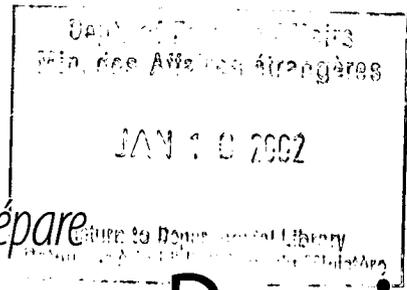


DUCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 20
January
15, 2002
Copy 1

CanadaExport

Vol. 20, n° 1 –
15 janvier 2002

~~L'ACTUALITÉ~~
~~DERNIER~~
~~NUMÉRO~~



DANS CE NUMÉRO

- 2 Occasions d'affaires
- 3 La CCC aide Eco Logic Inc. à assainir l'environnement des É.-U.
- 4 Infrastructue d'électricité, du pétrole et du gaz en Afrique sub-saharienne
- 6 É.-U.: mission gagnante d'Équipe Canada Ouest
- 7 Plan de réduction des déchets de Hong Kong
Le Canada grand gagnant à China High-Tech Fair
- 8 EDC : le brouillard se dissipe doucement après le 11 septembre
- 9 Enviro-Shiga 2001 au Japon
- 10 Les télécommunications en Roumanie
- 12 Contrats décrochés
- 13 Le marché indien de la cinématographie et la télévision
- 14 Les Prix d'excellence
- 15 Salons et conférences à retenir

Équipe Canada se prépare Mission en Russie et en Allemagne

Le premier ministre, M. Jean Chrétien, a annoncé qu'il dirigera la septième mission commerciale d'Équipe Canada en Russie et en Allemagne, du 12 au 22 février 2002, pour encourager les relations commerciales du Canada avec ces pays. Le Premier ministre sera accompagné de premiers ministres provinciaux, de dirigeants territoriaux et de chefs d'entreprises venant de tous les coins du pays. La délégation mettra le cap sur Moscou, Berlin et Munich.

et à un niveau beaucoup plus élevé en 2001. Les débouchés en Russie pour les entreprises canadiennes sont en fait un reflet des ressemblances géographiques et climatiques entre les deux pays qui possèdent de vastes ressources naturelles, des agglomérations urbaines dispersées desservies par des réseaux étendus de transports et de télécommunications. L'évolution de la Russie vers une société plus axée vers la consommation, recherchant plus de produits et de services, donne naissance à de nouveaux débouchés. D'excellentes perspectives se dessinent donc pour les entreprises canadiennes dans beaucoup de secteurs, dont surtout le pétrole et le gaz, l'agroalimentaire,

Voir page 13 – **Mission**



Équipe Canada • Team Canada
2002

En 2000, les échanges commerciaux bilatéraux entre le Canada et la Russie ont atteint presque 870 millions de dollars. Les exportations du Canada vers la Russie ont augmenté à un taux constant depuis 1999,

Une première réussite en matière d'exportation Franc succès du porc canadien en Russie

1 La Canadian Swine Exporters Association (CSEA), l'ambassade du Canada à Moscou ainsi que 535 porcs canadiens jouent un rôle déterminant dans la dernière réussite du Canada en matière d'exportation, qui se précise actuellement en Russie.

L'histoire commence en avril 2001, alors qu'une mission de « reconnaissance » est dépêchée vers la Russie, les pays baltes, la Biélorussie et l'Ukraine sous la direction

Voir page 11 – **Succès**



M. Richard Stein (3^e de gauche) lors de l'un de ses voyages de prospection du marché russe.

LE COMMERCE CANADIEN EN REVUE
(Voir l'encart.)



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

Débouchés du COAI

KENYA — Équipement numérique-hydraulique de régulateur de turbine — La Kenya Electricity Generating Company Limited (KenGen) invite les fabricants et les fournisseurs à présenter des offres cachetées pour la conception, la fabrication, la fourniture, la livraison, l'installation et la mise en service d'un équipement numérique-hydraulique de régulateur de turbine destiné à la centrale de Kambururu. Le coût des documents d'appel d'offres (non remboursable; frais de poste et de messagerie non inclus) est de 5 000 shillings kenyans, ou l'équivalent en une devise librement convertible. Date limite : 21 février 2002. Pour obtenir les documents d'appel d'offres ou pour un complément d'information, s'adresser à : Procurement Manager, Kenya Electricity Generating Company Limited (KenGen), 2nd Floor, Phase III, Stima Plaza, Kolobot Road, Parklands, Nairobi, téléc. : (011-254-2) 3202-6200 ou 248 848. Ou communiquer avec M. Charity Kabaya, adjoint (Affaires commerciales), haut-commissariat du Canada, Nairobi, téléc. : (011-254-2) 21-53-05, courriel : charity.

kabaya@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier 011 205-05454. (Avis reçu du haut-commissariat du Canada à Nairobi.)

THAÏLANDE — Connecteurs aériens — La Metropolitan Electricity Authority invite des offres cachetées en vue de la fourniture de connecteurs aériens (appel d'offres n° MA5-7530-WBX). Le coût des documents d'appel d'offres est de 750 bahts la copie. Les frais de messagerie pour les adresses à l'extérieur de la Thaïlande sont de 45 \$US, payables au moyen d'une traite bancaire libellée au nom de Purchases & Stores Department et tirée sur la banque Krung Thai Bank Public Co. Ltd, Samyod Branch, 632 Mahachai Road, Bangkok 10200, Thaïlande. Date limite : 22 février 2002. Pour plus de détails, communiquer avec M. Pradit Suveeranont, directeur, Metropolitan Electricity Authority, Foreign Operations Section, Foreign Procurement Division, Purchases & Stores Department, Building No 6, 6th Floor, 121 Chakpetch Road, Bangkok 10200, Thaïlande, internet : www.me.a.or.th Ou communiquer avec M^{me} Veena Ngaoharoenchitr, agent de commerce, ambassade du Canada, Bangkok, téléc. : (011-66-2) 636-0568, courriel : veena.ngaoharoenchitr@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier 011 205-05462. (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Bangkok.)

NÉPAL — Licence pour services de télécommunications rurales (STR) — La Nepal Telecommunications Authority (NTA) sollicite des offres cachetées présentées sous forme de demandes de licence (Request for Applications [RFA] for Licence) en vue de la fourniture de STR dans la zone de développement orientale (Eastern Development Region) du Népal. Cette invitation fait suite à des avis généraux d'appels d'offres parus dans les numéros de juillet et octobre 2000 et de novembre 2001 de Business Development. Le dépôt des soumissions se fera conformément aux lignes directrices de la Banque mondiale. Date limite : 25 février 2002. Le coût des documents RFA (non remboursable; achat obligatoire) est de

625 \$US (50 000 roupies népalaises). Pour les services de messagerie, il faut ajouter la somme de 100 \$US (8 000 roupies) par RFA. Le versement doit être libellé au nom de Nepal Telecommunications Authority, Account No. A/C010601 1664201, Nepal Arab Bank Ltd., Kantipath, Katmandou, Népal. Garantie de soumission : 100 000 \$US (8 000 000 roupies). Pour obtenir les documents RFA, prendre contact avec M. Singh Durbar, Chairman, Nepal Telecommunications Authority, Katmandou, Népal, tél. : (011-977-1) 221-944, téléc. : (011-977-1) 260-400 internet : www.nta.gov.np Pour plus de détails, communiquer avec M^{me} Alka Malik, adjoint (Affaires commerciales), haut-commissariat du Canada, New Delhi, téléc. : (011-91-11) 687-5387, courriel : alka.malik@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier 011 126-05290. (Avis reçu du haut-commissariat du Canada à New Delhi.)

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur www.iboc.gc.ca

Rédacteur en chef :
Suzanne Lalonde-Gaëtan
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gualtieri
Mise en page : Yen Le
Tirage : 70 000
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Internet :
www.infoexport.gc.ca/canadexport

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

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

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec CanadExport au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consultez l'adresse internet de CanadExport ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :
CanadExport (BCS),
Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international,
125, promenade Sussex, Ottawa
(Ontario) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

CanadExport

Une modeste entreprise de Rockwood (Ontario) pourrait sauver le monde malgré lui : ELI Eco Logic Inc. a mis au point un procédé unique en son genre qui permet de dissocier sans danger les composés organiques dangereux comme ceux que l'on trouve dans les armes de destruction massive. Le marché conclu par Eco Logic pour la mise à l'essai de cette technologie aux États-Unis ne pourrait tomber plus à point.

(Assembled Chemical Weapons Assessment - ACWA) de l'armée américaine pour qu'elles démontrent l'efficacité de leurs technologies de destruction ou de décontamination d'éléments de munitions chimiques assemblées. « Au fil des ans, nous avons décroché quelques marchés modestes, mais c'est au début de 2000 que nous avons obtenu un marché important qui nous a vraiment donné la

Contrat avec l'armée américaine grâce à la CCC

Comment assainir l'environnement

D'ici un an, le processus d'Eco Logic pourrait remplacer la méthode d'incinération actuelle et représenter la solution globale que cherche l'armée américaine pour éliminer en toute sûreté les armes stockées à Blue Grass (Kentucky). Tout au long, Eco Logic peut compter sur l'appui de la Corporation commerciale canadienne (CCC).

Constituée en société en 1987, Eco Logic est une petite entreprise de 25 employés, vouée à l'écotechnologie. Son processus breveté de réduction chimique en phase gazeuse (Gas-Phase Chemical Reduction^{MD} [GPCR^{MD}]), permet de détruire les diphényles polychlorés (BPC), les agents de guerre chimique et d'autres polluants organiques persistants, les réduisant à un produit gazeux non toxique classé comme combustible industriel pour les chaudières. « Il s'agit d'une solution sûre et rentable pour remplacer l'incinération », commente le directeur financier de l'entreprise, M. Brian Howlett.

L'entrée d'Eco Logic sur le marché américain a été motivée par le besoin de l'armée américaine de trouver une solution de rechange à l'incinération pour éliminer ses armes chimiques. Les États-Unis comptent parmi les 143 pays qui ont ratifié la Convention sur les armes chimiques, en vertu de laquelle les signataires s'engagent à détruire la totalité de leurs armes chimiques d'ici 2007.

En 1997, Eco Logic était l'une des sept équipes auxquelles on a attribué des marchés dans le cadre du Programme d'évaluation des armes chimiques assemblées

chance de mettre notre technologie à l'épreuve », explique M. Howlett.

Aux termes de ce marché de 3,2 millions \$US, l'entreprise devait fournir un système GPCR^{MD} ainsi que huit mois de services d'exploitation afin de tester divers éléments et méthodes dans une installation d'essai de l'armée américaine. Dès le départ, Eco Logic a demandé et obtenu l'aide de la CCC. Celle-ci a joué un rôle d'entrepreneur principal et a fourni des garanties d'exécution et d'autres services liés au marché, comme le traitement des paiements proportionnels.

« Nous avons décidé de travailler avec la CCC parce qu'elle pouvait être d'un grand secours pour le flux de trésorerie », explique M. Howlett. « Nous avons beaucoup retiré de notre collaboration avec la CCC. Elle nous a aidé à accélérer le déroulement de la procédure de paie. En effet, nous avons éprouvé quelques problèmes sur le plan de la gestion de la paie et de la tenue des livres. La CCC veille sur nous et nous épaula constamment. »

Au printemps 2001, l'entreprise a reçu des modifications de marché évaluées à 5,8 millions \$US qui prévoient l'ajout de deux phases au programme ACWA : une phase pour mettre à l'essai différentes matières, l'autre pour concevoir une installation complète au dépôt militaire Blue Grass, à Lexington (Kentucky) et évaluer les coûts du projet. La conception sera réalisée en partenariat avec plusieurs sociétés d'ingénieurs américaines.

DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

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

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

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

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

La CCC est d'accord. « Le projet aura un impact substantiel sur la dépollution, selon M^{me} Gabriela Gref-Innes, gestionnaire de projet de la CCC. Nous nous réjouissons de pouvoir y participer et ferons l'impossible pour qu'Eco Logic remporte le marché sur la dernière phase du projet. »

Si l'entreprise remporte effectivement le marché, elle pourrait être choisie pour fournir une solution complémentaire d'élimination des déchets secondaires destinée aux huit autres lieux d'entreposage d'armes chimiques de l'armée américaine. Ensuite, les autres nations signataires de la Convention sur les armes chimiques qui se sont engagées à détruire leurs armes chimiques manifesteront peut-être de l'intérêt. « Oui, nous croyons que nous allons sauver le monde », déclare M. Howlett.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brian Howlett, directeur financier; tél. : (519) 856-9591, poste 205, téléc. : (519) 856-9235, courriel : brian.howlett@ecologic.ca internet : www.ecologic.ca

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Vente à l'exportation et gestion de contrats ».)

AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

Présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer sur ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

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

www.infoexport.gc.ca



Débouchés : Infrastructure d'électricité, industrie pétrolière et gazière

Les entreprises canadiennes profitent de l'essor que connaît le secteur de l'énergie en Afrique sub-saharienne. Exportation et développement Canada et les institutions financières internationales, comme la Banque mondiale, continuent d'apporter leur concours aux projets pétroliers et gaziers dignes d'intérêt. Sans compter que de nombreux États africains ont fait de l'expansion de leurs capacités de production d'électricité et de la mise en valeur du gaz et du pétrole des priorités stratégiques, ouvrant ainsi d'importants débouchés aux entreprises canadiennes.

Selon les agents commerciaux en poste dans nos ambassades, le potentiel est particulièrement important en Afrique du Sud, au Nigeria et au Mozambique. Il existe aussi de belles perspectives en Angola, au Cameroun, en Côte-d'Ivoire, en République démocratique du Congo, au Kenya, au Sénégal, en Tanzanie, en Ouganda et en Zambie.

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

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

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les secteurs du pétrole, du gaz et de l'électricité en Afrique sub-saharienne.

Aperçu du marché

Traditionnellement, en Afrique sub-saharienne, ce sont surtout des sociétés d'État qui s'occupent de la mise en valeur et de la distribution des ressources énergétiques. Cependant le mouvement de privatisation qui est en cours ouvre la voie aux opérateurs privés. Des sociétés étrangères et nationales renforcent leur présence dans ce secteur grâce à des coentreprises et à des accords de partage de la production.

Ce continent connaît certaines limitations : tarifs bas pour le branchement électrique et coupures de courant fréquentes pour les industriels et les particuliers d'ores et déjà branchés. Mais de nombreux gouvernements se rendent bien compte de l'importance que revêt l'électrification pour le développement de leurs économies. C'est pourquoi ils mettent en œuvre des initiatives tous azimuts pour augmenter la capacité des infrastructures de production, de transport et de distribution de l'électricité dans cette région.

Citons l'exemple du Nigeria qui consacre, dans son budget 2001, 460 millions de dollars à un nouveau programme de développement électrique. Ce programme prévoit la remise en état des centrales électriques existantes et la construction de nouvelles centrales thermiques.

Au Mozambique, un important projet d'expansion des installations électriques est en chantier. Il s'agit de construire une centrale hydroélectrique de 2 500 MW à Mepanda Uncana, une centrale thermique de 1 000 MW à Moatize et d'agrandir la partie nord de la centrale de Cahora Bassa (550 MW). Le Mozambique envisage également de bâtir un gazoduc jusqu'en Afrique du Sud et d'exploiter l'énergie éolienne et solaire.

