agro-Alimentaire du Québec, Édifice Bleury, 200, MacDonald, suite 304, Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec) J3B 8J6. Tél. : (514) 349-1521. Fax : (514) 349-6923.

CANADEXPORT, C'EST DU GÂTEAU!

À la suite de la présentation des résultats du sondage, couronné de succès, effectué auprès des lecteurs de **CanadExport**, un gâteau fut servi afin de célébrer le 10^e anniversaire de la publication.

Les participants au découpage du gâteau sont M. Allen R. Kilpatrick, sous-ministre du Commerce international (au centre); M^{me} Sylvie Bédard, rédactrice en chef; et M. Don Wight, rédacteur.



Paix et prospérité (Suite de la page 1)

en valeur des ressources humaines et la création d'emplois;

- un montant maximal de 500 000 \$ en assistance technique;
- un montant maximal de 500 000 \$ pour appuyer un projet pilote sur le captage de l'eau de pluie - première phase du groupe de travail sur l'eau.

Récemment, le secteur de l'Afrique et du Moyen-Orient du MAECI a pris l'initiative audacieuse d'inviter 30 gens d'affaires canadiens d'origine juive et arabe ainsi que des universitaires et des représentants d'associations d'affaires à venir échanger leurs vues sur les priorités de promotion du commerce et d'investissement en Cisjordanie et dans la Bande de Gaza, et discuter de la

contribution possible du Canada.

Cette table ronde, fort réussie, s'est concentrée sur les possibilités offertes par le nouveau Moyen-Orient aux gens d'affaires canadiens, dans les domaines prioritaires de la construction, de l'eau, de l'environnement et des télécommunications - où le Canada a des technologies et des compétences internationalement reconnues; sur la meilleure façon d'aider la région à rebâtir et à restructurer son économie; sur les perspectives à long terme d'un Moyen-Orient pacifique; et sur le rôle du gouvernement dans la promotion de l'éducation et de la formation, dans la réalisation d'études de marché et dans la facilitation des soumissions au titre de projets d'équipement en Cisjordanie et dans la Bande de Gaza.

Les participants ont mentionné leur désir de donner suite à la table ronde en établissant des comités plus restreints, sur une base sectorielle ou régionale, qui leur permettront de poursuivre les excellentes idées générées pendant cette première rencontre.

CanadExport suivra cette initiative et rapportera à ses lecteurs toute piste ou développement susceptible de les intéresser.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 38 500 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des services de communication sur le commerce (BCT).

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

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

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

BÉLARUS — Une agence d'information et imprimerie indépendante, Reclamexport Ltd, offre une variété de services aux entreprises désireuses de pénétrer le marché biélorusse. Cette maison offre un vaste réseau de relations au Bélarus et dans d'autres États de l'ancienne Union soviétique, de même qu'une bonne connaissance des principales entreprises locales et des organismes gouvernementaux avec lesquels elle a des liens. Communiquer, au Canada, avec Randal Eastman, Four One Company, 523 Hamilton Road, London (Ontario). Tél. : (519) 433-1351. Fax : (519) 433-5903. Ou avec Nikolaï Sauliak, Reclamexport Ltd, 220030 République du Bélarus, Minsk, 2 rue Pervomaïskaya. Tél. : (7-0172) 26-00-42 ou 26-00-06. Fax : (7-0172) 26-00-43.

BULGARIE — Une société de commerce bulgare-polonaise, un des principaux importateurs de haricots secs, de lentilles et de riz de la Bulgarie, est intéressée à se mettre en rapport avec des exportateurs canadiens. Cette entreprise possède des entrepôts, des dépôts frigorifiques et des installations de conditionnement à Varna, le plus important port du pays. Communiquer avec Dobrinka Encheva, directeur général, Dowiz Co., 37, rue Gabrovo, Varna, Bulgarie. Tél. : (+359 52) 254 043. Fax : (+359 52) 230 174.

BULGARIE — Un très important concepteur et fabricant d'équipement pour hôtels, restaurants et bureaux possédant un vaste réseau de distribution en Europe et dans la Communauté des États indépendants recherche des partenaires en coparticipation pour accroître sa production et ses

exportations vers des pays tiers. Communiquer avec P. Latev, Torgokomplekt Ltd., 45, boul. Vitosha, Sofia, Bulgarie. Tél. : (+359 2) 875 509. Fax : (+359 2) 880 857.

CAMEROUN — Une société industrielle voudrait se procurer des matières premières telles que le polyol (voranol), le polyol (volarux), le TDI (voranate); des plastifiants pour la fabrication de compounds de PVC souple; et du polyéthylène. Communiquer avec Noucti Tchokwago, Batoula, B.P. 2199, Douala, Cameroun. Tél. : (011-237) 42-24-07 ou 42-51-26. Fax : (011-237) 42-47-76.

INDE — Un fabricant de tubes de forage pour l'industrie pétrolière et gazière est à la recherche d'un associé pouvant lui fournir la technologie et le savoir-faire de pointe pour la fabrication de charbon actif granulaire, à base de noix de coco. Le produit fini servira comme matériel de lutte contre la pollution, de purification de liquides, de traitement de l'eau et d'élimination des odeurs. Communiquer avec Anil Kumar, Jindal Drilling & Industries Ltd, 1208 Vikram Tower, 16 Rajendra Place, New Delhi-110008. Tél. : 5751794.

Fax : (011)-5754604.

PORTUGAL — Une agence d'importation et d'exportation est à la recherche de nouveaux produits dans les lignes suivantes : vêtements mode et vêtements de sport, chaussures, matériel électronique, articles ménagers et articles cadeaux, accessoires pour la voiture, jouets et jeux et articles pour les loisirs. L'agence offre également des services complets, comme la formation, dans le domaine de la vente, d'agents nouvellement recrutés, et en assure le suivi ainsi que le remplacement. Communiquer avec Erick Jensen, directeur, General Discovery Ltd., Avenida General Norton de Matos, 32 - 4º, 4700 Braga, Portugal. Tél/fax : 351-53-78243.

VENEZUELA — Une entreprise d'importation et de distribution d'équipement cinématographique et d'arts graphiques représentera des entreprises canadiennes au Venezuela. Renseignements : Ej Aleman & Cia., C.A., Calle Ayacucho, Centro Side Park, Urb. La Paz, El Paraiso, Caracas, Venezuela. Tél. : (582) 443-0116. Fax : (582) 442-9024.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Le Groupe Communications de Spar Aérospatiale Limitée a obtenu cinq contrats, d'une valeur totale de neuf millions de dollars US, visant la fourniture d'un réseau de communications par satellite à quatre pétrolières au Nigéria et à l'agence de télécommunications nigérienne. Le système BIZNET fournira des services de communications voix/données à un groupe de clients indépendants: Chevron Nigera Limited, Mobil Producing Nigeria Unlimited, ELF Petroleum Nigeria Limited et

Nigerian Agip Oil Company Limited.