L'activité pétrolière et gazière a connu un regain de dynamisme dans la région, surtout face à la hausse récente des cours du pétrole. En Afrique sub-saharienne, les activités de prospection et de mise en valeur se font à terre, mais aussi de plus en plus en mer. Les mesures publiques visant à encourager la production et l'utilisation du gaz naturel se multiplient et il est prévu de construire plusieurs gazoducs.

Débouchés

Il est clair que le savoir-faire canadien en matière d'électricité est en demande en Afrique sub-saharienne. Outre les débouchés dans le domaine de la prospection, la construction de

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

www.infoexport.gc.ca

nouvelles lignes de transport et de distribution pourrait devenir un champ d'activité prometteur. D'autres débouchés pourraient naître de projets d'agrandissement des réseaux électriques nationaux et transnationaux reliant plusieurs régions ou pays.

Ce marché vous intéresse ?

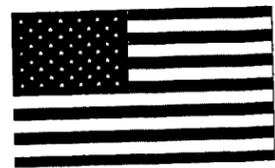
Pour en savoir plus sur les débouchés et les stratégies de pénétration des marchés en Afrique sub-saharienne, nous vous invitons à lire la nouvelle étude intitulée *Débouchés : Infrastructure d'électricité, industrie pétrolière et gazière - Afrique sub-saharienne*. Pour la consulter, visitez le site Web du Service des délégués commerciaux à l'adresse suivante : www.infoexport.gc.ca

www.infoexport.gc.ca

Est-ce un marché pour vous ?
Étude complète sur l'Internet
www.infoexport.gc.ca

Débouchés : Infrastructure d'électricité,
industrie pétrolière et gazière

Consultez nos études de marché



Carrefour États-Unis

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

Mission Équipe Canada Ouest Équipe gagnante

La toute première mission commerciale d'Équipe Canada Ouest à Dallas, au Texas, et à Los Angeles, en Californie, s'est achevée à Los Angeles, le 30 novembre 2001, après quatre jours de visite. Les premiers ministres des quatre provinces de l'Ouest, les trois chefs de gouvernement des territoires et plus de 190 délégués accompagnaient le premier ministre, M. Jean Chrétien.

« Les objectifs de la mission commerciale ont été atteints, selon M. Chrétien. Nous avons resserré les liens entre les deux régions, poursuivant ainsi une longue tradition de coopération. Nous avons aidé des entreprises canadiennes et américaines à nouer des liens plus étroits et réaffirmé notre engagement envers les États-Unis à titre de bon voisin, de partenaire commercial fiable et de proche allié. »

La mission marque l'avènement d'un nouveau partenariat entre le gouvernement du Canada, les territoires et les provinces de l'Ouest.

Succès sur toute la ligne

La mission, qui comprenait 148 organismes canadiens, a conclu des ententes d'une valeur approximative de 58,3 millions de dollars à Dallas et de 34,5 millions de dollars

à Los Angeles. Il n'y a qu'un mot pour décrire ce résultat : le succès! En voici quelques exemples.

La Proeco Corporation, une société de gestion des déchets établie à Edmonton, a signé avec deux entreprises des contrats d'une valeur totale de 35 millions de dollars. M. Brian Winter, président de la société, déclare que Proeco avait engagé des démarches auprès des deux entreprises, mais que « la présence d'Équipe Canada a stimulé leur volonté de signer les contrats, car cela démontrait une volonté politique sous-jacente ».

La Pioneer Log Homes, une entreprise de Williams Lake, en Colombie-Britannique, exporte au Colorado son esprit de pionnier avec la signature d'une entente de distribution de 6,2 millions de dollars. « Depuis les événements du 11 septembre, nous devons démontrer aux Américains que les Canadiens sont de braves gens », observe M. Bryan Reid, président de la société. Les clients américains ont été impressionnés par les produits de Pioneer et aussi par la cordialité qui se dégageait des réceptions d'Équipe Canada. »

Pour la Metamend Software and Design Ltd., la promotion des affaires va bon train depuis la signature de contrats approchant les 6 millions de dollars au cours

Petite entente (10⁹) à grand avenir

Au cours de la mission commerciale d'Équipe Canada Ouest à Dallas, l'Université du Texas à Dallas (UTD) a signé une lettre d'intention, en vue de favoriser la coopération universitaire dans le domaine de la nanotechnologie, avec le Conseil national de recherches du Canada et l'Université de l'Alberta.

Le Canada a annoncé récemment l'établissement d'un centre national de nanotechnologie à l'Université de l'Alberta, à Edmonton, avec la collaboration du Conseil national de recherches du Canada.

La nanotechnologie est une des nouvelles frontières de la découverte scientifique; elle réside dans l'étude et l'application de la science à l'échelle du nanomètre, soit un milliardième de mètre (10⁻⁹). La nanoscience, qui en est encore à ses premiers balbutiements, révolutionnera des domaines aussi variés que l'électronique, la médecine, les communications et la fabrication.

de la mission. Selon M. Richard Zwicky, directeur général de Metamend, « les décideurs ont été invités aux réceptions d'Équipe Canada, non les éclaireurs. Je ne suis pas certain que ces gens se seraient déplacés sans la présence du Premier ministre, du ministre du Commerce international et des premiers ministres provinciaux. Chaque dollar investi dans la mission d'Équipe Canada nous a été profitable! »

Les téléphones sonnent sans arrêt chez la Harvest Sun Seed & Grain Company, une entreprise de Regina, tandis que l'achalandage de son site internet atteint des

Voir page 8 - Équipe

PLEINS FEUX SUR LA CHINE ET HONG KONG

La détérioration de l'environnement à Hong Kong est devenue une question pressante au cours des deux dernières années en raison de l'intensité des activités économiques et du développement considérable des infrastructures. Dans son énoncé des politiques en 1999, le premier magistrat de la Région administrative spéciale de Hong Kong a renouvelé la détermination de son gouvernement à améliorer la qualité de l'environnement, en soulignant qu'il s'agissait d'un élément aussi vital que la croissance économique. À cette fin, un programme ambitieux a été lancé pour restaurer l'environnement de Hong Kong au cours de la prochaine décennie et ainsi réaliser l'objectif de cette ville de devenir la « cité cosmopolite de l'Asie ».

Malgré le plan cadre de réduction des déchets avec un budget de 42 millions de dollars (axé sur la réduction, la réutilisation et le recyclage) lancé par le gouvernement en 1998, la gestion des déchets à Hong Kong a atteint des proportions de crise. En effet, depuis cinq ans, le volume global de déchets augmente de 3,5 % par an, en plus d'une hausse annuelle de 4 % des ordures ménagères seulement — hausse absolument

disproportionnée par rapport à une croissance démographique inférieure à 1 % par an. Avec plus de 6,5 millions de tonnes de déchets enfouis tous les ans (soit l'équivalent de près d'une tonne par habitant par an), les sites de

conservation et de la désignation de terrains en vue de la création d'un parc de récupération de 20 hectares au début de 2004. Jusqu'à maintenant, l'industrie du recyclage a obtenu huit lots par des ententes à bail à court terme.

À la recherche de solutions immédiates

Plan de réduction des déchets de Hong Kong



décharge risquent d'être saturés dans 10 ans.

Stratégies

À la suite d'un examen des progrès accomplis, effectué en septembre 2001, le Bureau des aliments et de l'environnement de Hong Kong a annoncé de nouvelles mesures visant à faire avancer le plan vers ses objectifs. Il s'agit notamment de l'injection de 20 millions de dollars dans le Fonds pour l'environnement et la

Le gouvernement de Hong Kong fait présentement, avec le secteur des affaires, une étude sur la faisabilité de diverses stratégies de réduction des déchets, dont l'aménagement d'installations de conversion des déchets en énergie et des programmes d'essai de recyclage des déchets spéciaux, par exemple les bouteilles en verre, les piles et les ordinateurs. La construction d'îles à partir des déchets, la restauration et la conversion des décharges, l'utilisation des gaz émanant des décharges, le traitement des déchets cliniques et le compostage des déchets organiques font aussi l'objet d'un examen sérieux.

Débouchés

Le programme de gestion des déchets de Hong Kong a créé un large éventail de débouchés dans plusieurs domaines, dont le commerce, le transfert de technologie, les services de consultation, le génie, les coentreprises et l'investissement pour les entreprises canadiennes qui ont l'expertise dans les domaines comme les incinérateurs de conversion des gaz, le traitement des déchets organiques et des déchets spéciaux, le tri et le recyclage des déchets municipaux, la restauration des décharges et la récupération des gaz.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Fatima Lai, agente commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7494, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : fatima.lai@dfait-maeci.gc.ca internet : www.hongkong.gc.ca ou M. Marcel Belec, conseiller principal, MAECI, tél. : (613) 995-6962, courriel : marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca

Le Canada fait coup double à China High-Tech Fair 2001 Tous les yeux se tournent vers le Canada

Le consulat général du Canada à Guangzhou a de nouveau attiré l'attention du milieu international des technologies de l'information et des communications (TIC) lors de l'édition 2001 de l'exposition China High-Tech Fair, remportant deux distinctions pour la conception et l'organisation du kiosque national du Canada. Pour les participants canadiens, l'endroit idéal où se trouver en Chine, le pays le plus dynamique au monde actuellement dans le domaine des TIC, était sous la bannière d'Équipe Canada Inc et dans son kiosque primé.

L'exposition 2001, qui s'est tenue le 17 octobre dernier au centre des expositions de Shenzhen, a été organisée par les ministères du Commerce extérieur, de la Coopération économique, des Sciences et de la Technologie et de l'Industrie de l'information de la République populaire de Chine, l'Académie des sciences de Chine et le gouvernement municipal populaire de Shenzhen. La Grande-Bretagne et



Mme Cathy Yao, agente commerciale, consulat général du Canada à Guangzhou, montre fièrement les deux prix.

L'Italie étaient au nombre des 12 pays exposants, et les deux ont été cités pour l'organisation de leurs kiosques nationaux.

Bien qu'elle soit relativement nouvelle, la China High-Tech Fair (www.chtf.com/english) est déjà le principal événement dans le domaine des technologies de pointe en Chine et le seul salon professionnel dans ce domaine reconnu sur le plan national dans ce pays. Shenzhen joue un rôle stratégique dans l'économie chinoise et a attiré des

Voir page 12 - China

Le Canada et les États-Unis signent la déclaration pour la création d'une frontière intelligente

Pour des détails, voir www.dfait-maeci.gc.ca/anti-terrorism/can-us-border-f.asp

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

Depuis les attentats du 11 septembre, la notion d'incertitude aura pris un tout nouveau sens pour les prévisionnistes. Il serait plus juste de parler de confusion.

révèlent que les Américains ont fait des économies importantes. Ces derniers peuvent épargner tout en dépensant davantage, car leur pouvoir d'achat a augmenté : directement, par le biais des

à d'autres dépenses, ce qui stimule d'autres secteurs de l'économie.

Les marchés financiers réagissent à ces signes de reprise économique. Les cours de la plupart des grands marchés boursiers, tout comme ceux des principaux marchés des obligations, ont retrouvé leurs niveaux du mois d'août. De plus, les dollars canadien et australien, précurseurs traditionnels des tendances économiques mondiales, ont repris un mouvement à la hausse. Ces marchés indiquent qu'un vaste éventail d'investisseurs, qui votent à l'aide de leur portefeuille de placement tout autant que de leur portefeuille de poche, croient de plus en plus que le pire est passé.

Ces signes sont encourageants, mais les sociétés exportatrices canadiennes devront peut-être patienter plusieurs mois avant d'en ressentir des retombées positives concrètes. Pendant que l'économie américaine se rétablit doucement, l'Europe, le Canada et le Japon commencent à peine à être aux prises avec les effets du ralentissement américain. Il faudra probablement attendre jusqu'au milieu de 2002 pour assister à une reprise mondiale généralisée. Toutefois, si la conjoncture américaine continue de s'améliorer, les autres économies ne devraient pas tarder à en faire autant.

Tout compte fait, les indicateurs économiques demeurent ambivalents, et les perspectives sont incertaines, mais la situation aurait pu tourner plus mal. Des politiques monétaires et budgétaires fermes seront les assises de la prochaine expansion, et nous devrions bientôt voir le brouillard se dissiper. ✪

Le brouillard se dissipe doucement

Après le 11 septembre

par M. Stephen S. Poloz, vice-président et économiste en chef, Exportation et développement Canada (anciennement SEE)

Le principal déterminant de l'avenir des sociétés canadiennes exportatrices est l'économie américaine, laquelle prendra appui sur ses consommateurs. Dans la foulée du 11 septembre, le grand impondérable aura été l'incidence des attentats terroristes sur la psychologie des consommateurs et leur volonté de dépenser.

remboursements de taxes et, indirectement, par le truchement de taux d'intérêt plus faibles. Tout ménage qui détient une hypothèque peut donc économiser une somme considérable sur le service de la dette aujourd'hui, et cette somme peut être mise de côté ou dépensée — et la plupart des gens font les deux.



M. Stephen S. Poloz de la EDC

Ceux qui ont perdu leur emploi n'ont de toute évidence pas cette liberté. Cependant, la conjoncture économique ne dépend pas des 0,7 % de la population qui ont été licenciés, mais plutôt de l'état d'esprit des 94 % de la population qui exercent encore un emploi.

Les gens voyageront peut-être moins, ce qui occasionnera des licenciements dans les secteurs de l'aviation et du tourisme, à l'échelle mondiale. Mais l'argent qui avait été mis de côté pour les vacances familiales est en partie économisé et en partie affecté

Équipe Canada Ouest — Suite de la page 6

sommets. Tout cela grâce à Équipe Canada! « Les clients ont aimé nos produits mais ignoraient où se trouvait la Saskatchewan, » raconte M. Randy Johnson, président de l'entreprise. « Lorsqu'ils ont constaté l'appui que nous accordaient les organismes fédéraux et provinciaux, ils nous ont tout de suite fait confiance. »

L'entreprise Fusion Media Group a le vent en poupe depuis qu'elle a signé de lucratifs contrats et jeté les bases d'éventuels marchés de plusieurs millions de dollars dans le cadre de la mission. « Aujourd'hui, des entreprises point.com disparaissent, » indique M. Reuben Segelbaum,

directeur de la promotion des affaires de la société. « L'appui du premier ministre du Canada et de celui de notre province nous a permis de déclarer au monde entier : nous sommes ici, nous sommes solides, nous avons des appuis de taille. »

Pour plus d'information sur la mission commerciale d'Équipe Canada Ouest, consulter le site internet : www.tcm-mec.gc.ca/welcome-f.asp et cliquer sur la rubrique « Missions complétées ». ✪

(Pour la version intégrale de cet article, voir www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Carrefour États-Unis ».)

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

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Les secteurs du pétrole, du gaz et de l'électricité

Vos contacts sectoriels en Afrique sub-saharienne

Afrique du Sud
François Bietrix
 Agent commercial
 Bureau commercial
 du Haut-commissariat du Canada
 Johannesburg, Afrique du Sud
 T : (011-27-11) 442-3130
 F : (011-27-11) 442-3325

Cameroun
Honoré Justin Mondomobé
 Agent commercial
 Haut-commissariat du Canada
 Yaoundé, Cameroun
 T : (011-237) 23-23-11
 F : (011-237) 22-10-90

Côte d'Ivoire
Jean-Claude Diplo
 Agent commercial
 Ambassade du Canada
 Abidjan, Côte d'Ivoire
 T : (011-225) 20-30-07-00
 F : (011-225) 20-30-07-21

Kenya
Benjamin Wamahiu
 Agent commercial
 Haut-commissariat du Canada
 Nairobi, Kenya
 T : (011-254-2) 21-48-04
 F : (011-254-2) 21-53-05

Nigeria
David Dix
 Délégué commercial
 Haut-commissariat auxiliaire
 du Canada
 Lagos, Nigeria
 T : (011-234-1) 262-2512
 F : (011-234-1) 262-2516



CanadExport

ida
2001
ce
sa

adiennes et
tre de 2001

ques et commerciaux du

les taux annuels	
trimestre de 2001	
	-0,8
	12 300
trimestre)	7,1
pourcentage du	
ème trimestre de	
	2,7
	2,3
u troisième trimestre)	0,6468
ourants)	-21,4
ourants)	-10,3

ième trimestre à 7,1 % au de peu le taux de 6,8 % ait le plus bas en 26 ans.

au deuxième trimestre, enée à 2,7 % au troisième ation de base (qui exclut les lemeurée stable par rapport au 1,3 %. L'inflation s'est donc ette cible de 1 à 3 % établie

n moyenne 0,647 \$US pendant égère baisse par rapport au otait 0,649 \$US.

sont corrigés en fonction des ffres, sauf ceux portant sur les

Depuis les attentats du 11 sep. la notion d'incertitude aura un tout nouveau sens pour les prévisionnistes. Il serait plus juste de parler de confusion.

Le brouillard se dissipe Après le

par M. Stephen S. Poloz, vice-président et Canada (anciennement SEE)

Le principal déterminant de l'avenir des sociétés canadiennes exportatrices est l'économie américaine, laquelle repose sur ses consommateurs. Dans la foulée du 11 septembre, le grand imprévisible aura été l'incidence des attentats terroristes sur la psychologie des consommateurs et leur volonté de dépenser.

La confiance du consommateur américain a faibli d'une douzaine de points en octobre et a chuté de 3 autres points en novembre, pour passer à 82. Heureusement, cette baisse n'a pas été aussi aiguë que celle de 20 points qui a suivi le bombardement du World Trade Center en 1993, occasionnant un bref recul de l'économie, ni que celle de près de 50 points à l'époque de la guerre du Golfe, qui a provoqué une récession profonde et éprouvante. Néanmoins, le marché du travail américain est assailli partout, et 800 000 emplois ont été perdus en octobre et en novembre. La population craint donc un deuxième ralentissement de l'activité économique qui risquerait de miner encore plus la confiance du consommateur et de retarder la reprise. Autrement dit, il est encore trop tôt pour fêter.

Malgré cela, les ménages américains n'ont pas cessé d'acheter : des maisons, des voitures et un tas d'autres choses. La consommation soutenue en dépit du déclin de la confiance témoigne de l'efficacité des politiques budgétaires et monétaires stimulantes qui sont en cours. L'affaiblissement de la confiance inciterait normalement les consommateurs à économiser davantage. Certes, les dernières stati-

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

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

*Les secteurs du pétrole,
du gaz et de l'électricité*

*Vos contacts sectoriels en Afrique
sub-saharienne*

 **Sénégal**
Voulimata N'Diaye
Agent commercial

Ambassade du Canada
Dakar, Sénégal
T : (011-221) 823-92-90
F : (011-221) 823-87-49

 **Tanzanie**
Gaspar Tarimo
Agent commercial
Haut-commissariat du Canada
Dar-es-Salaam, Tanzanie
T : (011-255-22) 211-2837
F : (011-255-22) 211-6897

 **Zambie**
Benoit Gauthier
Délégué commercial
Haut-commissariat du Canada
Lusaka, Zambie
T : (011-260-1) 25-08-33
F : (011-260-1) 25-41-76

 **Zimbabwe**
Bertha Faranisi
Agente commerciale
Haut-commissariat du Canada
Harare, Zimbabwe
T : (011-263-4) 252-181
F : (011-263-4) 252-186

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

Le commerce canadien en revue

Rapport trimestriel sur la performance commerciale du Canada
Troisième trimestre de 2001

Ce rapport trimestriel sur le commerce et l'investissement décrit la croissance économique du Canada au cours du troisième trimestre de 2001 et souligne sa performance dans des secteurs et des marchés clés.

Faiblesse persistante des exportations canadiennes et recul des importations au troisième trimestre de 2001

Au troisième trimestre de 2001, le ralentissement de l'économie américaine, conjugué aux performances médiocres des économies d'Europe, d'Asie et d'Amérique latine, a contribué au déclin de la demande internationale de biens et services canadiens.

Les exportations de biens et services du Canada ont décliné, en dollars courants, de 21,4 % (taux annuel désaisonnalisé¹) au troisième trimestre — poursuivant ainsi la diminution amorcée au trimestre précédent après quatre années de croissance ininterrompue.

Contrairement à ce qui avait été observé au deuxième trimestre, les importations ont aussi reculé au troisième trimestre. Les importations de biens et de services ont connu une baisse globale de 10,3 % entre juillet et septembre.

Le produit intérieur brut (PIB) réel du Canada a fléchi de 0,8 % au troisième trimestre, perdant notamment 0,3 point de pourcentage en raison de la détérioration du commerce extérieur. Malgré ce déclin global du PIB réel, les investissements des entreprises ont progressé durant le trimestre, menés par des dépenses accrues dans les secteurs de la machinerie et de l'équipement.

La création d'emploi a ralenti durant le trimestre, avec la création de seulement 12 300 emplois, contre 40 000 au deuxième trimestre et 34 000 au premier trimestre. Le taux de chômage moyen a légèrement progressé,

Tableau 1 : Indicateurs économiques et commerciaux du Canada

Variation en pourcentage des taux annuels Du deuxième au troisième trimestre de 2001	
PIB réel	-0,8
Chômage (<i>augmentation trimestrielle, niveau</i>)	12 300
Taux de chômage (<i>moyenne en % au troisième trimestre</i>)	7,1
Indice des prix à la consommation (<i>évolution en pourcentage du troisième trimestre de 2001 par rapport au troisième trimestre de 2000</i>)	
Tous les articles	2,7
Fondamental (<i>sauf la nourriture et l'énergie</i>)	2,3
Valeur du \$CAN par rapport au \$US (<i>moyenne au troisième trimestre</i>)	0,6468
Exportations de biens et de services (<i>en dollars courants</i>)	-21,4
Importations de biens et de services (<i>en dollars courants</i>)	-10,3

Source : Statistique Canada

passant de 7,0 % au deuxième trimestre à 7,1 % au troisième — et dépassant de peu le taux de 6,8 % enregistré en 2000, qui était le plus bas en 26 ans.

Après avoir atteint 3,5 % au deuxième trimestre, l'inflation globale a été ramenée à 2,7 % au troisième trimestre, tandis que l'inflation de base (qui exclut les aliments et l'énergie) est demeurée stable par rapport au trimestre précédent, soit 2,3 %. L'inflation s'est donc maintenue dans la fourchette cible de 1 à 3 % établie par la Banque du Canada.

Le dollar canadien valait en moyenne 0,647 \$US pendant la période, affichant une légère baisse par rapport au trimestre précédent où il cotait 0,649 \$US.

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

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



Faits saillants des échanges commerciaux et des investissements

L'excédent du compte courant sur une base annuelle se chiffrait à 22,1 milliards \$, comparativement à 36,0 milliards \$ au deuxième trimestre. Il convient cependant de noter que l'excédent accumulé au cours des neuf premiers mois de 2001 dépasse l'excédent record de 26,9 milliards \$ dégagé pour l'année 2000 au complet. Ce recul de l'excédent du compte courant au troisième trimestre est attribuable à la forte baisse de 16,7 milliards \$ de l'excédent sur marchandises, aggravée par de légères augmentations du déficit persistant au chapitre du commerce des services (328 millions \$) et du déficit au compte des revenus de placement (254 millions \$). Par ailleurs, une réduction du déficit au titre des revenus issus des investissements directs a contribué à améliorer le solde courant de 3,1 milliards \$.

Les investissements directs en provenance et à destination du Canada ont reculé au troisième trimestre par rapport au trimestre précédent : les investissements canadiens directs à l'étranger ont diminué de 18,8 % et les investissements étrangers directs au Canada, de 37,5 %. Au troisième trimestre, les investisseurs canadiens ont cependant injecté à l'étranger 6,3 milliards \$ de plus que les investisseurs étrangers au Canada, comparativement à 4,7 milliards \$ au deuxième trimestre.

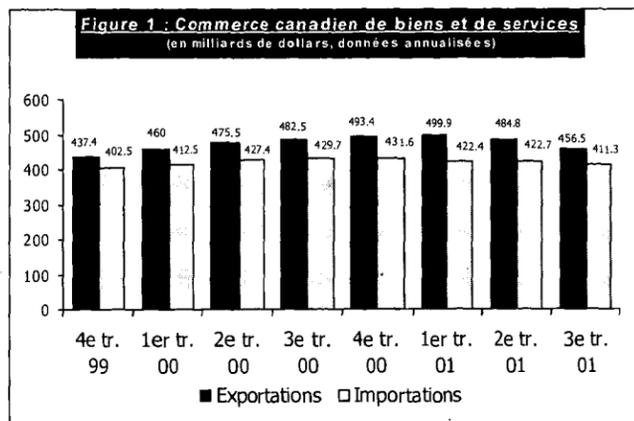
Pour leur part, les investissements canadiens de portefeuille à l'étranger ont fortement baissé au troisième trimestre, sous l'effet d'une chute de 70,9 % des acquisitions de titres étrangers par les Canadiens, qui n'a été atténuée qu'en partie par une augmentation plus limitée des investissements canadiens dans les obligations étrangères. Les investissements étrangers dans les actions et les obligations canadiennes ont aussi décliné, mais cette baisse a été plus que compensée par une hausse des prêts et des dépôts appartenant à des intérêts étrangers au Canada.

Les exportations du Canada freinées par le ralentissement aux États-Unis et dans le monde entier

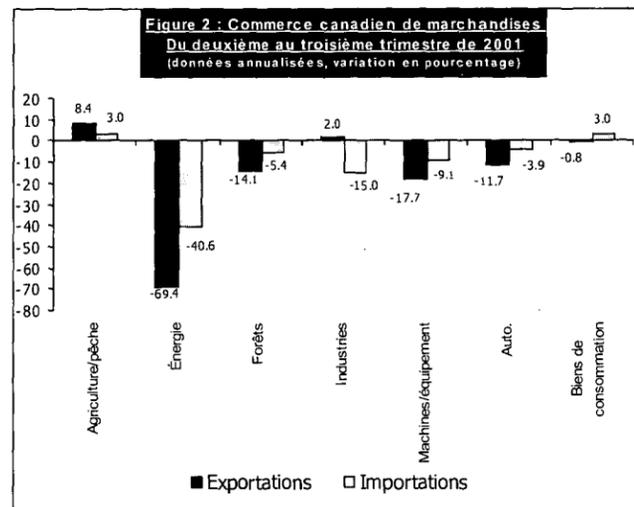
Les exportations de biens et de services sont passées de 484,8 milliards \$ au deuxième trimestre à 456,5 milliards \$ au troisième. Les exportations de marchandises totalisaient 403,0 milliards \$, soit une diminution de 21,7 % par rapport au trimestre précédent, où elles se chiffraient à 428,4 milliards \$.

La baisse la plus forte (- 69,4 %) touchait les exportations d'énergie, mais les exportations de machinerie et d'équipement, de produits forestiers et d'automobiles ont aussi reculé. Les exportations vers les États-Unis ont enregistré une chute de 21,0 %, tandis que les exportations vers les autres pays, à l'exception du Royaume-Uni (- 4,4 %) et du Japon (- 20,0 %), ont subi des baisses encore plus marquées.

Les importations ont aussi reculé au troisième trimestre, alors qu'elles avaient légèrement augmenté au trimestre précédent. Les importations de biens et de services sont



Source : Statistique Canada

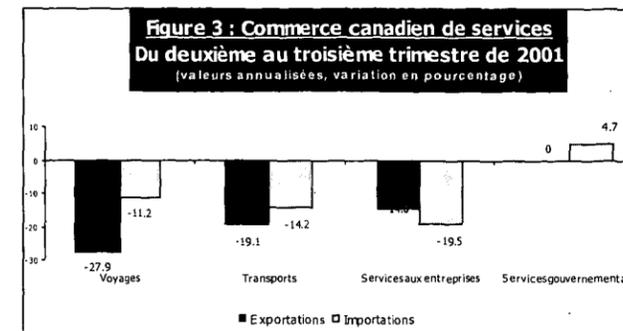


Source : Statistique Canada

passées de 422,7 milliards \$ au deuxième trimestre à 411,3 milliards \$ au troisième; parallèlement, les importations de marchandises sont passées de 360,5 à 351,8 milliards \$.

Les importations de services ont décliné plus rapidement que les importations de marchandises, mais, pour ce qui est des marchandises, la plus forte baisse a été enregistrée dans le secteur de l'énergie (- 40,6 % sur une base annuelle) et sur les biens industriels. Les importations en provenance des États-Unis et du Royaume-Uni ont diminué au troisième trimestre, tandis que les importations en provenance du Japon et des autres pays de l'Union européenne (UE) ont augmenté.

L'excédent sur marchandises est passé de 67,9 milliards \$ au deuxième trimestre à 51,2 milliards \$ au troisième trimestre. Ce recul est attribuable à un déclin prononcé de la balance commerciale dans le secteur de l'énergie. Comme la majeure partie des exportations canadiennes de produits énergétiques est destinée aux États-Unis, la balance



Source : Statistique Canada

commerciale avec ce pays s'est grandement dégradée par rapport au trimestre précédent. La balance commerciale du Canada s'est d'ailleurs détériorée au troisième trimestre avec tous ses principaux partenaires commerciaux, à l'exception du Royaume-Uni.

Inversion de la baisse du déficit au compte des services

Au troisième trimestre, les exportations de services du Canada ont reculé à 53,5 milliards \$ après avoir atteint 56,4 milliards \$ au trimestre précédent. Les importations de services se sont quant à elles chiffrées à 59,5 milliards \$, comparativement à 62,1 milliards \$ au deuxième trimestre. Ce déclin plus rapide des exportations a entraîné une augmentation de 328 millions \$ du déficit dans le secteur du commerce des services.

Le déficit du Canada au compte des voyages internationaux s'est aggravé entre juillet et septembre 2001, après avoir atteint au trimestre précédent son niveau le plus bas depuis le troisième trimestre de 1986. Ce creusement du déficit est surtout attribuable à une baisse marquée de 28,0 % des dépenses des visiteurs étrangers au Canada par rapport au trimestre précédent, qui a éipsé le déclin de 11,2 % des dépenses des voyageurs canadiens à l'étranger. Toutefois, les dépenses des Canadiens aux États-Unis ont diminué davantage que les dépenses des Américains au Canada, si bien que le déficit au compte des voyages avec les États-Unis a encore diminué pour atteindre son plus bas niveau en plus de 10 ans.

Les exportations et les importations de services commerciaux, qui représentent environ la moitié de l'ensemble des échanges de services, ont décliné au troisième trimestre. Toutefois, comme les importations ont diminué davantage que les exportations, le déficit au titre du commerce des services commerciaux s'est réduit de 500 millions \$.