La société SR Telecom, Inc. (SRT) a signé avec l'entreprise Swedish Telecom (TELIA) un contrat de mise en service et d'approvisionnement d'une durée de quatre ans. En principe renouvelable jusqu'en l'an 2000, le contrat prévoit la livraison des systèmes SR500 qui seront installés par TELIA. Grâce à ce contrat, la compagnie québécoise de St-Laurent s'attend à des recettes de six millions \$ au cours des douze premiers mois.

L'environnement, secteur-vedette des foires internationales

Dans le secteur de l'environnement, la foire américaine annuelle Waste Expo est un événement incontournable pour qui s'intéresse au traitement des déchets non dangereux.

Waste Expo'93 avait lieu à Chicago, en juin dernier. Le gouvernement canadien y était présent, en compagnie de 19 entreprises canadiennes. À l'issue de la manifestation, et s'appuyant sur leurs pourparlers établis avec d'éventuels clients, les exposants canadiens prévoyaient réaliser des ventes de l'ordre de 34 millions.

Waste Expo'94 aura lieu du 3 au 6 mai prochain à Dallas. Le MAECI y coordonnera de nouveau la présence canadienne et il y aura suffisamment d'espace pour y loger de 20 à 25 participants. Si vous songez à y aller, voici quelques observations tirées par nos délégués commerciaux présents à Waste Expo'93. Souhaitons que cela puisse vous faciliter la prise de décision.

1. Le profil des participants:

En 1993, la foire a compté 12,040 participants - par rapport à 10 300 en 1992 - et 527 exposants figuraient au Répertoire de la foire Expo Waste '93.

Ces exposants représentaient les divers secteurs clés de l'industrie, à savoir: Recyclage, compostage-équipement et services (224 exposants)

Décharges- équipement et services (99 exposants)

Bennes de camion, équipement (99 exposants)

Presses à balles, compacteurs, broyeurs (98 exposants)

Services (53 exposants)

Matériel et logiciels informatiques (42 exposants)

Médias (35 exposants)

Déchets dangereux (33 exposants)

Production d'énergie à partir de déchets (24 exposants)

Déchets médicaux (7 exposants).

2. Tendances du marché:

Les activités de l'industrie des déchets ont ralenti en même temps que toute l'économie américaine. L'ensemble de l'industrie connaît actuellement

Une étude du marché des eaux usées

L'industrie environnementale canadienne intéressée au marché américain des eaux usées trouvera son compte dans une étude intitulée, **Le marché des eaux usées industrielles.**

Présentée par la Direction de la promotion du commerce et du tourisme du MAECI, l'étude renseigne sur la législation et la réglementation environnementales américaines en matière d'eaux usées industrielles; identifie les principaux secteurs industriels et les tendances technologiques; et expose le potentiel du marché et les projections de croissance. Une liste des principales compagnies américaines oeuvrant dans ce domaine est présentée dans le but de repérer d'éventuels partenaires.

La demande en biens et en services dans le marché environnemental nord-américain a atteint 185.1 milliards \$ en 1991. Pour les États-Unis ce montant s'élève à 130 milliards \$. Quant au traitement des eaux usées, les industries américaines y ont investi 3.6 milliards \$ en 1990. Si le taux de croissance établi à 3 % par an se maintient, ces investissements atteindront 4.1 milliards \$ en 1995. Pression publique oblige, l'emphase sur la prévention incitera les industries et les municipalités à innover technologiquement et à trouver d'autres moyens de financement. Ainsi, les compagnies canadiennes ont à leurs portes des possibilités d'affaires prometteuses.

Dans un marché concurrentiel, l'industrie canadienne devra s'engager dans le partenariat. Le développement d'alliances demeurent l'élément clé de l'avenir.

On peut obtenir une copie de l'étude en mentionnant le numéro de code 136UF auprès d'InfoEx.

le même genre de réorganisation fondamentale qu'ont subi nombre d'autres secteurs d'activité ces dernières années. Les entreprises réduisent leurs effectifs et se regroupent, les plus grosses absorbant les petites. On prévoit la privatisation de nombreuses installations, ainsi qu'une transformation profonde du secteur en raison des nouvelles réglementations, notamment celle du «Subtitle D», un nouveau règlement fédéral en vertu duquel toutes les décharges devront se conformer à de nouvelles lignes directrices gouvernementales concernant l'environnement.

3. Répercussions du «Subtitle D» :

Ce règlement a pour objectif d'établir le cadre d'une coopération entre les gouvernements fédéral, les États et les autorités locales, en vue d'éliminer avec efficacité les déchets solides non dangereux. Le fédéral établira des normes nationales minimales et fournira de l'aide technique. La planification et la mise en oeuvre incomberont aux gouvernements des États et aux autorités locales. Ce règlement aura d'importantes répercussions: il provoquera la fermeture de près de la moitié des décharges du pays, la construction de nouvelles stations de transfert et la mise en place de nouveaux réseaux de transport, le redémarrage de la production d'énergie à partir de déchets et une concentration accrue sur le recyclage.

4. Types d'entreprises pouvant bénéficier de ces débouchés:

- Les entreprises spécialisées en fermeture et biorestoration de décharges
- Les transporteurs canadiens par chemin de fer et sur longues distances offrant des solutions de transport intégrées aux municipalités et aux entreprises de traitement des déchets.
- Les entreprises possédant les compétences pour concevoir et exploiter des stations de transfert et des installations de récupération de matériaux.
- Les entreprises spécialisées en presses à balles, trieuses, transporteurs,

(Voir page 5— Environnement)



Accès

• décembre 1993 •

VOS PAPIERS SONT-ILS BIEN EN REGLE?

Titres de transport pour le Mexique

Le Mexique est un pays qui scrute à la loupe tous les documents accompagnant l'expédition de marchandises : les renseignements doivent être fournis au complet et très précisément. Toute divergence, même anodine, peut entraîner des retards, des pénalités, voire la confiscation des biens expédiés.

Quel que soit le produit que vous exportez au Mexique (ou vers la plupart des autres pays), vous devrez y joindre un ensemble bien précis de documents. Les exigences peuvent varier sensiblement selon le produit. L'exportateur serait donc avisé de consulter des sources officielles afin de savoir exactement ce dont il a besoin. La délégation commerciale mexicaine la plus proche pourra vous communiquer des renseignements fiables; les sociétés peuvent aussi retenir les services d'un courtier en douanes mexicain.

Tous les envois doivent être accompa-

gnés, au minimum, des documents suivants : une facture commerciale; une liste de colisage précisant le contenu; un connaissance ou un connaissance aérien. La facture doit contenir les renseignements suivants :

- le lieu et la date de délivrance;
- le nom et l'adresse, au complet, de l'acheteur ou de l'importateur au Mexique;
- le nom et l'adresse, au complet, de l'exportateur;
- une description détaillée de la marchandise, y compris tous les renseignements pertinents, c'est-à-dire marque de commerce, modèle, marques, numéros de série, numéros de moteur, marques du fabricant, caractéristiques du produit, matériel de fabrication, type d'utilisation, etc. (les droits exigibles peuvent varier entre 0 % et 20 % selon diverses caractéristiques bien définies; si la marchandise est mal classée, elle sera habituellement frappée d'un taux plus élevé);

• la valeur unitaire FAB et la valeur totale de chaque article inscrit sur la facture (la valeur FAB servira à déterminer les taxes à payer);

- frais détaillés composant la valeur CAF jusqu'au port d'entrée mexicain (transport et assurances);
- dans le cas du transport par chemin de fer ou par camion, tous les frais engagés pour acheminer la marchandise jusqu'à la frontière mexicaine;
- nom, poste et signa-

N'oubliez pas...

À quelques exceptions près, toutes les marchandises exportées du Canada doivent être déclarées avant de quitter le pays. La Déclaration d'exportation (formule B-13) doit être remplie par l'exportateur et présentée aux Douanes canadiennes au point de sortie. Le document est habituellement remis au transporteur. Les renseignements consignés sur les formulaires B-13 permettent à Statistique Canada de rassembler des chiffres sur le commerce à l'exportation.

ture du vendeur;

- numéro de facture de l'expéditeur et numéro de commande du client.

Il faut présenter les originaux des documents; on peut exiger jusqu'à 11 copies. Une traduction en espagnol doit accompagner le document original en anglais ou en français.

Tous les envois au Mexique doivent être assurés du point de départ jusqu'au point d'arrivée. Le transitaire canadien est habituellement en mesure de faire assurer votre cargaison.

Des certificats d'hygiène en quatre exemplaires doivent accompagner les envois d'animaux vivants, de semences, de plantes et de produits connexes. On peut obtenir ces certificats auprès de divers organismes du gouvernement canadien; l'exemplaire original doit être légalisé par un consulat mexicain au Canada avant l'expédition.

Les poids et mesures doivent être

Voir page III

Événements à venir

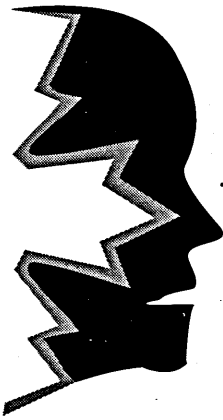
ANTAD EXPO 94 (Guadalajara) – 26-28 février 1994 – le plus important salon de l'alimentation du Mexique.

COMDEX MEXICO (Mexico, stand d'information) – 8-11 mars 1994 – produits de communication.

CANADA EXPO 94 (Mexico) – 22-25 mars 1994 – vitrine sur une gamme complète de produits/ services canadiens.

On peut obtenir des détails auprès de la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, fax : (613) 944-0479.

Le bulletin mensuel du programme Accès Amérique du Nord



Portrait d'un exportateur canadien

Russel Marcoux, président • N. Yanke Transfer Ltd. • Saskatoon (Saskatchewan)

« **A**u sud du Rio Grande, un grand marché nous attend, » déclarait Russell Marcoux, président de N. Yanke Transfer, à la veille de son premier voyage d'affaires au Mexique. « C'est un territoire vierge à bien des égards, et je pense que nous allons y faire bien des affaires. »

C'est ainsi qu'après avoir transformé une petite entreprise de camionnage en l'une des plus importantes sociétés de transport du Canada, et fort d'un chiffre d'affaires considérable aux États-Unis, M. Marcoux commença à lorgner vers le marché mexicain. À titre d'administrateur de l'Association canadienne du camionnage (ACC), il était tout à fait au courant du marché qui s'ouvrait au Mexique puisqu'il avait assisté aux réunions de l'Association à San Diego et à Mexico lorsque ce thème fut abordé. L'ACC était également intervenue lors des audiences sur l'ALENA. M. Marcoux décida donc d'explorer les possibilités qui s'offraient à son entreprise en se rendant lui-même à Monterrey.

N. Yanke est une entreprise familiale dont le siège est à Saskatoon. Fondée en 1968 par Norm Yanke, la société fut rachetée, en 1980, par Russel Marcoux et ses deux frères. L'entreprise, qui possédait à l'époque deux camions, exploite maintenant une flotte de 240 véhicules, avec des bureaux à Toronto, Winnipeg, Calgary, Edmonton et Vancouver, outre le siège social de Saskatoon.

Cette spectaculaire croissance est due en grande partie au passage, il y a cinq ans, au service accéléré, ou express. Auparavant, Yanke Transfer se spécialisait dans le transport en

vrac de denrées agricoles sèches dans l'Ouest canadien. Mais lorsque l'occasion se présenta, en 1987, de signer un contrat à long terme avec Postes Canada, la société décida de se départir de sa division de marchandises sèches en la vendant à une autre société de l'Ouest. Par la suite, Yanke consacra tous ses efforts à développer son créneau, soit le transport accéléré sur grande distance.

Un an plus tard, le chiffre d'affaires était passé de 8 à 12 millions de dollars. La société possède

« **L**es mexicains... sont très ouverts à notre égard, et à nos idées. »

une flotte à la fine pointe du progrès, la volonté de prendre des risques, un système de repérage par satellite, la détermination de former son personnel, et le sens du travail d'équipe. Ces qualités ont donné lieu à un accroissement progressif du chiffre d'affaires, de sorte que les prévisions de vente pour 1993 atteignent quelque 60 millions de dollars.