Déclin des investissements bilatéraux directs

Les investissements directs en provenance et à destination du Canada ont diminué au troisième trimestre. L'investissement canadien direct à l'étranger (ICDE) est passé de 19,1 milliards \$ au deuxième trimestre à 15,5 milliards \$ au troisième trimestre. L'investissement étranger direct (IED) au Canada a également reculé, passant de 14,7 à

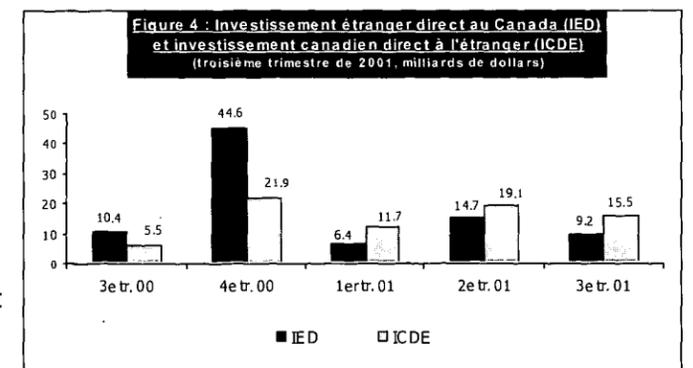
9,2 milliards \$ pendant la période.

L'ICDE a presque décuplé dans le secteur du bois et du papier entre le deuxième et le troisième trimestre, mais a décliné dans les secteurs de la machinerie et des transports ainsi que des services financiers et de l'assurance. Après avoir effectué une remontée au deuxième trimestre, l'ICDE dans le secteur de l'énergie a ralenti au troisième trimestre. Le déclin de l'ICDE a surtout été observé dans les pays qui ne sont pas membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques et dans les pays de l'UE autres que le Royaume-Uni.

L'IED au Canada ont subi une chute spectaculaire dans le secteur des « autres industries », reculant de 5,6 milliards \$ (soit 80 %) entre le deuxième et le troisième trimestre. Quoique l'IED dans le secteur de la machinerie et des transports ait aussi diminué au troisième trimestre, ce recul a été atténué par des hausses dans les secteurs du bois et du papier ainsi que de l'énergie. L'IED en provenance des États-Unis a progressé au troisième trimestre, mais cette hausse a été plus qu'annulée par une baisse importante de l'IED en provenance du Royaume-Uni et par le désinvestissement croissant des autres pays de l'UE.

Comme nous l'avons déjà mentionné, la forte baisse des acquisitions de titres étrangers par les Canadiens est la principale raison pour laquelle les investissements canadiens de portefeuille à l'étranger sont passés de 12,3 milliards \$ au deuxième trimestre à 5,0 milliards \$ au troisième trimestre. Ce déclin marqué des investissements dans les actions étrangères a occulté la hausse de 1,5 milliard \$ des achats canadiens d'obligations étrangères entre le deuxième et le troisième trimestre.

De même, les investissements étrangers de portefeuille au Canada ont aussi fléchi au troisième trimestre par rapport au deuxième trimestre, par suite du déclin des achats d'obligations canadiennes conjugué au désinvestissement étranger dans les titres canadiens.



Source : Statistique Canada

Baisse modérée des réserves officielles de change du Canada

Les avoirs officiels de réserve du Canada ont diminué de 130 millions \$ au troisième trimestre. Même si cette baisse est comparable à celle du deuxième trimestre, elle contraste avec l'accroissement considérable des réserves enregistré au cours des trois trimestres précédents.

Nouvelles

Le commerce du Canada et du Mexique avec les États-Unis

Introduction

Au cours de la dernière décennie, les exportations canadiennes et mexicaines aux États-Unis ont connu une hausse considérable. Le Canada est demeuré la première source d'importations des États-Unis, mais récemment la croissance plus rapide des importations américaines de produits mexicains a donné lieu à des conjectures selon lesquelles le Mexique pourrait dépasser le Japon puis le Canada, pour devenir à son tour la principale source d'importations des États-Unis. L'analyse suivante examine la structure et la répartition par catégorie des exportations mexicaines à destination des États-Unis, afin de déterminer le fondement et la validité de cette prévision.

Contexte

Bien que les États-Unis aient augmenté leurs importations en provenance d'un certain nombre d'autres pays, le Canada est demeuré la première source d'importations de ce pays au cours de la dernière décennie. Dans les années 1990, sur l'ensemble des importations de marchandises aux États-Unis, la part du Canada est passée de 18,7 p. 100 en 1990 à 19,6 p. 100 en 1994, pour se stabiliser à 19,1 p. 100 en 2000. Deuxième source d'importations de marchandises des États-Unis, le Japon a vu sa part diminuer, passant de 18,1 p. 100 en 1990 à 12 p. 100 en 2000, tandis que le Mexique, classé troisième, a vu la sienne passer de 6,1 p. 100 en 1990 à 7,5 p. 100 en 1994, puis à 11,2 p. 100 en 2000. Au cours de la période, la Chine a également pris de l'importance : entre 1990 et 2000, ce pays s'est hissé de la huitième à la

quatrième place, sa part des importations américaines passant de 3,1 p. 100 à 8,2 p. 100.

En ce qui concerne le Mexique et le Canada, deux éléments nouveaux et parallèles ont accru l'importance de leurs exportations vers les États-Unis :

1. Les exportations à destination des États-Unis ont pris une place plus importante sur l'ensemble des exportations, de toute évidence, sous l'effet de l'Accord de libre-échange (l'ALE, en vigueur depuis 1989 entre le Canada et les États-Unis) et de l'Accord de libre-échange nord-américain (l'ALENA, en vigueur entre le Canada, les États-Unis et le Mexique depuis 1994). En effet, la part combinée des exportations canadiennes de biens (marchandises) et de services destinées aux États-Unis est passée de 71,2 p. 100 en 1990 à 81,9 p. 100 en 2000, tandis que, dans le cas du Mexique, elle est passée de 76,4 p. 100 en 1990 à 82,1 p. 100 en 2000.
2. Les exportations représentent une part croissante du produit intérieur brut (PIB) du Canada et du Mexique.

Les effets combinés de ces deux éléments ont entraîné une augmentation de la part que représentent les biens et les services exportés aux États-Unis dans le PIB du Canada et du Mexique. Au Canada, elle est passée de 17,9 p. 100 en 1990 à 36,3 p. 100 en 2000, et au Mexique, de 14,2 p. 100 en 1990 à 25,8 p. 100 en 2000. Au Mexique, la majeure partie de cette augmentation s'est produite entre 1994 et 2000, c'est-à-dire après l'entrée du Mexique dans l'ALENA.

Répartition par catégorie des importations américaines en provenance du Mexique

Pour analyser la pénétration du marché d'importation des États-Unis par le Mexique durant les 10 dernières années (et établir une comparaison avec les exportations canadiennes), nous avons examiné les 25 principales catégories d'exportations mexicaines aux États-Unis en 2000 (voir le tableau 1). L'analyse ainsi orientée aboutira évidemment à une distorsion en faveur du Mexique. Toutefois, cette distorsion est minimisée par un recoupement dans les catégories des principales exportations canadiennes et mexicaines aux États-Unis : sept des 10 principaux produits mexicains exportés en 2000 aux États-Unis se classent également parmi les 10 principaux produits exportés par le Canada aux États-Unis¹. Quatorze des 20 principaux produits exportés par le Mexique aux États-Unis en 2000 se retrouvent parmi les 20 principaux produits canadiens.

Depuis 1990, la plupart des 25 principales catégories d'exportations mexicaines à destination des États-Unis, selon les mesures utilisées dans les données américaines sur l'importation, ont enregistré une croissance rapide. Entre 1990 et 2000, les trois principales catégories d'exportations mexicaines aux États-Unis étaient **les machines électriques et l'électronique, les véhicules automobiles et les machines et les moteurs**. La place prépondérante de ces trois catégories s'est affirmée au fil du

temps : ensemble, elles représentaient 45,7 p. 100 des exportations mexicaines aux États-Unis en 1990, 54,3 p. 100 en 1994 et 58 p. 100 en 2000. De même, les 25 principales catégories d'exportations ont aussi élargi leur part des exportations mexicaines : elles représentaient 84,7 p. 100 des exportations mexicaines aux États-Unis en 1990, 87,7 p. 100 en 1994 et 90,3 p. 100 en 2000. La hausse la plus forte concerne **les véhicules automobiles**, dont la part a augmenté de 7 points de pourcentage par rapport à l'ensemble des exportations mexicaines aux États-Unis entre 1990 et 2000, dont 4,7 points depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA

en 1994. La part des **machines et des moteurs** a augmenté de 4,6 points de 1990 à 2000, l'augmentation la plus forte (3,4 points) ayant eu lieu entre 1990 et 1994. À l'inverse, la part des **huiles et combustibles minéraux** a baissé de 8,1 points de pourcentage, avec une forte baisse de 7,2 points entre 1990 et 1994.

Pénétration du marché américain par le Mexique

Parmi les 10 principales catégories d'exportations du Mexique, **les légumes comestibles** détenaient la plus grande part du marché

d'importation des États-Unis (pour cette catégorie individuelle), soit 59,8 p. 100 en 2000, malgré une baisse (68,4 p. 100 en 1990). Entre 1990 et 2000, sept des 10 principales catégories ont élargi leur part du marché américain de plus de cinq points de pourcentage. On a constaté en particulier une pénétration accrue du marché d'importation américain par le Mexique sous le régime de l'ALENA pour **les vêtements en maille et les vêtements crochétés** (+ 9,6 points), **les véhicules automobiles** (+ 8,5 points), **les machines et les moteurs** (+ 4,3 points) et **les machines électriques et l'électronique** (+ 4 points).

Tableau 1: Principales catégories de produits exportés par le Mexique aux États-Unis

Catégorie (Chapitre HS) Liste selon le classement en 2000	1990			1994			2000		
	Rang des catégories d'exportations mexicaines aux États-Unis	Part sur l'ensemble des exportations mexicaines aux États-Unis	Part sur l'ensemble des importations américaines pour la	Rang des catégories d'exportations mexicaines aux États-Unis	Part sur l'ensemble des exportations mexicaines aux États-Unis	Part sur l'ensemble des importations américaines pour la	Rang des catégories d'exportations mexicaines aux États-Unis	Part sur l'ensemble des exportations mexicaines aux États-Unis	Part sur l'ensemble des importations américaines pour la
SH 85 - Machines électriques, électronique	1	25,7 %	13,3 %	1	29,1 %	15,2 %	1	26,3 %	19,2 %
SH 87 - Véhicules automobiles et motocyclettes	3	12,1 %	4,9 %	2	14,4 %	7,4 %	2	19,1 %	15,9 %
SH 84 - Machines et moteurs	4	7,9 %	3,6 %	3	10,9 %	5,1 %	3	12,5 %	9,4 %
SH 27 - Huiles et combustibles minéraux	2	17,5 %	8,2 %	4	10,3 %	9,0 %	4	9,4 %	9,6 %
SH 62 - Vêtements tissés	8	1,8 %	3,9 %	7	2,6 %	6,0 %	5	3,8 %	15,6 %
SH 90 - Instruments optiques et médicaux	6	2,2 %	5,0 %	5	3,7 %	9,4 %	6	3,3 %	12,1 %
SH 94 - Meubles et appareils d'éclairage	7	2,2 %	10,3 %	6	2,6 %	13,4 %	7	2,8 %	16,0 %
SH 61 - Vêtements en mailles et crochétés	37	0,3 %	1,0 %	11	1,0 %	4,2 %	8	2,6 %	13,3 %
SH 73 - Articles de fer et d'acier	12	1,0 %	4,6 %	9	1,2 %	7,5 %	9	1,2 %	11,2 %
SH 07 - Légumes comestibles	5	3,1 %	68,4 %	8	2,0 %	65,1 %	10	1,2 %	59,8 %
SH 22 - Boissons, spiritueux et vinaigres	16	0,8 %	6,4 %	17	0,7 %	7,4 %	11	0,9 %	15,3 %
SH 39 - Plastiques et articles de plastique	19	0,8 %	3,4 %	12	1,0 %	4,7 %	12	0,9 %	6,2 %
SH 72 - Fer et acier	14	0,9 %	3,5 %	10	1,2 %	4,7 %	13	0,8 %	7,3 %
SH 83 - Articles de base en métal	29	0,5 %	9,2 %	25	0,5 %	10,3 %	14	0,6 %	17,1 %
SH 70 - Verre et articles de verre	21	0,8 %	13,2 %	15	0,8 %	14,2 %	15	0,6 %	18,2 %
SH 08 - Fruits et noix comestibles	11	1,1 %	14,3 %	14	0,9 %	16,8 %	16	0,5 %	18,6 %
SH 63 - Autres articles de textile	30	0,5 %	11,8 %	24	0,5 %	12,7 %	17	0,5 %	14,9 %
SH 95 - Jouets, jeux et articles de sport	17	0,8 %	2,9 %	13	0,9 %	4,2 %	18	0,5 %	3,5 %
SH 74 - Cuivre et articles de cuivre	23	0,7 %	8,5 %	20	0,6 %	10,4 %	19	0,5 %	12,8 %
SH 40 - Caoutchouc et art. de caoutchouc	32	0,4 %	2,3 %	29	0,4 %	2,7 %	20	0,4 %	5,8 %
SH 86 - Véhicules et mat. pour voie ferrée	72	0,0 %	1,0 %	44	0,1 %	6,1 %	21	0,4 %	29,4 %
SH 48 - Papier et carton	25	0,6 %	2,3 %	32	0,3 %	1,8 %	22	0,4 %	3,3 %
SH 71 - Perles, pierres précieuses, bijoux	13	0,9 %	2,4 %	22	0,6 %	2,0 %	23	0,4 %	1,7 %
SH 03 - Poissons, crustacés, mollusques	18	0,8 %	5,5 %	19	0,6 %	5,6 %	24	0,4 %	6,2 %
SH 09 - Café, thé, maté et épices	10	1,2 %	16,1 %	18	0,7 %	11,9 %	25	0,3 %	14,5 %
Total partiel		84,7 %			87,7 %			90,3 %	

1 Les produits suivants (qui font partie des 10 principaux produits d'exportation canadiens à destination des États-Unis) ne font pas partie des 10 principaux produits d'exportation mexicains à destination des États-Unis en 2000 : **la laine et les produits de la laine** (cinquième produit d'exportation canadien aux États-Unis en 2000); **les aéronefs** (neuvième) et **l'aluminium** (dixième).

Comparaison de la pénétration du marché d'importation des États-Unis par le Mexique et le Canada

Le rapport entre la part détenue par le Canada sur le marché d'importation des États-Unis dans une catégorie donnée et la part

détenue par le Mexique dans la même catégorie (indice de part de marché ou IPM) sert ici d'outil pour analyser l'évolution de la part détenue par le Canada sur ce marché par rapport à celle du Mexique dans la même catégorie. Un indice supérieur à un indique un avantage absolu du Canada sur le Mexique, et un indice inférieur à un, l'inverse.

L'analyse de l'IPM catégorie par catégorie donne des résultats mitigés. En général, même si le Mexique a progressé en diminuant l'ampleur de l'avantage absolu que possédait le Canada dans la plupart des catégories principales en 1990 (à l'exception des **machines électriques et de l'électronique**), l'augmentation de la part du marché détenue par le Mexique dans ces catégories entre 1990 et 2000 n'a

Tableau 2 : Variation par catégorie de l'indice des parts de marché (IPM) du Canada par rapport à celui du Mexique

Diminution de l'IPM du Canada par rapport au Mexique entre 1999 et 2000							
	Produits	Rang au Mexique en 2000	Rang au Canada en 2000	Indice de part de marché 1990	Indice de part de marché 2000	Variation en % de l'IPM 1994-2000	Variation en % de l'IPM 1990-2000
Avantage absolu du Canada en 1990	SH 87 - Véhicules automobiles et motocyclettes	2	1	7,19	2,15	-59,3 %	-70,0 %
	SH-84 - Machines et moteurs	3	3	3,16	1,10	-48,1 %	-65,1 %
	SH 90 - Instruments optiques et médicaux	6	13	1,00	0,65	7,1 %	-35,0 %
	SH 94 - Meubles et appareils d'éclairage	7	8	1,95	1,39	-15,7 %	-28,7 %
	SH 73 - Articles de fer et d'acier	9	11	4,15	2,20	-27,6 %	-47,2 %
	SH 22 - Boissons, spiritueux et vinaigres	11	25	2,21	0,70	-64,2 %	-68,4 %
	SH 39 - Plastiques et articles de plastique	12	7	6,38	5,63	-5,1 %	-11,8 %
	SH 72 - Fer et acier	13	16	4,67	2,07	-43,4 %	-55,8 %
	SH 83 - Articles de base en métal	14	28	1,26	1,10	-21,6 %	-13,3 %
	SH 70 - Verre et articles de verre	15	33	1,14	0,88	-28,7 %	-23,0 %
	SH 74 - Cuivre et articles de cuivre	19	21	3,72	1,86	-42,5 %	-50,1 %
	SH 40 - Caoutchouc et art. de caoutchouc	20	15	9,00	4,02	-52,0 %	-55,3 %
	SH 86 - Véhicules et mat. pour voie ferrée	21	31	71,26	1,52	-86,4 %	-97,9 %
	SH 48 - Papier et carton	22	6	32,74	19,86	-50,2 %	-39,3 %
SH 03 - Poissons, crustacés, mollusques	24	19	4,60	3,23	-0,7 %	-30,4 %	
Avantage absolu du Mexique en 1990	SH 85 - Machines électriques, électronique	1	4	0,59	0,47	17,9 %	-19,9 %
	SH 62 - Vêtements tissés	5	29	0,19	0,17	-40,7 %	-12,1 %
	SH 61 - Vêtements en mailles et crochétés	8	26	0,76	0,25	-43,5 %	-66,8 %
	SH 08 - Fruits et noix comestibles	16	67	0,18	0,16	-3,7 %	-14,5 %
	SH 63 - Autres articles de textile	17	64	0,21	0,21	6,5 %	-0,2 %
Augmentation de l'IPM du Canada par rapport au Mexique entre 1999 et 2000							
	Produits	Rang au Mexique en 2000	Rang au Canada en 2000	Indice de part de marché 1990	Indice de part de marché 2000	Variation en % de l'IPM 1994-2000	Variation en % de l'IPM 1990-2000
Avantage absolu du Canada en 1990	SH 27 - Huiles et combustibles minéraux	4	2	1,87	2,46	-0,2 %	32,1 %
	SH 71 - Perles, pierres précieuses, bijoux	23	12	2,76	5,90	-6,0 %	113,9 %
Avantage absolu du Mexique en 1990	SH 07 - Légumes comestibles	10	40	0,16	0,32	83,0 %	99,4 %
	SH 95 - Jouets, jeux et articles de sport	18	35	0,59	0,92	23,5 %	57,7 %
	SH 09 - Café, thé, maté et épices	25	73	0,03	0,20	332,4 %	653,2 %

pas empêché le Canada de posséder encore l'avantage absolu en 2000. En outre, durant cette période, le Canada a vu sa part augmenter dans la catégorie des **huiles et combustibles minéraux**. Par ailleurs, entre 1990 et 2000, le Mexique a consolidé l'avantage absolu qu'il détenait au départ dans un certain nombre de catégories comme **les machines électriques et l'électronique, les textiles et les vêtements**. La catégorie des **machines électriques et de l'électronique** est la quatrième catégorie d'exportations canadiennes à destination des États-Unis, tandis que **les textiles et les vêtements** ont une moindre importance et ne font pas partie des 25 principales catégories d'exportations canadiennes.

Le tableau 2 résume l'évolution de l'IPM et montre que, sur les 25 principales catégories d'exportations mexicaines aux États-Unis, l'indice a baissé — au détriment du Canada — dans 20 catégories entre 1990 et 2000. En 1990, le Canada détenait l'avantage dans 15 de ces 20 catégories, le Mexique dans cinq catégories. En revanche, l'indice a augmenté — au profit du Canada — dans cinq catégories durant la même période. En 1990, le Canada détenait l'avantage dans deux de ces catégories, tandis que le Mexique le détenait dans les trois autres.

Même si, entre 1990 et 2000, l'IPM a baissé pour le Canada dans un certain nombre de ses principales catégories d'exportations à destination des États-Unis — **les véhicules automobiles** (baisse de 70 p. 100), **les machines et les moteurs** (baisse de 65,1 p. 100) **les articles de fer et d'acier** (baisse de 47,2 p. 100) —, un renversement de la situation de 1990 n'a donné l'avantage au Mexique en 2000 que

dans trois catégories : **les boissons, le verre et les articles de verre et les instruments optiques et médicaux**².

Toutefois, l'examen du tableau 2 révèle clairement que l'évolution de l'IPM n'est pas uniforme entre les catégories au cours de la période allant de 1990 à 2000 ni entre les sous-périodes allant de 1990 à 1994 et de 1994 à 2000. L'entrée en vigueur de l'ALENA en 1994 peut être l'élément le plus évident pour distinguer les deux périodes, mais un certain nombre de facteurs macroéconomiques sont également à prendre en compte.

Durant la sous-période 1990-1994, en raison des effets négatifs de la récession mondiale, la croissance du PIB réel annuel du Canada a été très limitée, avec une baisse du PIB réel de 1,9 p. 100 en 1991, tandis que la croissance du PIB réel annuel du Mexique a été substantielle durant toute cette période. Le taux de change entre le dollar canadien et le peso mexicain était de 0,41 \$CAN le peso en 1990 et de 0,40 \$CAN le peso en 1994, ce qui représente une baisse marginale de 2 p. 100 de la valeur du peso mexicain. Ainsi, les écarts dans le taux de change entre le dollar canadien et le peso mexicain sont trop faibles à cette période pour avoir un effet important sur les exportations mexicaines et canadiennes aux États-Unis.

Mais la situation n'est pas la même entre 1994 et 2000. D'abord, la crise économique au Mexique a donné lieu à une restructuration économique importante et à une baisse de 6,2 p. 100 du PIB réel du pays en 1995. Dans le cadre d'une mesure intégrée de restructuration économique, le Mexique a dévalué le peso de 47,2 p. 100 en 1995, sa valeur s'établissant alors à 0,21 \$CAN. En plus de la dévaluation de 1995, le peso mexicain a continué de baisser

légèrement par rapport au dollar canadien pour le reste de la décennie, se situant à 0,16 \$CAN en 2000. La dépréciation combinée effective de 61,2 p. 100 du taux de change dollar canadien/peso mexicain entre 1994 et 2000 est un facteur essentiel pour expliquer la croissance plus rapide des exportations mexicaines vers les États-Unis.

En outre, l'année 1994 marque le début d'une augmentation marquée des flux d'investissement étranger direct (IED) au Mexique. Ces flux ont plus que doublé entre 1993 et 1994 et sont demeurés à ce niveau ou l'ont dépassé durant le reste des années 1990. La croissance de l'IED au Mexique a également stimulé les exportations mexicaines vers les États-Unis.

Dans la plupart des 15 catégories où le Canada détenait l'avantage absolu de la part de marché en 1990, l'IPM a baissé entre 1990 et 2000. Les catégories importantes pour le Canada sont **les véhicules automobiles** (chute de 26,3 p. 100 de l'IPM entre 1990 et 1994 et autre chute de 59,3 p. 100 entre 1994 et 2000), **les machines et les moteurs** (chute de 32,7 p. 100 de l'IPM entre 1990 et 1994 et de 48,1 p. 100 entre 1994 et 2000), et **les meubles et les appareils d'éclairage** (chute de 15,4 p. 100 de l'IPM entre 1990 et 1994 et de 15,7 p. 100 entre 1994 et 2000). L'exception qui mérite d'être relevée est celle du **papier et du carton**, sixième exportation du Canada vers les États-Unis en 2000, l'IPM ayant augmenté 32,7 p. 100 entre 1990 et 1994 mais ayant chuté de 50,2 p. 100 entre 1994 et 2000.

La catégorie des **machines électriques et de l'électronique** est la seule des 25 principales exportations canadiennes vers les États-Unis qui fait partie des

2 En ce qui concerne les boissons (y compris les spiritueux et le vinaigre), 25^e catégorie de produits canadiens exportés aux États-Unis en 2000, la baisse des exportations canadiennes peut, dans une large mesure, s'expliquer par l'augmentation du nombre d'accords de concession réciproque de licence conclus entre les brasseurs et les producteurs de boissons canadiens et américains, qui a réduit considérablement la nécessité d'expédier de grandes quantités de produits d'un côté à l'autre de la frontière. En ce qui concerne les instruments optiques et médicaux, 13^e catégorie d'exportations canadiennes vers les États-Unis en 2000, et le verre et les articles de verre, 33^e catégorie, l'IPM a été légèrement supérieur à un en 1990 et a enregistré une hausse marginale en faveur du Mexique en 2000.

catégories où le Mexique détenait un avantage absolu en 1990 et où l'IPM a baissé entre 1990 et 2000. Dans cette catégorie, la baisse de 32 p. 100 de l'IPM au cours de la sous-période allant de 1990 à 1994 a éclipsé une amélioration de 17,9 p. 100 au cours de la sous-période allant de 1994 à 2000. Cette amélioration s'explique en grande partie par une croissance des exportations canadiennes de matériel de télécommunications. Toutefois, le Canada et le Mexique peuvent s'attendre l'un et l'autre à une concurrence asiatique plus vive dans le secteur des produits électriques, de l'électronique et des télécommunications, non seulement de la part des pays exportateurs habituels vers les États-Unis que sont Singapour, Hong Kong, Taiwan et la Malaisie, mais également et de plus en plus, de la Chine.

La série de catégories où le Canada avait la plus grosse part de marché en 1990 et où l'IPM s'est amélioré en sa faveur comprend **les huiles et combustibles minéraux** (deuxième exportation canadienne aux États-Unis en 2000) et **les perles, pierres précieuses et bijoux** (12^e position). Dans ces deux catégories, l'IPM a augmenté substantiellement au cours de la sous-période allant de 1990 à 1994, augmentation qui a été suivie par une baisse marginale entre 1994 et 2000.

L'IPM a augmenté entre 1990 et 2000 dans trois catégories où le Mexique possédait un avantage absolu en 1990. Ces trois catégories ont enregistré une hausse entre 1990 et 1994 et entre 1994 et 2000. Bien qu'aucune des trois ne se classe parmi les premières de la liste des principaux produits exportés par le Canada aux États-Unis, il est intéressant de noter que **les jouets, jeux et articles de sport** — 25^e produit d'exportation du Canada aux États-Unis en 2000 — est l'une des catégories où l'IPM a augmenté en faveur du Canada.

Résumé et conclusions

Même si les exportations mexicaines à destination des États-Unis ont augmenté de manière extraordinaire au cours de la dernière décennie, le Canada n'a jusqu'ici pas été menacé dans sa position de première source d'importations des États-Unis. En fait, c'est largement au détriment du Japon que le Mexique a augmenté sa part du marché d'importation américain. À l'avenir, le Canada comme le Mexique pourraient devoir se soucier davantage de la concurrence nouvelle de la Chine sur le marché d'importation américain, surtout depuis son entrée récente dans l'Organisation mondiale du commerce (OMC). De même, après la reprise économique des États-Unis (prévue pour la fin de 2002), le Mexique et le Canada se heurteront à la concurrence accrue d'autres économies asiatiques. Toutefois, si l'on se base sur les éléments de leurs exportations respectives, il est probable que les exportations mexicaines souffriront plus que les exportations canadiennes de la croissance future des exportations asiatiques vers les États-Unis, ce qui limitera donc la poursuite de l'augmentation de la part qu'occupe le Mexique sur le marché d'importation américain.

Le ralentissement économique aux États-Unis met sous pression un certain nombre d'entreprises mexicaines qui dépendent du marché américain. Selon des rapports récents³, certains fabricants de pièces automobiles connaissent des difficultés croissantes de service de la dette en raison d'une baisse de la demande de leur principal client, l'industrie automobile américaine. Une généralisation des problèmes de service de la dette parmi les entreprises mexicaines peut menacer la stabilité des banques mexicaines et, à plus long terme, réduire les apports d'IED dont dépend la croissance des exportations mexicaines aux États-Unis. Aussi peut-on se demander, pour ce qui

est de l'offre, dans quelle mesure le secteur de la fabrication du Mexique qui dessert le marché d'importation américain peut tolérer un ralentissement (prolongé) de l'économie américaine. Même si les États-Unis peuvent éviter une réduction importante de la demande de produits d'importation, le secteur mexicain de l'exportation, qui s'est créé en fonction du maintien supposé de cette demande, risque malgré tout de se heurter à des problèmes de rentabilité et de service de la dette.

Comme nous l'avons observé ci-dessus, entre 1994 et 2000, les échanges commerciaux du Mexique et du Canada avec les États-Unis ont été stimulés par l'ALENA. En même temps, le peso mexicain a continuellement perdu de sa valeur par rapport au dollar canadien. Il est donc extrêmement difficile de déterminer jusqu'à quel point la relation entre les importations de produits mexicains et canadiens par les États-Unis a été influencée par l'ALENA, et dans quelle mesure la croissance des importations américaines de produits mexicains est liée à l'élasticité-prix provoquée par la dévaluation continue du peso au cours de cette période. L'évolution récente de la situation indique que le glissement du peso par rapport au dollar canadien a cessé : il valait 0,15 \$CAN en janvier 2001 et 0,17 \$CAN en octobre 2001. Ainsi, sauf si le peso subit à nouveau une dévaluation importante, il est très peu probable que le Mexique remplace le Canada comme première source d'importation des États-Unis dans un proche avenir.

mentales. Les exposants canadiens ont ainsi eu une occasion unique de rencontrer des représentants de plus de 60 entreprises de Kansai que les solutions environnementales canadiennes intéressaient vivement.

Le consul général, M. Mackenzie Clugston, a présidé la cérémonie d'ouver-

la conservation et la gestion des environnements lacustres mondiaux. Elle continue à promouvoir énergiquement la protection des ressources en eau douce de la planète.

La conférence a lieu tous les deux ans dans différentes villes de par le monde. La neuvième conférence internationale

Vitrine de solutions environnementales canadiennes

Enviro-Shiga 2001 au Japon

ture officielle du pavillon du Canada et offert ses vœux de succès.