Cette compagnie est à la fine pointe. Comme l'affirme M. Marcoux, « Nous sommes ouverts et nous essayons de répondre aux besoins de diversification, à la nécessité d'élargir nos activités quelque peu. Cela s'inscrit dans notre philosophie : nous nous percevons comme une société de transport plutôt qu'une simple entreprise de camionnage. »

M. Marcoux se rendit donc à Monterrey afin de sonder les perspectives de nouveaux marchés pour Yanke. Il en revint plein d'optimisme, après une semaine au cours de laquelle il visita également la ville frontalière de Nuevo Laredo (qui

constitue la fin du parcours, jusqu'en 1997, pour les camions canadiens).

« Ce séjour m'a vraiment fait prendre conscience des possibilités ainsi que de la volonté des Mexicains de faire des affaires avec les Canadiens, déclara-t-il à son retour. Ils sont très ouverts à notre égard, et à nos idées. »

M. Marcoux se déclara fort réjoui de l'aide que lui offrirent les agents du bureau commercial du Canada à Monterrey. « Ils m'ont servi jusqu'à un certain point de guides et m'ont offert un interprète. Dans l'ensemble, ils ont été très serviables. »

Aux dires de M. Marcoux, le voyage fut très fructueux : « J'ai accompli tout ce que je m'étais proposé de faire. J'ai pris le pouls du marché, j'ai approché avec des transporteurs avec lesquels m'associer. Les gens que j'ai rencontrés sont, je dois avouer, la crème de la crème : des gens d'affaires très dynamiques qui ont beaucoup plus de panache que ce à quoi nous sommes habitués; qui possèdent des super-ordinateurs, des gratte-ciel de verre, et d'excellentes installations de formation pour leur personnel. Je suis très enthousiaste. »

« Sur le plan technologique, ils sont très perfectionnés; leur affaire est supérieure à celle de n'importe quel transporteur nord-américain que j'aie jamais vu », d'ajouter M. Marcoux. Comme tout cela vient d'un PDG dont la flotte, les systèmes, l'administration et les programmes de formation font l'envie de l'industrie, on ne peut vraiment trouver de meilleur compliment.

Bien que les permis de transport soient limités jusqu'à la fin de 1995, M. Marcoux entrevoit une foule de débouchés sur un nouveau marché qu'il tentera certes de pénétrer.

« Nous avons bien hâte, conclut-il, de profiter des possibilités qu'offre le commerce Nord-Sud. »

Études sectorielles

La liquidation, par l'administration Salinas, d'éléments d'actifs appartenant à l'État mexicain, a transformé les télécommunications en un secteur innovateur, porteur et riche de débouchés, qu'alimentent les investissements privés.

Le marché mexicain s'ouvre de plus en plus au matériel de télécommunications étranger. La part des importations est passée de 10 %, en 1984, à quelque 20 %, en 1986, grâce en partie à l'accroissement des investissements auxquels a donné lieu la Coupe du Monde de soccer, en 1986. Les augmentations graduelles se sont poursuivies et, en 1990, dans la foulée de la diminution des droits d'importation et de l'élimination des permis d'importation obligatoires, la part des importations a atteint 48 %. L'on s'attend à ce que d'ici 1994, les importations répondent à 53 % de la demande dans le secteur.

Le marché mexicain du matériel de télécommunication devrait afficher une croissance de 10 % par année. En effet, l'un des objectifs déclarés du pays est de doubler le nombre de lignes téléphoniques au cours des cinq prochaines

Télécommunications

années. La poursuite de cet objectif entraînera des dépenses d'environ 10 milliards de dollars. Telmex (Telefonos de Mexico) prévoit à elle seule dépenser quelque 2 milliards de dollars cette année pour améliorer le service et installer de nouvelles lignes.

Northern Telecom exploite une usine au Mexique depuis 1991. Bell Canada et Mitel détiennent des intérêts. D'autres sociétés canadiennes participent à la mise en place d'un réseau de téléphone cellulaire. Depuis 1991, les entreprises canadiennes réalisent des ventes annuelles de plus de 100 millions de dollars US au Mexique.

Les dispositions de l'Accord de libre échange nord-américain (ALENA) reconnaissent l'importance des échanges en matière de télécommunication. Tous les droits de douanes sur le matériel de télécommunication seront graduellement éliminés au cours des 10 années qui suivront la ratification de l'Accord. Mais en attendant, le Canada et les États-Unis jouissent d'ores et déjà de tarifs préférentiels par rapport aux fournisseurs qui ne sont pas parties à l'ALENA. Le 1^{er} juillet 1995, le marché sera complètement ouvert aux sociétés canadiennes implantées au Mexique (ou sur une base transfrontalière antérieurement interdite) qui souhaitent offrir des services de télécommunication et d'informatique améliorés.

Toutefois, l'explosion des télécommunications au Mexique n'est pas uniquement tributaire de l'évolution de l'ALENA. Douglas Clark, de Northern

Telecom de Mexico, affirme que ce sont le gigantesque programme de privatisation du Mexique ainsi que la refonte de son économie qui expliquent la présence accrue de sa société sur ce marché.

La concurrence, sur ce qui est perçu comme un marché très lucratif et à long terme, sera vive. À l'heure actuelle, les États-Unis constituent le plus important fournisseur de matériel de télécommunication au Mexique. Suivent, dans l'ordre, le Japon, la Suède, l'Allemagne, la France et le Canada. De toute évidence, les entreprises devront multiplier les efforts en matière de recherche et de développement dans leurs domaines de prédilection afin de réussir à long terme sur le marché mexicain.

Les Européens et les Japonais exploitent avec beaucoup de dynamisme les débouchés qu'offre le marché mexicain. Le prix et les modalités de financement sont les facteurs qui influent le plus sur la demande mexicaine. Les sociétés canadiennes peuvent tirer parti de lignes de crédit offertes par la Société pour l'expansion des exportations : une ligne de crédit de 100 millions de dollars a été consentie à Telmex.

Le climat est accueillant, les besoins sont considérables et nous possédons le savoir-faire. Tous les facteurs se conjuguent donc pour favoriser l'implantation ou l'expansion sur ce nouveau marché. Le Mexique appelle : de nombreuses entreprises canadiennes sont en mesure de répondre à cet appel.

Titres de transport - Suite de la première page

indiqués en équivalents métriques. Les valeurs devraient être exprimées en devises originales puisque le taux de change et l'équivalent en pesos mexicains sont calculés en fonction de la date d'arrivée des biens au Mexique.

Il faut faire parvenir un bordereau d'expédition à l'acheteur ou au courtier en douanes, à titre de destinataire; le nombre d'exemplaires expédiés est fonction du mode de transport utilisé. Le bordereau devrait indiquer :

- le nombre de colis dans la cargaison;
- une liste détaillée des marchandises que renferme chaque colis, conformément à ce qui est inscrit sur la facture;
- le poids net, brut et légal de chaque colis et de la cargaison;

- les dimensions et le volume de chaque colis et de l'ensemble de la cargaison.

Le type de connaissance varie en fonction du mode de transport. La documentation doit accompagner les envois par avion. Dans le cas des envois par bateau, la facture commerciale, la liste de colisage et le connaissance devraient être envoyés à l'importateur mexicain par l'entremise d'un service de messagerie internationale. Il est recommandé de faire parvenir des exemplaires au courtier en douanes; sinon, l'importateur devra s'en charger. Les mêmes modalités s'appliquent au transport terrestre. Ces documents devraient être expédiés par service

accélééré, préalablement à l'expédition des marchandises, afin de permettre la révision des documents et l'obtention des permis spéciaux. Il est à déconseiller d'utiliser la poste, qui pourrait occasionner un retard de deux à trois semaines.

Ces exigences, bien que rigoureuses, sont relativement explicites dans la plupart des cas. Ce qu'il ne faut surtout pas oublier, une fois vérifiée l'exactitude des documents, c'est de contrôler avec soin leur cohérence. Le moindre petit écart pourrait entraîner d'importants retards.

InfoEx diffuse un excellent document sur cette question — demander, **Documents d'exportation et recouvrements à l'étranger** (n° 123-TF).

Les préparatifs avant le départ

Le Mexique est un marché attrayant et en pleine croissance, situé par bonheur à proximité du Canada. Les exportateurs canadiens s'empressent donc de tirer parti des perspectives qu'ouvre la libéralisation du commerce avec ce pays. Afin de concurrencer efficacement sur ce nouveau marché, il vous faudra aller sur place, établir des contacts et prendre le pouls de la situation.

Or, un tel voyage impose de lourdes dépenses. Alors, pour qu'il soit fructueux, rien de mieux que de faire assidûment ses devoirs avant de boucler ses valises. Or, de précieuses sources d'information sont à votre portée ici même, à peu de frais ou même gratuitement. Afin d'utiliser au mieux le temps dont vous disposerez au Mexique, vous auriez donc tout intérêt à puiser tout d'abord à ces sources.

Tout d'abord, vous trouverez à la bibliothèque locale des renseignements d'ordre général, dans des périodiques ou d'autres publications sur le commerce, la commercialisation et l'industrie. Dans de plus grandes bibliothèques, vous dénicheriez peut-être les rapports de l'*Economist Intelligence Unit* (EIU) sur les économies de divers pays, dont le Mexique.

Par ailleurs, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) produit une série d'excellentes publications diffusées par InfoEx. Il y en a de tous genres, depuis des aperçus du marché jusqu'aux études sectorielles. On vient d'ailleurs tout juste de publier une deuxième édition mise à jour de *Partenariat pour la réussite*, qui fait le point sur cette question. Le MAECI vient également de lancer *Où trouver ... des sources d'information sur le marché mexicain?*, qui contient une liste exhaustive et diversifiée de sources d'information.

Si vous êtes à la recherche d'études de marché plus pointues, vous en trouverez dans des endroits étonnants. Bon nombre des principaux cabinets d'experts-comptables et des grandes banques ont des représentants au Mexique; ils publient souvent leurs propres analyses sur des sujets comme la taille du marché, les questions fiscales et juridiques, les relations de travail et les possibilités d'aide financière. Leurs succursales ou bureaux locaux peuvent vous renseigner sur ce que chaque établissement peut offrir.

En outre, les Centres du commerce international (CCI), situés de par le Canada, constituent un excellent point de départ. On y trouve habituellement des agents chargés spécifiquement du Mexique et de l'Amérique latine; ces personnes peuvent orienter vos recherches et vous fournir des renseignements préliminaires ainsi que des études de marché détaillées. Les CCI vous aideront non seulement à vous y retrouver dans le dédale des programmes d'aide, mais ils vous indiqueront également où trouver certains renseignements dont vous soupçonnez à peine l'existence.

Le Centre InfoEx est la principale porte d'entrée du réseau de renseignements

commerciaux du MAECI. InfoEx dispose d'un système automatique de réponse, par télécopieur, pour communiquer aux sociétés canadiennes des renseignements sur les programmes et les initiatives d'Accès Amérique du Nord. Le système offre un catalogue dans lequel une société peut choisir les documents ou les détails. Pour de plus amples renseignements, un menu vocal permet d'obtenir le numéro sans frais d'InfoEx.

Bancomext, la banque d'exportation du Mexique, possède trois bureaux au Canada, soit à Vancouver, à Toronto et à Montréal. Bancomext publie un répertoire des sociétés mexicaines d'importation et d'exportation, et détient des listes des associations sectorielles du Mexique (chaque société mexicaine est tenue, par la loi, d'appartenir à l'une de ces associations). Bancomext a aussi une bibliothèque, à Mexico, où environ la moitié des nombreux ouvrages sont offerts en anglais. (Cependant, les études sectorielles ne sont publiées qu'en espagnol.)

Le Conference Board du Canada produit une foule de publications sur la situation économique au Mexique. Une association avec son homologue mexicain lui permet d'offrir des renseignements précis et à jour.

Le ministère canadien de l'Industrie publie aussi une vaste gamme d'études sectorielles.

À noter aussi que la plupart des gouvernements provinciaux possèdent un ministère chargé du commerce international et du développement, qui peut vous aider à trouver des renseignements commerciaux et de la documentation de base, à établir des contacts et à créer des réseaux.

Enfin, le bureau du ministère du Commerce des États-Unis à Mexico offre un service de réponse par télécopieur. Sa banque de données commerciales renferme des documents sectoriels ainsi que des aperçus d'ensemble.

Ce ne sont là que quelques-unes des nombreuses sources auxquelles vous pouvez puiser. La plupart vous mettront sur d'autres pistes que vous pourrez suivre à mesure que vous approfondirez vos recherches. Afin de déterminer si vous et votre entreprise pouvez percer sur le marché mexicain, il vous faut commencer par le commencement, en prenant les mesures nécessaires pour vous orienter lorsque vous débarquerez enfin au Mexique.