Plus de déchets, plus de possibilités

La région de Kansai, peuplée de 22 millions de personnes et dont le PIB se classe au septième rang mondial, offre d'excellents débouchés pour les exporta-

teurs canadiens, en particulier les PME. L'expansion rapide de son économie a cependant créé une foule de problèmes d'élimination des déchets. Les entreprises locales sont donc à la recherche de méthodes acceptables du point de vue environ-

nemental pour se débarrasser de leurs déchets toxiques et dangereux tels les BPC et les dioxines ou des déchets organiques, ainsi que de solutions technologiques de lutte antiémissions, d'épuration de l'eau et de gestion des eaux usées.

Responsabilité environnementale

Le Japon, hôte du Protocole de Kyoto, est depuis longtemps un haut lieu de sensibilisation à l'environnement. La préfecture de Shiga, au cœur du Japon, est responsable de la préservation du lac Biwa, le plus grand lac d'eau douce du pays et une source d'approvisionnement indispensable pour 14 millions de personnes et d'innombrables industries de la région de Kansai. En 1984, la préfecture de Shiga a organisé la première Conférence internationale sur

s'est tenue du 11 au 16 novembre à Shiga; 3 650 participants de 71 pays s'y sont rendus. La conférence coïncidait avec le salon Enviro-Shiga 2001, qui est très prisé.

La participation des entreprises canadiennes à ce genre d'événement démontre clairement aux Japonais que le Canada ne se contente pas d'être un chef de file des technologies environnementales et qu'il peut jouer un rôle important de partenaire dans la protection de l'environnement mondial.

Enviro-Shiga 2002 se tiendra au Nagahama Dome du 6 au 8 novembre 2002.

Pour plus d'information, communiquer avec M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2467, téléc. : (613) 994-2397, courriel : jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Ciblez de nouveaux marchés

Vous êtes exportateur et vous voulez découvrir de nouveaux marchés ? Épargnez temps et argent grâce au Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux. Le Centre produit des études de marché qui identifient des débouchés spécifiques à l'étranger et fournissent un aperçu de la situation économique locale.

Plus de 600 études de marché couvrant 25 secteurs sont disponibles en ligne à www.infoexport.gc.ca

CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

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

Canada



Équipe Canada inc - Team Canada Inc

1-888-811-1119

exportsource.gc.ca

catégories où le Mexique détenait un avantage absolu en 1990 et où l'IPM a baissé entre 1990 et 2000. Dans cette catégorie, la baisse de 32 p. 100 de l'IPM au cours de la sous-période allant de 1990 à 1994 a éclipsé une amélioration de 17,9 p. 100 au cours de la sous-période allant de 1994 à 2000. Cette amélioration s'explique en grande partie par une croissance des exportations canadiennes de matériel de télécommunications. Toutefois, le Canada et le Mexique peuvent s'attendre l'un et l'autre à une concurrence asiatique plus vive dans le secteur des produits électriques, de l'électronique et des télécommunications, non seulement de la part des pays exportateurs habituels vers les États-Unis que sont Singapour, Hong Kong, Taiwan et la Malaisie, mais également et de plus en plus, de la Chine.

La série de catégories où le Canada avait la plus grosse part de marché en 1990 et où l'IPM s'est amélioré en sa faveur comprend **les huiles et combustibles minéraux** (deuxième exportation canadienne aux États-Unis en 2000) et **les perles, pierres précieuses et bijoux** (12^e position). Dans ces deux catégories, l'IPM a augmenté substantiellement au cours de la sous-période allant de 1990 à 1994, augmentation qui a été suivie par une baisse marginale entre 1994 et 2000.

L'IPM a augmenté entre 1990 et 2000 dans trois catégories où le Mexique possédait un avantage absolu en 1990. Ces trois catégories ont enregistré une hausse entre 1990 et 1994 et entre 1994 et 2000. Bien qu'aucune des trois ne se classe parmi les premières de la liste des principaux produits exportés par le Canada aux États-Unis, il est intéressant de noter que **les jouets, jeux et articles de sport** — 25^e produit d'exportation du Canada aux États-Unis en 2000 — est l'une des catégories où l'IPM a augmenté en faveur du Canada.

Résumé et conclusions

Même si les exportations mexicaines à destination des États-Unis ont augmenté de manière extraordinaire au cours de la dernière décennie, le Canada n'a jusqu'ici pas été menacé dans sa position de première source d'importations des États-Unis. En fait, c'est largement au détriment du Japon que le Mexique a augmenté sa part du marché d'importation américain. À l'avenir, le Canada comme le Mexique pourraient devoir se soucier davantage de la concurrence nouvelle de la Chine sur le marché d'importation américain, surtout depuis son entrée récente dans l'Organisation mondiale du commerce (OMC). De même, après la reprise économique des États-Unis (prévue pour la fin de 2002), le Mexique et le Canada se heurteront à la concurrence accrue d'autres économies asiatiques. Toutefois, si l'on se base sur les éléments de leurs exportations respectives, il est probable que les exportations mexicaines souffriront plus que les exportations canadiennes de la croissance future des exportations asiatiques vers les États-Unis, ce qui limitera donc la poursuite de l'augmentation de la part qu'occupe le Mexique sur le marché d'importation américain.

Le ralentissement économique aux États-Unis met sous pression un certain nombre d'entreprises mexicaines qui dépendent du marché américain. Selon des rapports récents³, certains fabricants de pièces automobiles connaissent des difficultés croissantes de service de la dette en raison d'une baisse de la demande de leur principal client, l'industrie automobile américaine. Une généralisation des problèmes de service de la dette parmi les entreprises mexicaines peut menacer la stabilité des banques mexicaines et, à plus long terme, réduire les apports d'IED dont dépend la croissance des exportations mexicaines aux États-Unis. Aussi peut-on se demander, pour ce qui



Vous faites des affaires à l'étranger ?

Vous avez étudié et ciblé un marché étranger. Vous voulez maintenant y évaluer votre potentiel. Nous pouvons vous aider. Nous sommes 500 professionnels du commerce présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde. Nous vous fournirons des conseils sur la façon de faire des affaires dans votre marché-cible. Nous vous renseignerons sur les principaux obstacles, la réglementation et les accreditations nécessaires. Nous vous fournirons des renseignements sur les événements à venir. Bref, nous vous fournirons un *Aperçu du potentiel de marché*.

Nous sommes le Service des délégués commerciaux du Canada : au service des entreprises canadiennes à l'étranger.

Accédez à notre réseau de professionnels à www.infoexport.gc.ca

Ministère des Affaires Étrangères et du Commerce International / Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

La quatrième exposition internationale des entreprises du secteur de l'environnement, **Enviro-Shiga 2001**, était un lieu idéal pour les exportateurs canadiens de technologies environnementales à la recherche de débouchés dans la région de Kansai. L'économie dynamique et la croissance rapide de cette région ont entraîné un certain nombre de problèmes environnementaux, qui se soldent par des possibilités d'affaires pour les sociétés canadiennes dont le savoir-faire en gestion des déchets est bien établi.

L'exposition Enviro-Shiga (www.pref.shiga.jp/event/messe-e/), tenue du 14 au 17 novembre 2001 au Nagahama Dome et au Maihara Hall, dans la préfecture de Shiga, a attiré 63 600 fabricants et négociants de produits environnementaux de la région de Kansai et comportait des expositions de 267 sociétés et instituts de recherche de neuf pays, dont le Canada. Enviro-Shiga, l'un des salons professionnels japonais les plus importants dans le domaine des technologies environnementales, a permis à des PME d'obtenir de bons résultats dans leurs démarches de commercialisation.

Depuis sa création en 1998, Enviro-Shiga a connu une croissance rapide. Par ailleurs, le Japon a adopté récemment une loi sur le recyclage, ce qui incitera sans doute les représentants des administrations locales à la recherche de solutions de gestion des déchets à s'y rendre en plus grand nombre à l'avenir.

Le consulat général du Canada à Osaka et le gouvernement de la Colombie-Britannique ont organisé des kiosques, regroupés dans le pavillon du Canada, pour quatre entreprises exportatrices de technologie environnementale : **Enkon Information Systems, Aqua-Plant Construction** (qui représentait aussi **ADI International Inc., AZCO Industries et Turborator Technology Inc.**), **Hydrogenics Corp. et Raax Co. Ltd.** (représentants de **Waterloo Hydrogeologic Inc.**).

De plus, le consulat général a organisé le Colloque canadien des entreprises du secteur de l'environnement le 14 novembre dernier. Celui-ci a mis en vedette des conférenciers de sociétés canadiennes, chefs de file des technologies environne-

mentales. Les exposants canadiens ont ainsi eu une occasion unique de rencontrer des représentants de plus de 60 entreprises de Kansai que les solutions environnementales canadiennes intéressaient vivement.

Le consul général, M. Mackenzie Clugston, a présidé la cérémonie d'ouver-

la conservation et la gestion des environnements lacustres mondiaux. Elle continue à promouvoir énergiquement la protection des ressources en eau douce de la planète.

La conférence a lieu tous les deux ans dans différentes villes de par le monde. La neuvième conférence internationale

Vitrine de solutions environnementales canadiennes Enviro-Shiga 2001 au Japon

ture officielle du pavillon du Canada et offert ses vœux de succès.

Plus de déchets, plus de possibilités
La région de Kansai, peuplée de 22 millions de personnes et dont le PIB se classe au septième rang mondial, offre d'excellents débouchés pour les exporta-

teurs canadiens, en particulier les PME. L'expansion rapide de son économie a cependant créé une foule de problèmes d'élimination des déchets. Les entreprises locales sont donc à la recherche de méthodes acceptables du point de vue environnemental pour se défaire de leurs déchets toxiques et dangereux tels les BPC et les dioxines ou des déchets organiques, ainsi que de solutions technologiques de lutte antiémissions, d'épuration de l'eau et de gestion des eaux usées.

Responsabilité environnementale

Le Japon, hôte du Protocole de Kyoto, est depuis longtemps un haut lieu de sensibilisation à l'environnement. La préfecture de Shiga, au cœur du Japon, est responsable de la préservation du lac Biwa, le plus grand lac d'eau douce du pays et une source d'approvisionnement indispensable pour 14 millions de personnes et d'innombrables industries de la région de Kansai. En 1984, la préfecture de Shiga a organisé la première Conférence internationale sur

s'est tenue du 11 au 16 novembre à Shiga; 3 650 participants de 71 pays s'y sont rendus. La conférence coïncidait avec le salon Enviro-Shiga 2001, qui est très prisé.

La participation des entreprises canadiennes à ce genre d'événement démontre clairement aux Japonais que le Canada ne se contente pas d'être un chef de file des technologies environnementales et qu'il peut jouer un rôle important de partenaire dans la protection de l'environnement mondial.

Enviro-Shiga 2002 se tiendra au Nagahama Dome du 6 au 8 novembre 2002.

Pour plus d'information, communiquer avec M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2467, téléc. : (613) 994-2397, courriel : jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca



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

La libéralisation du secteur ouvre une nouvelle ère

Les télécommunications en Roumanie

Janvier 2003 pourrait être le début de l'ère des communications en Roumanie. Bien que les préparatifs soient en cours, la Roumanie aura besoin de l'investissement étranger pour financer la transition vers une économie de marché moderne axée sur le monde.

Le développement du secteur, qui progressait lentement, prend de la vitesse. Un certain nombre de signes indiquent que les forces du marché seront bientôt à l'œuvre : plus d'une vingtaine de licences pour la transmission de données sur des fréquences radio (RF) ont été délivrées; RomTelecom (l'opérateur national) et les fournisseurs de services internet locaux ont convenu d'abaisser les tarifs des services d'accès à l'internet; et RomTelecom a lancé son nouveau service de téléphonie mobile DCS-1800. Au fur et à mesure que des entreprises vont prendre la place des monopoles d'État sur le marché, le gouvernement de la Roumanie espère pouvoir attirer des investisseurs étrangers.

Mobilité, le nouveau mot d'ordre

En 1999, la téléphonie mobile était l'étoile montante du secteur des télécommunications en Roumanie; le nombre des abonnés était de 1,4 million, ce qui représentait une augmentation de 110 % par rapport à l'année précédente. En fait, le taux de croissance prévu, entre 12 % et 15 %, est un des plus élevés en Europe.

RomTelecom — Même si un milliard de dollars américains ont été dépensés pour moderniser le réseau de RomTelecom, 19 % seulement des Roumains ont accès au service téléphonique régulier. La qualité du service demeure assez piètre, même d'après les nouvelles normes du marché, et la durée d'attente pour l'installation de nouvelles lignes est trois ans au moyen.

Telemobil — L'entreprise a lancé le service SunTel, utilisant la technologie mobile à faible puissance d'émission.

MobiFon — Parmi les actionnaires de l'entreprise, il y a l'entreprise canadienne TIW, Telesystem International Wireless (54,7 % des parts). À la fin de 2000, MobiFon comptait plus d'un million d'abonnés aux services de son réseau GSM Connex.

MobilRom — Fin 2000, l'entreprise comptait plus d'un million d'abonnés.

CosmoRom — Possédée et exploitée par RomTelecom, CosmoRom a lancé en mai 2000 son service DCS-1800. L'entreprise dispute à MobilRom le rang de chef de file de la téléphonie mobile en Roumanie.



Câblodistributeurs branchés

Durant la dernière décennie, l'industrie locale a connu un succès phénoménal, les entreprises offrant une variété de services groupés, notamment la diffusion d'émissions, des services de transmission de données et l'accès à l'internet. Plus de 1 400 licences ont été délivrées, quelque 250 entreprises sont maintenant en activité et les ventes totalisent 100 millions de dollars américains, soit dix fois plus au cours des quatre dernières années. Près de la moitié des ménages roumains sont abonnés à la câblodistribution, moyennant des frais mensuels d'aussi peu que 3 \$US.

L'accès direct aux ménages favorisant une couverture nationale, les câblodistributeurs sont dans une position privilégiée pour accroître leur part du marché. Bien que le secteur soit rentable, l'investissement étranger est accueilli favorablement.

Internet et transmission de données

En Roumanie, il en coûte cher d'utiliser l'internet : le coût d'un ordinateur personnel est si élevé que 3 % seulement des Roumains peuvent en avoir un et 20 heures de navigation coûte l'équivalent d'un tiers du salaire mensuel moyen.

Les fournisseurs indépendants offrent actuellement une variété de modes de service, notamment le service commuté, la location de ligne, le câble, la radiofréquence (RF).

Téléphonie canadienne

Connex (Mobifon SA) — Pour la troisième année consécutive, l'entreprise canadienne Mobifon a été consacrée meilleure entreprise en activité en Roumanie par la revue mensuelle roumaine Business Central Europe. L'entreprise, qui exploite le réseau de téléphonie Connex, a plus d'un million d'abonnés et offre toute une gamme de services.

Télélobe Inc. — Après avoir travaillé pendant plus d'une vingtaine d'années avec des entreprises roumaines, Télélobe a ouvert un bureau local et offre toute une gamme de services par câble et par satellite.

Data Trans Ltd. — Financée par le Canada, cette entreprise conçoit des réseaux et distribue du matériel pour les réseaux et pour les communications dans toute la Roumanie et dans les pays voisins.

Préparer l'avenir

Les grandes entreprises de télécommunications et les grandes entreprises de fabrication de matériel se préparent en vue de 2003. Elles accroissent leur infrastructure et elles restructurent leurs activités internes.

Agentia de Telecomunicatii (CFR-ATCFR) — a entrepris de moderniser son réseau de fibre optique.