Accès

Accès, bulletin du nouveau programme Accès Amérique du Nord, est publié mensuellement et uniquement dans *CanadaExport*. Les abonnés de *CanadaExport* le reçoivent donc automatiquement. Le bulletin examine les débouchés qui s'ouvrent aux entreprises canadiennes au Mexique; présente des Canadiens qui font déjà des affaires sur ce marché; dresse des profils sectoriels; et annonce les activités à venir.

Nos lecteurs sont invités à nous adresser leurs commentaires, soit par la poste à **Accès**, BCT, ministère de affaires étrangères et Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2; soit par télécopie au (613) 992-5791. Pour tous renseignements, ou pour obtenir un exemplaire d'une brochure sur Accès Amérique du Nord, s'adresser à InfoEx au 1-800-267-8376 (à Ottawa, au 944-4000).

Imprimé au Canada

(Also available in English)

L'environnement ...

broyeuses, grenailleuses et autres équipements servant à traiter des matériaux recyclés ou à préparer les déchets afin de les transporter sur longues distances.

- Les entreprises en mesure d'aider ces nouvelles installations à éliminer les odeurs et à résoudre des questions de relations publiques, et celles qui commercialisent de l'équipement afin d'aider les entreprises de traitement des déchets à se conformer aux exigences en matière de lutte contre la pollution atmosphérique et d'assainissement de l'eau.

- Les entreprises proposant de nouveaux traitements ou utilisation des matériaux recyclés.

D'énormes débouchés s'offrent aux fabricants et aux entreprises secondaires

en mesure de mettre en place une boucle utilisateur-utilisateur.

- Les sociétés susceptibles d'aider les entreprises et les municipalités à réduire le volume de déchets à la source ou de proposer de nouvelles techniques de réduction à la source.

- Toute entreprise en mesure d'offrir de l'équipement ou des méthodes susceptibles de réduire les coûts et d'accroître la rentabilité des installations de recyclage.

- Les entreprises proposant des techniques de production d'énergie à partir de déchets auront davantage de débouchés.

- Les entreprises en mesure d'offrir des systèmes ou des solutions «clés-en-main» aux municipalités et aux exploitants du secteur privé.

- Les entreprises qui peuvent aider les firmes de traitement des déchets à tirer profit de l'automatisation.

- Les entreprises susceptibles de proposer à l'industrie privée leurs propres méthodes de traitement sur place des déchets dangereux ou médicaux pour les expédier ensuite dans des décharges prévues dans le «Subtitle D».

On peut obtenir des copies du rapport auprès d'InfoEx, en indiquant le code 135 UF. Pour vous inscrire comme participant(e) à Waste Expo'94 ou pour en apprendre davantage sur les possibilités du marché américain, communiquer avec Donald Marsan, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis. Tél. : (613) 944-9478. Fax : (613) 944-9119.

Calendrier des foires américaines touchant l'environnement

D. Marsan, *Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les É-U. (MAECI)*

Les préparations en vue de l'élaboration de notre programme de promotion commerciale pour 1994-1995 vont bon train. Le volet environnement de ce programme se concentre sur l'organisation d'ateliers et de colloques, la collecte d'information sur les marchés et la participation aux grandes foires commerciales en partenariat, en raison de leur excellent rapport avantages-coûts. Une foire commerciale choisie avec soin permet de présenter efficacement des produits à une foule captivée d'acheteurs, d'utilisateurs, de représentants, de distributeurs, de décideurs et à tous les grands fournisseurs. En outre, elle permet aux exposants d'évaluer pleinement les tendances, les possibilités, les défis et les débouchés du marché afin que leurs produits le pénètrent avec succès.

Dans le cadre de notre programme, nous avons déjà prévu de participer à la Waste Expo'94 à Dallas (Texas) du 3 au 6 mai 1994. En raison de l'importance et de l'envergure de cette foire, il est nécessaire de préparer sa participation bien à l'avance, et le stand du Canada a

déjà été réservé.

Nous avons l'intention d'organiser un stand national pour les foires énumérées ci-dessous. Les entreprises canadiennes désireuses d'exposer leurs produits et services pourront obtenir de l'espace d'exposition selon une formule de partage des frais.

- **NEW ENGLAND ENVIRONMENTAL EXPO** - Boston, Massachusetts - du 26 au 28 avril 1994 - foire nationale regroupant 400 exposants.

Produits : produits et services environnementaux.

Visiteurs : 5 000 présidents, directeurs généraux et gestionnaires d'entreprises oeuvrant dans le domaine de l'environnement, responsables fédéraux, d'État et locaux, ingénieurs en environnement.

- **HAZARDOUS MATERIALS MANAGEMENT CONFERENCE** - Philadelphie, Pennsylvanie - du 15 au 17 juin 1994 - foire internationale regroupant environ 550 exposants.

Produits : matériel servant à la maintenance, au traitement, à l'entreposage

et au transport de matières et de déchets dangereux.

Visiteurs : 12 000 ingénieurs d'usine, ingénieurs en environnement, fonctionnaires municipaux responsables de la gestion des déchets, chimistes, techniciens et intervenants d'urgence.

- **AMERICAN WATER WORKS ASSOCIATION** - New York, New York - du 19 au 23 juin 1994 - foire internationale regroupant plus de 750 exposants.

Produits : compteurs d'eau, tuyaux, vannes et autres composants destinés à l'industrie des services d'eau.

Visiteurs : plus de 10 000 fonctionnaires municipaux et d'État, ingénieurs, entrepreneurs, professionnels de l'environnement.

- **AIR AND WASTE MANAGEMENT ASSOCIATION** - Cincinnati, Ohio - du 21 au 23 juin 1994 - foire internationale regroupant plus de 300 exposants.

Produits : présentation de produits et services servant à la lutte contre la pollution atmosphérique et à la gestion

(Voir page 6)

Environnement *(Suite de la page 5)*

des déchets, comme des instruments de contrôle, des services d'ingénierie et d'experts.

Visiteurs : plus de 6 000 ingénieurs, spécialistes de la gestion des déchets, membres du personnel fédéral, d'État et municipal chargé du contrôle de l'environnement.

• **SOLID WASTE ASSOCIATION OF NORTH AMERICA** - San Antonio, Texas - du 1er au 4 août 1994 - foire nationale regroupant 250 exposants.

Produits : fabricants et distributeurs de matériel de traitement des ordures ménagères, de camions et de bennes, de compacteurs pour décharges et d'incinérateurs, et services d'experts.

Visiteurs : ingénieurs municipaux, transporteurs de déchets, ingénieurs de la voirie.