Radiocomunicatii — exploite des systèmes du micro-onde et offre de nouveaux services pour être plus concurrentiel.

Alcatel Network Systems Romania (ANSR) — installe 650 000 nouvelles lignes numériques.

Intrarom — installe deux millions de lignes.

Electromagnetica — crée des coentreprises avec des entreprises étrangères.

ICME Ecab — est en train de moderniser ses installations de fibre optique.

Ericsson — fabrique cinq millions de téléphones cellulaires.

Cisco Systems Inc. — participe à de nombreux grands projets du secteur des communications, et fera partie des futures entreprises de commerce électronique.

Pour plus de détails, communiquer avec M^{me} Corina Stanescu, adjointe commerciale, ambassade du Canada à Bucarest, tél. : (011-40-1) 307-5093, téléc. : (011-40-1) 307-5015, courriel : corina.stanescu@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/bucharest

(Voir la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)

— Suite de la page 1

de M. Richard Stein, président de la CSEA à l'époque. Par la suite, la séquence quasi classique d'activités de développement des marchés d'exportation s'amorce; l'ambassade du Canada à Moscou joue un rôle de premier plan à cet égard. Résultat : pour la première fois, des Russes commandent des porcs de reproduction canadiens.

Tâter le terrain

La mission de prospection menée en avril par M. Richard Stein a permis d'accumuler de précieux renseignements sur le marché russe. « J'ai découvert d'énormes possibilités de coopération entre la Russie et le Canada dans le secteur de l'agroalimentaire. La Russie traverse actuellement une grave pénurie de viande, plus particulièrement de porc, dont l'origine est bien antérieure à l'épidémie de fièvre aphteuse de l'an dernier, explique M. Stein. Le cheptel de porc de la Russie est déjà 10 fois moins important qu'au début de la décennie précédente, ce qui fait que la viande coûte trop cher pour que le Russe moyen puisse se permettre d'en acheter ».

La sous-production chronique des éleveurs de porcs russes et le rôle moindre que jouent maintenant les fournisseurs européens font de ce marché, selon M. Stein, une occasion en or pour les éleveurs de porcs canadiens.

« Les Russes débarquent! »

En plus de fournir un aperçu du marché, la mission de la CSEA a permis de conclure plusieurs accords qui prévoient l'examen d'éventuels débouchés commerciaux et de préparer une visite des Russes, qui s'est déroulée du 20 juin au 2 juillet 2001. Dans le cadre de cette mission, les membres de l'équipe russe ont rencontré 19 homologues de cette même industrie au Manitoba et en Ontario.

Les 11 membres de l'équipe russe étaient si impressionnés par le programme bien organisé de la CSEA qu'ils ont commandé 535 porcs de reproduction, dont la valeur totale s'élève à 750 000 \$.

D'un marché à l'autre

Comment 535 porcs de reproduction canadiens se sont-ils retrouvés sur le marché russe? Selon M. Graham Rush, ministre-conseiller au commerce à l'ambassade du Canada à Moscou : « M^{me} Marina Fomitcheva, à titre d'agente de la promotion commerciale, a joué un rôle fondamental tout au long de la transaction. Ses

efforts soutenus, notamment ses interventions opportunes et déterminantes pour les questions d'ordre vétérinaire, la logistique, la liaison avec la clientèle et la livraison des porcs par voie aérienne à sept destinations différentes, ont permis le succès de l'entreprise. »

Succès en Russie

L'entente de trois mois a été amorcée en juillet et conclue à la fin de septembre, lorsque les porcs reproducteurs (mâles et femelles) ont été livrés à sept grandes sociétés russes à responsabilité limitée.

Susciter l'intérêt

L'histoire de cette percée en matière d'exportation était un excellent outil pour promouvoir l'industrie du porc et les technologies agricoles canadiennes, à un point tel qu'elle a attiré l'attention de plusieurs grandes sociétés agricoles canadiennes, qui ont organisé d'elles-mêmes des missions de prospection en Russie.

Encore une fois, l'ambassade a aidé ces entreprises à prendre les dispositions nécessaires. Elle organise actuellement une série de colloques, financés par des intérêts privés, dans diverses régions de la Russie.

Un nouveau chapitre

Comme tout le monde le sait dans l'industrie de l'agroalimentaire, l'exportation d'animaux reproducteurs crée d'autres possibilités d'exportation. En outre, comme le souligne M. Richard Stein, la Russie peut être considérée comme une porte vers d'autres marchés : « La Russie est un premier pas important vers les grands marchés du Caucase, de l'Asie centrale et même de la Chine, qui participe activement à l'établissement de relations commerciales avec les anciennes républiques soviétiques ». Dans cette optique, et en qualité de membre du Groupe de travail sur l'agriculture (GTA) Russie-Canada, M. Stein est devenu un chef de file de la promotion active des affaires en Russie.

Les entreprises suivantes œuvrent déjà en Russie : Chisholm, Jamesway Incubator Company, McCain, Maple Leaf, Export Packers, Conicor Group, KMK Management Inc. et Pacific Link Industries Ltd.

Une leçon bien apprise

Voici le conseil que M. Stein offre aux

exportateurs canadiens qui s'intéressent à la Russie : « Quoi que vous fassiez, suivez les conseils de l'ambassade! Nous avons eu besoin de l'aide de l'ambassade à chaque étape du processus, du repérage des débouchés au dédouanement des animaux à la frontière russe. Sans l'aide de

l'ambassade pour aborder le marché russe, où les formalités administratives sont très nombreuses, je crois que nos 535 porcs seraient restés au pays. »

D'ailleurs, voici le commentaire qu'a formulé le plus souvent son homologue russe et que M. Stein n'oubliera pas : « Pourquoi les Canadiens ne sont-ils pas venus en Russie plus tôt? »

Pour plus d'information, communiquer avec M^{me} Marina Fomitcheva, agente de promotion commerciale, ambassade du Canada à Moscou, tél. : (011-7-095) 956-6666, poste 3358, téléc. : (011-7-095) 232-9939, courriel : marina.fomitcheva@dfait-maeci.gc.ca

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)



Faites connaître votre entreprise à l'étranger!

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez www.infoexport.gc.ca et inscrivez-vous en ligne.



Kraus à New Delhi

La Kraus Group Inc. de Winnipeg, spécialisée dans la fabrication de systèmes de ravitaillement de véhicules, a obtenu de la société Indraprastha Gas Ltd. (IGL), de New Delhi, un contrat de 8 millions de dollars pour la conception, la fabrication, la fourniture et l'installation en Inde de 15 postes de ravitaillement en gaz naturel comprimé (GNC). Ce nouveau contrat, dont l'obtention a été facilitée par la Manitoba Trade and Investment, constitue la première grosse vente de matériel pour combustibles de remplacement du groupe Kraus à cet énorme marché. Le matériel environnemental de pointe de l'entreprise contribue déjà à la dépollution de l'atmosphère dans d'autres grandes villes du monde, comme Mexico, Le Caire et Beijing.

IGL participe aux efforts de l'Inde en vue de réduire la pollution de l'air dans les principaux centres du pays, en convertissant les véhicules de transport en commun aux combustibles brûlant sans résidus.

Prévisions à Bangkok

Le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) et le Centre de l'Organisation de

coopération économique Asie-Pacifique (APEC) pour les prévisions en matière de technologie ont lancé récemment sur l'internet le Réseau de l'APEC pour les prévisions en matière de technologie [APEC Technology Foresight Network — ATFN] à Bangkok. Ce nouveau réseau facilitera l'échange d'idées, de renseignements et de connaissances spécialisées entre les experts afin de favoriser la mise au point de nouvelles techniques et d'encourager les pratiques exemplaires en prévision.

Le Centre exerce ses activités sous l'égide de l'Agence nationale du développement des sciences et de la technologie de la Thaïlande (NSTDA). Cette agence et le CNRC entretiennent depuis longtemps des relations de coopération ayant trait à l'appui technique à l'industrie et à la promotion de la coopération internationale en sciences et technologie.

R.V. Anderson à Bombay

Le problème du système d'égout à Bombay prend de l'ampleur, mais le marché des solutions s'accroît lui aussi. La municipalité a accordé à R.V. Anderson Associates Ltd (<http://rvanderson.com>) et à Mott MacDonald, de l'Angleterre, un contrat de

5 millions \$US pour l'élaboration d'un plan directeur de 25 ans relatif à la collecte, au traitement et à l'élimination des eaux d'égout. Les partenaires indiens de la co-entreprise seront PHE Consultants Ltd et Mahindra Acres Consulting Engineers Ltd.

Par ailleurs, Anderson Operations Inc., une filiale de R.V. Anderson, a récemment entrepris, avec l'aide de l'Agence canadienne de développement international, un projet consistant à offrir des services de formation et à appuyer les opérations de cinq usines de traitement et d'épuration des eaux usées pour le compte de la Karnataka Urban Infrastructure Development Finance Corporation (KUIDFC).

PAS choisit Bombardier

Bombardier (www.bombardier.com) a remporté un contrat de 30 millions \$ pour la fourniture de deux avions de transport régional Q300, d'une capacité de 50 sièges chacun, à la société égyptienne Petroleum Air Services (PAS); ce contrat est assorti d'une option sur cinq autres appareils. L'ambassade du Canada au Caire a contribué à cette transaction en faisant activement la promotion de Bombardier auprès de PAS. ✪

Royaume-Uni et de l'Université Stanford. Au cours de la séance spéciale avec la conseillère d'État Wu Yi (qui représentait le premier ministre Zhu Rongji), M. Alferov a retenu l'attention en proposant publiquement que la Russie, la Chine et l'Inde collaborent pour accroître le rendement de leurs cultures et l'efficacité de la production alimentaire en utilisant des organismes génétiquement modifiés (OGM).

L'an dernier, le Canada était représenté au forum par M. Wilkin Chen, vice-président de Nortel Networks (Chine) et directeur général de Guangdong Nortel. Cette année, le p.d.g de Cyberteks Design (de London, en Ontario), Keith Peiris, âgé de 13 ans, a connu un grand succès auprès de la télévision et de la presse écrite.

La quatrième exposition China High-Tech Fair aura lieu en octobre 2002 à Shenzhen.

Pour plus de détails, communiquer avec M^{me} Gretchen Bozak, déléguée commerciale principale, consulat général du Canada à Guangzhou, tél.: (011-86-20) 8666-0569, téléc.: (011-86-20) 8667-2401, courriel : gretchen.bozak@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.org.cn ✪

Bollywood produit plus de 800 longs métrages par année, conférant à l'Inde l'une des industries cinématographiques les plus prolifiques au monde. L'industrie télévisuelle indienne suscite elle aussi de plus en plus d'intérêt sur la scène internationale. Il n'y a pas si longtemps, la télévision indienne ne comptait qu'une chaîne, la chaîne d'État, alors qu'à l'heure actuelle, elle comprend plus de 40 stations privées de télévision par satellite. L'industrie indienne du divertissement, qui vaut quelque 3,5 milliards de dollars américains, offre d'immenses débouchés aux entreprises canadiennes.

Production de films indiens au Canada

De plus en plus, les producteurs de longs métrages indiens viennent tourner au Canada. Les films indiens gagnent en popularité partout dans le monde (y compris au Canada) et plusieurs producteurs indiens tournent des portions de plus en plus importantes de leurs films à l'étranger. La collectivité indo-canadienne est très nombreuse et les producteurs indiens y trouvent facilement des danseurs, des interprètes pour les rôles secondaires, des équipes techniques et même des traiteurs. Aucun autre marché étranger n'offre ces avantages. De plus, le Canada a des infrastructures cinématographiques bien développées et les producteurs indiens sont donc à même d'utiliser des équipements de tournage et de laboratoire sophistiqués pour améliorer la qualité de leurs productions tout en demeurant efficaces en termes de coûts.

Programmation télévisuelle

Quelques 50 millions de ménages ont la télévision en Inde. Le nombre d'abonnés

Le marché indien de la production cinématographique et télévisuelle

au câble — 35 millions de ménages à l'heure actuelle — devrait doubler d'ici cinq ans. La demande de contenus, notamment de téléfilms et de séries télévisées en langue anglaise, est extrêmement élevée, en particulier des émissions historiques et éducatives, des documentaires ainsi que des émissions dans le domaine des sciences naturelles.

Synergie entre le Canada et l'Inde dans le domaine de l'animation

Une synergie naturelle s'est établie entre le Canada et l'Inde dans le domaine de l'animation : le Canada est le deuxième producteur d'animations en importance au monde alors que l'Inde est en train de devenir l'un des pays qui obtient le plus de travaux d'animation en sous-traitance. À l'heure actuelle, plusieurs entreprises canadiennes confient à des sociétés indiennes une partie de leurs travaux d'animation par cells et par ordinateur.

Un autre développement récent dans ce domaine est la création prévue d'une école d'animation par ordinateur à Mumbai par Modi Entertainment en partenariat avec la Vancouver Film School. Quelque 700 étudiants à temps plein fréquenteront l'école et y seront formés sur des équipements et des logiciels à la fine pointe de la technologie. Et plus l'Inde formera d'animateurs-graphistes, plus le Canada pourra recourir à leurs services, ce qui lui donnera, à l'échelle internationale, un gros avantage sur le plan des coûts.

Promotion des services à valeur ajoutée au Canada

Dans ce secteur, il faudrait en toute logique encourager les producteurs indiens à recourir, dans le cadre de leurs tournages au Canada, à des spécialistes canadiens des effets spéciaux et à d'autres services de production à valeur ajoutée. Dernièrement, un producteur du Sud de l'Inde a tourné des séquences de son film à Vancouver et à Whistler et il était l'un des rares cinéastes indiens à recourir à des cascadeurs et des animaux-acteurs canadiens. Des cascadeurs et des spécialistes des effets spéciaux canadiens ont aussi travaillé sur les tournages des longs métrages NAYAK et INDIAN. Les producteurs indiens ont également, pendant leurs tournages au Canada, fait appel aux services de laboratoire canadiens pour avoir un métrage de meilleure qualité.

Resserrement des liens entre les industries cinématographiques et télévisuelles canadienne et indienne

Pour faciliter les coproductions, le Canada et l'Inde négocient présentement une entente de coproduction cinématographique et télévisuelle.

Pour plus de renseignements, communiquer avec les agents du MAECI au Canada, courriel : psa@dfait-maeci.gc.ca ou en Inde, courriel : armarjeet.rattan@dfait-maeci.gc.ca ✪

China High-Tech Fair — Suite de la page 7

investissements étrangers directs massifs au cours des dernières années.

Depuis les débuts de l'exposition en 1999, le Canada a démontré son expertise dans le secteur des TIC, et le Consulat général du Canada à Guangzhou a reçu à deux reprises des mentions pour l'excellence de son organisation. Les entreprises suivantes y participent cette année : Nortel Networks, Nordx/CDT, Advantech Advanced Microwave Technologies Inc., AMA Infotech Development Inc., Eicon Networks, Evans Consoles Inc., Harris Corporation-China, Hummingbird Ltd., Norva Technologies Incorporated, Pace Integration Inc., Access Career Centres, Eduserve China Ltd., Canadian Education Centre, Cyberteks Design et le Bureau de Hong Kong du gouvernement de l'Alberta.

Les TIC continueront d'occuper l'avant-scène pour les prochaines expositions China High-Tech Fair. Cependant, désormais, on mettra aussi l'accent sur le domaine de la biotechnologie et en particulier sur ses applications agricoles et pharmaceutiques, pour refléter les nouvelles tendances en

Chine ainsi que la croissance rapide du savoir-faire canadien en ce domaine.