• **AMERICAN PUBLIC WORKS**

ASSOCIATION - INTERNATIONAL PUBLIC WORKS CONGRESS AND EXPO - Chicago, Illinois - du 24 au 29 septembre 1994 - foire internationale regroupant 600 exposants.

Produits : système d'élimination de l'amiante, compacteurs d'ordures ménagères, information de gestion informatisée, matériel de dépoussiérage, matériel de lutte contre l'érosion, géotextiles, chargeurs de feuilles, cartographie, appareils d'entretien de tuyaux et de canalisations, matériel de recyclage, inspection et entretien des égouts, broyeuses, bacs de récupération, véhicules, stations de transfert, matériel et services de traitement pour les ordures ménagères, services de gestion et matériel de traitement et d'entretien des eaux usées.

Visiteurs : 10 000 professionnels des travaux publics provenant des admi-

nistrations locales de comtés et des gouvernements d'État et fédéral.

• **WATER ENVIRONMENTAL FEDERATION** - Chicago, Illinois - du 16 au 20 octobre 1994 - foire nationale regroupant 300 exposants.

Produits : matériel d'épuration des eaux d'égout municipales et industrielles, matériel de manutention, de traitement et d'élimination des déchets dangereux.

Visiteurs : ingénieurs, gestionnaires du traitement des ordures ménagères et des déchets industriels, fonctionnaires municipaux, sociétés d'experts-conseils, entrepreneurs.

Pour renseignements, communiquer avec Donald Marsan, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, MAECI, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Fax : (613) 944-9119.

Salon de l'élimination des déchets en Allemagne

Cologne — Du 18 au 21 mai 1994, plus de 1 000 exposants et au-delà de 50 000 visiteurs participeront à la plus importante foire mondiale de l'industrie de l'élimination des déchets, le 6^e Salon international de l'élimination des déchets et du recyclage (Entsorga 1994).

Le Canada a réservé un emplacement de premier plan pour tenir une exposition de groupe. Le secteur de l'élimination des déchets connaît une croissance phénoménale : en 1990, la valeur du marché de l'environnement de l'Europe occidentale s'établissait à 164,5 milliards de deutsche mark. Ce marché devrait doubler d'ici l'an 2000! En Europe, les dépenses de l'Allemagne à ce chapitre sont les plus élevées; viennent ensuite la France, la Grande-Bretagne, l'Italie, l'Espagne et les Pays-Bas.

Une nouvelle législation allemande (dont s'inspireront en partie les autres pays de la CE) provoque une forte demande de conception et de construction

d'usines de tri, de démontage, de compostage, etc. Les eaux usées sont un autre domaine urgent; des égouts de 60 000 km doivent être renouvelés ou réparés dans un proche avenir.

Entsorga 1994 offre une excellente occasion aux sociétés canadiennes de

pénétrer le marché européen.

Pour renseignements, communiquer avec Edel Wichmann, Cologne International Trade Shows, 480, University Avenue, suite 1410, Toronto, M5G 1V2. Tél. : (416) 598-3343. Fax : (416) 598-1840.

À Chicago, transmission électrique

Chicago — Du 10 au 15 avril 1994 — L'IEEE/PES Transmission and Distribution Conference et Exposition est l'événement par excellence de l'industrie de la transmission et de la distribution électriques.

C'est une occasion unique pour le fournisseur de rencontrer des acheteurs qualifiés ou d'établir le profil des produits et services d'une entreprise. Le MAECI, par l'intermédiaire de la Direction générale de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), y tiendra un stand national.

Pour renseignements, communiquer

avec Alan D. McBride, agent de commercialisation, Direction générale de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis, (MAECI), 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 944-5149. Fax : (613) 944-9119.

Off-shore à Ottawa

Ottawa — L'Exposition canadienne de la construction navale et de l'off-shore (ECCNO), la plus importante conférence et foire commerciale dans le

(Voir page 7 — Off-shore)

Off-shore (Suite de la page 6)

domaine maritime technique au Canada, se tiendra en ville les 14 et 15 février prochains.

L'an dernier, l'événement a attiré plus de 1 000 représentants de cette industrie, venus de toutes les régions du Canada et du monde entier, ainsi que des journalistes et des représentants de divers gouvernements.

Pour information ou pour réserver un stand (quelques espaces sont encore disponibles), prière de s'adresser à Joy MacPherson, Association canadienne des industries maritimes, Ottawa. Tél. : (613) 232-7127. Fax : (613) 232-2490.

PUBLICATIONS

Le MAECI vient d'achever un *Répertoire des possibilités d'exportation du Canada dans le domaine de l'environnement*.

Ce répertoire se compose d'une liste d'entreprises canadiennes; d'index généraux portant sur des sujets comme la lutte contre la pollution atmosphérique, les déchets dangereux, la surveillance, la lutte contre la pollution par le bruit, les déversements pétroliers, le recyclage, la gestion des ressources, la mise en valeur des terres, les déchets solides, l'eau et les eaux usées; et une liste de produits et de services particuliers et des entreprises qui les fournissent.

Ce répertoire peut se révéler utile pour trouver des entreprises fabricant un produit donné, pour faire un publipostage dans un secteur donné et pour obtenir une liste des entreprises établies dans diverses provinces.

Une distribution par échantillonnage de deux disquettes (numéro de code T15A) peut se faire par l'intermédiaire d'InfoEx (voir l'encadré au bas de la page 8).

L'informatique aux Philippines

Une étude de marché menée récemment pour la section commerciale de l'ambassade du Canada à Manille indique qu'un marché prometteur s'ouvre

Pour vous mettre en appétit ...

... à Bruxelles ...

Bruxelles — Du 19 au 21 avril 1994, L'Exposition européenne des fruits de mer est l'événement à ne pas manquer pour les entreprises canadiennes de fruits de mer.

L'année dernière, 235 entreprises représentant plus de 30 pays y ont tenu un stand. Douze stands nationaux et trois régionaux ont attiré 5 492 professionnels de cette industrie. Venus de plus de 85 pays, ces gens y ont trouvé de nouvelles sources d'approvisionnement et rencontrer des collègues. L'événement de cette année est tout aussi prometteur ... et le Canada y participera!

De fait, le MAECI a réservé un stand national pour les participants canadiens. Le recrutement est en cours.

Pour plus d'information, communiquer avec Lorraine Reardon, Foires et missions commerciales - Europe, Dir. de l'expansion du commerce, MAECI, Ottawa. Tél. : (613) 996-2147. Fax : (613) 944-1008.

aux Philippines pour les exportateurs canadiens de matériel et de services informatiques. De 1987 à 1990, les Philippines ont en effet augmenté leurs importations de matériel informatique de 115%, les portant à 50 millions \$ US.

En 1992, le Conseil d'investissement des Philippines a désigné la conception de logiciels, les bases de données et les services informatiques connexes comme secteurs prioritaires d'investissement, tant pour le gouvernement que pour les entreprises privées. Des perspectives favorables s'ouvrent également aux coentreprises de conception de logiciels et d'encodage de données.

Les entreprises canadiennes intéressées peuvent se procurer un exemplaire de la publication *Informatics Sector Market Study - Philippines* en s'adressant au Centre du commerce international de leur province, à InfoEx ou au bureau commercial de Manille (fax: 011-63-2-810-1699).

et ...

à Séoul

Séoul - Du 26 au 30 avril 1994, cette ville sera l'hôte d'une exposition internationale - la *Seoul Food '94* - qui présentera des aliments, des boissons, des additifs alimentaires, du matériel de transformation, du matériel d'emballage et des machines à l'intention des restaurants et des hôtels.

L'année dernière, la foire comptait 271 exposants, dont plus de 100 de l'étranger. En outre, elle a accueilli plus de 41 000 visiteurs, et on prévoit en accueillir davantage en 1994. De plus en plus de Coréens optent pour une alimentation à l'occidentale, et les importations de produits liés à l'alimentation continuent d'augmenter considérablement.

Pour réserver un espace d'exposition à *Seoul Food '94*, communiquer avec le Korea Trade Centre à Toronto. Tél. : (416) 368-3399. Fax : (416) 368-2893.

Export Gazette

L'*Export Gazette* est une revue mensuelle de promotion du commerce qui paraît sur les cinq continents. Chaque numéro présente une rubrique spéciale sur «les affaires avec le Canada.» Selon, les éditeurs, les abonnés canadiens peuvent profiter gratuitement de la rubrique «Products in the News.» Pour renseignements, communiquer avec Ovid Da Silva, représentant de l'*Export Gazette* en Amérique du Nord à Montréal. Tél. : (514) 974-0819. Fax : (514) 974-3280.

• Numéro à noter •

Le numéro de téléphone principal du consulat général à New York est maintenant le (011-40-1) 210-0367.

Pour eux, c'est Noël tous les jours

par Chantal Gosselin, stagiaire

Lorsque Studio Artéfact met en place un décor de Noël dans un centre commercial, le résultat est féérique. Spécialisée dans la production de décors à grand déploiement, cette entreprise basée à Crossard, près de Montréal, reproduit des scènes magiques à partir de contes et de légendes. Dragons, villages et châteaux créent une atmosphère unique, devenant source d'émerveillement pour petits et grands. Par un procédé original de façonnage de mousses de polyuréthane flexible, les artisans de Studio Artéfact réussissent à créer des personnages touchants, presque réels.

Moulés, sculptés, façonnés, les décors, d'une durée de vie estimée à dix ans, rendent la souplesse du dessin original. Studio Artéfact produit ses décors d'une manière intégrée, c'est-à-dire qu'elle conçoit les modèles, installe les décors et offre un service après vente. Avec 70 % des activités de l'entreprise concentrées à la période de Noël, la compagnie triple le nombre de ses employés dès le début de l'automne.

En affaires depuis 1986, les artisans de Studio Artéfact s'intéressent depuis peu à l'exportation. En fait, ils y ont été amenés par la force des choses. En juin 1992, la compagnie participe à la foire NADI, la National Association of Display Industries de New York. Cette importante foire internationale consacrée au commerce au détail attire des acheteurs du monde entier. Participant à cette foire dans le seul but de tâter le terrain, la compagnie expose un éventail de ses produits. Succès inespéré. Des gens d'affaires de l'Australie, du Brésil et d'Europe se montrent intéres-

sés. Studio Artéfact établit des relations d'affaires avec une firme australienne. Ses efforts aboutissent en janvier 1993 à l'octroi d'un premier contrat à l'étranger avec la firme Mei & Picchi. De ses bureaux de Melbourne et de Sidney, Mei & Picchi distribue les décors dans les centres commerciaux du continent australien. Selon M. Alain Lauzon, président de Studio Artéfact, «La similitude entre nos cultures et nos philosophies d'entreprise a fortement contribué à une percée rapide sur le marché australien».

Produit : décors à grand déploiement
Employés : 25 personnes
Ventes : 1,8 million de dollars
Exportation : 10 %
Marché : Australie et États-Unis

À la suite de l'expérience australienne, M. Lauzon désire réduire les coûts et les délais de livraison du produit, qui représentent six semaines du Canada vers l'Australie. La compagnie travaille également à l'instauration d'un réseau de distribution efficace et cherche à réduire les coûts de production afin d'augmenter la compétitivité. En étant ainsi plus efficace, Studio Artéfact espère doubler son chiffre d'affaires d'ici 1995. «Pour nous, il est primordial d'élaborer nos techniques et de progresser. C'est pourquoi, nous réinvestissons 5 p. cent de notre chiffre d'affaires dans la recherche et le développement. De plus, nous offrons une formation technique approfondie à nos employés.»

En phase de négociation avec quatre centres commerciaux des États-Unis, Studio Artéfact reçoit des demandes provenant des quatre coins du monde.

AU CALENDRIER

Montréal — 1^{er} février 1994; **Toronto** — 2 février; **Winnipeg** — 3 février; **Vancouver** — 4 février — Une série de séminaires intitulés **Doing Business in Vietnam** comprendra des présentations portant sur divers aspects clés tels que l'état actuel des projets et des prêts consentis par les institutions de financement internationales, l'établissement et le maintien de relations commerciales au Vietnam ainsi que les stratégies de pénétration du marché. La Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est, du MAECI, présentera ces séminaires de concert avec la Fondation Asie-Pacifique du Canada. Pour connaître les coordonnées des personnes-ressources, le lieu et l'horaire des séminaires ainsi que les modalités d'inscription, consulter le prochain numéro de CanadExport.

Le consulat à Miami

Le consulat du Canada à Miami est déménagé à l'adresse suivante: 200, boul. Biscayne Sud, pièce 1 600, Miami (Floride) 33131. Tél. : (305) 372-2352. Fax : (305) 374-6774.

InfoEx

InfoEx (anciennement InfoExport) est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoEx au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000). Pour obtenir les publications du MAECI, faire parvenir par télécopieur une demande de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

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

7925 039



POST
 Société canadienne de
 Port payé
 NBRE
 T-3
 OTT