2001, l'année du succès

L'exposition de cette année a attiré un nombre record de visiteurs et permis de conclure des marchés de quelque 10,4 milliards de dollars américains, une augmentation significative par rapport à l'année dernière. Un forum de la haute technologie comportait des colloques présidés par des cadres de sociétés, des universitaires et des représentants gouvernementaux à l'avant-garde du secteur. Les sujets de l'heure étaient les nouveaux marchés du capital de risque, le développement à venir des technologies de l'information et la biotechnologie au XXI^e siècle.

La liste des orateurs, deux fois plus longue que celle de l'année précédente, incluait des lauréats de prix Nobel comme Hartmut Michel (OGM), Zhores Alferov, (les TIC), et Robert Mundell (capital de risque), ainsi que des chercheurs principaux du United Kingdom Biotechnology and Biological Research Council, de Syngenta

Mission en Russie et en Allemagne — Suite de la page 1

l'énergie, les mines, la construction, les transports, les technologies de l'information et des communications et les services éducatifs.

L'Allemagne, avec ses 82 millions de consommateurs opulents et une structure industrielle hautement avancée, offre aux entreprises canadiennes des débouchés inégalés. L'Allemagne, qui est aussi la plus grande économie importatrice et la troisième plus importante économie du monde, procure des liens solides aussi bien avec l'Europe de l'Ouest qu'avec l'Europe de

l'Est. En 2000, les échanges commerciaux bilatéraux entre le Canada et l'Allemagne ont atteint presque 11 milliards de dollars. L'Allemagne et le Canada sont également d'importants partenaires en investissements, dont le montant entre les deux pays s'élève à plus de 10 milliards de dollars. Équipe Canada visitera Berlin, qui est en train de jouir d'une grande renaissance en tant que centre de la prise de décision, de la culture et des nouveaux médias; et Munich, siège social de certaines entreprises allemandes les plus prestigieuses.

Il y a donc des débouchés pour les entreprises canadiennes dans beaucoup de secteurs, notamment les technologies de l'information et des communications, la construction, les industries et les technologies environnementales, les transports, l'énergie, l'agriculture et l'agroalimentaire, les services de santé, les services financiers, et les technologies et services éducatifs.

Pour renseignements sur la participation à Équipe Canada 2002, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada, MAECI, tél.: (613) 944-2520, téléc.: (613) 996-3406, courriel : team-equipecanada@msn.com internet : www.tcm-mec.gc.ca/welcome.asp ✪

Tous les ans, les Prix d'excellence à l'exportation canadienne honorent le talent et l'esprit novateur des entreprises canadiennes qui exportent leurs produits et leurs services partout dans le monde. Ambassadrices du Canada dans le monde entier, ces entreprises font connaître le sens de l'innovation, la créativité et le souci de la qualité qui animent cette nation. Lancés en 1983, les prix d'excellence ont permis de rendre hommage à plus de 200 entreprises qui ont pris de l'expansion au-delà des frontières du pays.

Presentez votre candidature!

Prix d'excellence à l'exportation

La période de mise en candidature et d'inscription pour l'année 2002 est maintenant en cours. Si vous connaissez une entreprise méritante, proposez-la comme candidate. Si votre entreprise exporte activement ses produits ou services depuis au moins trois ans, posez votre candidature.

Durant toute l'année, les entreprises finalistes et gagnantes seront reconnues

dans les médias nationaux pour leurs réalisations et pour leur contribution au succès de l'économie canadienne. Chefs de file à l'exportation, les entreprises lauréates seront honorées, le 7 octobre prochain, au congrès annuel des **Manufacturiers et Exportateurs du Canada** à Vancouver.

Pour proposer une candidature, il suffit d'envoyer le nom de l'entreprise (adresse, nom d'un point de contact, adresse

« La publicité que nous a valu ce prix est merveilleuse. Elle nous a permis de relever encore plus notre image aussi bien au Canada qu'à l'étranger. Nous avons reçu des mots de félicitations des quatre coins de la planète. Et ce qui compte surtout, c'est que ce prix a remonté le moral de nos employés au moment où ils en avaient le plus besoin. »

Frank Delfino, Président
Marchés canadien et international
Teknion
Exportateur de l'an 2001

électronique) au courriel suivant : lucille.latremouille-dyet@dfait-maeci.gc.ca

Pour obtenir plus de renseignements ou un formulaire d'inscription, consulter le site internet des Prix d'excellence à l'exportation www.infoexport.gc.ca/awards-prix. Nous encourageons les entreprises à poser leur candidature par courriel. Si elles n'ont pas accès à l'internet, elles peuvent communiquer avec M^{me} Lucille Latremouille-Dyet, responsable des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, MAECI, tél. : (613) 944-2395.

La date limite pour poser sa candidature est le 31 mars 2002. 🌟

Mission commerciale aux Nations Unies sur le secteur de l'environnement

NEW YORK, NEW YORK — 12 et 13 février 2002 — Le Centre du commerce mondial de Montréal (www.wtcmontreal.com), en collaboration avec Équipe Canada inc (http://exportsource.gc.ca/index_e.cfm) et la Société de promotion économique du Québec métropolitain (www.speqm.qc.ca), organise, pour la deuxième fois, une mission commerciale aux Nations Unies à l'intention des fournisseurs de produits et de services destinés au secteur de l'environnement.

Les participants à cette mission auront l'occasion de s'instruire sur les procédures d'appel d'offres et d'octroi des contrats; ils pourront également établir des contacts grâce au réseautage et à des rencontres personnelles.

Les secteurs jugés prioritaires sont notamment l'atmosphère et l'efficacité énergétique, la gestion et la protection des réserves d'eau et des écosystèmes, la gestion des déchets, et la lutte contre le déboisement et la désertification.

Les participants pourront rencontrer des représentants chargés de gérer les projets mis en œuvre dans le cadre du Programme des Nations Unies pour l'environnement (www.unep.org), pour le développement (www.undp.org), ainsi que des représentants du Bureau des services d'appui aux projets des Nations Unies (UN) (www.unops.org/web_forms/welcome.htm) et du Département des affaires économiques et sociales (www.un.org/esa/desa.htm).

Par l'intermédiaire de ses agences, les Nations Unies élaborent des programmes mondiaux axés sur la protection de l'environnement. Par exemple, le Fonds multilatéral pour la mise en œuvre du protocole de Montréal vise à éliminer les substances qui détruisent la couche d'ozone. De 2000 à 2002, le Fonds a fourni aux agences des Nations Unies près de 440 millions de dollars américains pour des projets de diverses envergures. Depuis 1998, le Fonds mondial pour l'environnement a investi plus de

2,75 milliards de dollars américains pour enrayer les atteintes à la diversité biologique, les changements climatiques, la destruction de la couche d'ozone, la dégradation des eaux internationales et le déboisement.

Pour plus de détails, communiquer avec M^{me} Aude Perron, Centre du commerce mondial de Montréal, tél. : (514) 849-8811 ou 1-877-590-4040, courriel : aperron@wtcmontreal.com ou, dans la région de Québec, avec M^{me} Nathalie Plante, Société de promotion économique du Québec métropolitain, tél. : (418) 681-9700, courriel : nplante@speqm.qc.ca 🌟



IFInet est votre porte d'accès internet aux activités d'approvisionnement financées par les Institutions financières internationales (IFI) et les organismes de l'ONU.
www.infoexport.gc.ca/ifinet/menu-f.asp

Salons et conférences au calendrier

Pour plus de détails sur les événements ci-dessous, voir [canadexport](http://canadexport.gc.ca) en direct à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales » ou cliquer sur le site internet www.dfait-maeci.gc.ca/arts

MUMBAI, INDE — 5-8 février 2002 — **NASSCOM 2002** sera la plus grande manifestation dans le domaine des technologies de l'information qui ait jamais eu lieu en Inde. Elle réunira les principaux intervenants des secteurs indiens des technologies de l'information (TI), du commerce électronique et des télécommunications, ainsi que des experts internationaux réputés en TI. Elle comprendra des colloques, des rencontres entre acheteurs et vendeurs, un sommet sur les technologies, un forum sur les services informatisés et un forum spécial sur les débouchés au pays.

LE CAP, AFRIQUE DU SUD — 12-14 février 2002 — **Indaba 2002** est une conférence sur les mines à l'intention des entreprises qui s'intéressent à l'exploration et à l'exploitation minières en Afrique. Parrainée par Ressources naturelles Canada, Exportation et développement Canada et le MAECI, cette manifestation attirera des cadres internationaux du secteur minier et des ministres des Mines de toute l'Afrique.

MOSCOU, RUSSIE — 25-28 février 2002 — Le **Salon de l'industrie des matières plastiques 2002** se déroulera en marge de **Tires & Rubber 2002**, tous commandités par différentes organisations gouvernementales russes et par l'administration régionale de Moscou. Le **Salon de l'industrie des matières plastiques 2002** mettra en vedette les machines et l'équipement; les outils et les moules; les accessoires et les machines à injecter, à emballer et à recycler les matériaux.

Tires & Rubber 2002 mettra en vedette l'industrie de la fabrication du caoutchouc; les produits et technologies industriels du caoutchouc, l'équipement et les matériaux; les machines pour la fabrication des pneus, les composants et les matières premières; les pneus pour tous les types de roues, dont les pneus rechapés, réparés et recyclés; les programmes de recherche et les technologies de l'information.

SÉOUL, CORÉE — 26 février-1^{er} mars 2002 — **Expo Comm 2002** est le plus

grand salon des télécommunications de la Corée, qui attirera plus de 500 entreprises d'une quarantaine de pays et accueillera certainement plus de 60 000 visiteurs. Le secteur coréen du sans fil est en plein essor, et le pays détient le record du taux de pénétration internet à large bande sur la planète.

BARCELONE, ESPAGNE — 4-8 mars 2002 — La quatorzième exposition internationale **Alimentaria**, considérée comme l'un des événements les plus marquants de l'alimentation et des boissons dans le monde, mettra en vedette 3 000 exposants de 51 pays et s'attend à recevoir plus de 117 000 visiteurs de 98 pays. L'ambassade du Canada à Madrid organisera un Pavillon canadien pour marquer cet événement.

MONTRÉAL (QUÉBEC) — 5-6 mars 2002 — Le **Salon international du bâtiment et du design** est le seul événement commercial au Canada exclusivement réservé aux professionnels de l'industrie et aux acheteurs étrangers. Tous les grands secteurs du design et du bâtiment résidentiel, commercial et industriel y seront représentés, dont les systèmes et les technologies de construction et d'habitation, les portes et fenêtres, l'ameublement, l'environnement et les matériaux sains de même que la rénovation.

TOKYO ET OSAKA, JAPON — 13 et 15 mars 2002 — Les développeurs canadiens des nouveaux médias sont invités à explorer le marché japonais à l'**Exposition canadienne des nouveaux médias**. Au cours de ces deux journées, de quatre à huit entreprises canadiennes présenteront de l'information sur leur organisation et leurs produits aux représentants de grandes entreprises de l'industrie japonaise, notamment Hitachi, SONY et Toshiba. Le recrutement sera fait par l'ambassade du Canada et le consulat général du Canada à Osaka, de concert avec diverses associations japonaises des TI et des nouveaux médias.

LONDRES, R.-U. — 17-19 mars 2002 — Le salon du livre **London Book Fair**,

grand événement du secteur international de l'édition, attire chaque année toujours plus de visiteurs et d'exposants.

SÉOUL, CORÉE — 18-19 mars 2002 — La **Foire commerciale de l'alimentation de Corée** se tiendra la semaine suivant la foire **Foodex**, qui a lieu au Japon. C'est une occasion en or pour faire la promotion des produits alimentaires auprès des importateurs coréens. L'économie coréenne est l'une des plus dynamiques de l'Asie.

TEL AVIV, ISRAËL — 19-21 mars 2002 — **Bio-Tech Israel 2002, Semaine nationale de la biotechnologie, Conférence et Exposition** — L'ambassade du Canada à Tel Aviv, en collaboration avec Partenariat technologique Canada et Industrie Canada, planifie plusieurs activités à l'occasion de cette manifestation, notamment un événement de partenariat pour les entreprises canadiennes de biotechnologie qui cherchent des partenaires israéliens.

LONDRES, R.-U. — 6-7 avril 2002 — Le salon **British and International Franchise Exhibition** sera organisé à l'intention des franchiseurs de qualité accrédités par la British Franchise Association. Les visiteurs auront l'occasion de rencontrer des franchiseurs ainsi que d'obtenir gratuitement des conseils de la part de représentants de banques importantes, d'avocats et de consultants en franchise.

LE CAIRE, ÉGYPTE — 9-11 avril 2002 — **Middle East and Africa Ports and Maritime Exhibition and Conference** — Cette exposition et cette conférence, qui mettront en vedette les progrès technologiques dans le secteur des ports et des transports maritimes, constituent l'un des plus grands salons de ce genre. L'événement aura lieu à une période où le Moyen-Orient et l'Afrique subissent des réformes importantes et reçoivent des investissements considérables, et où le gouvernement égyptien a l'intention de construire de nouveaux ports et de moderniser les ports existants.

DAKAR, SÉNÉGAL — 9-12 avril 2002 — Le Salon international de l'Agro-alimentaire, **SIAGRO 2002** présentera les nouvelles technologies de production, de transformation, de conditionnement et de conservation visant les matières
Voir page 16 - Salons

Salons et conférences au calendrier

— Suite de la page 15

premières agro-alimentaires, l'élevage (laitier et avicole) et la pêche.

BOLOGNE, ITALIE — 10-13 avril 2002 — Le salon **Bologna Children's Book Fair** est la plus grande manifestation internationale de livres pour enfants.

GLASGOW, ÉCOSSE — 18-20 avril 2002 — **Aquaculture International 2002** englobe tous les produits de l'aquaculture en eau froide, y compris le saumon et les crustacés. On y présente aussi tout le matériel et les services dont l'industrie a besoin.

GLASGOW, ÉCOSSE — 18-20 avril 2002 — **Fishing**, le principal salon européen de la pêche commerciale, rassemble le plus grand nombre de professionnels de la pêche. Il attire chaque année plus de 10 000 visiteurs de 38 pays et environ 400 exposants de 20 pays. **Fishing 2002** présentera un vaste éventail de matériel de pointe et toutes sortes de services connexes.

MASCATE, OMAN — 21-24 avril 2002 — Le salon-exposition **Oil & Gas West Asia, OGWA 2002**, est le seul événement dans le domaine de l'énergie qui réunit les intérêts des producteurs et des raffineurs. **OGWA 2002** sera axée sur la reprise du secteur pétrolier de l'Oman grâce aux nouveaux programmes d'investissement nationaux et commerciaux et à la participation des principales nations de l'Asie de l'Ouest — l'Inde, l'Iran et le Pakistan.

TOKYO, JAPON — 15-17 mai 2002 — **International Food Ingredients and**

Additives Exhibition — 9-11 octobre 2002 — **Health Ingredients Japan** — Agriculture et Agroalimentaire Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international sont en train d'organiser la participation canadienne à ces deux événements qui sont des manifestations importantes dans ces secteurs au Japon, regroupant plus de 500 exposants. Le Japon est le troisième plus grand marché d'ingrédients alimentaires dans le monde et l'un des marchés les plus développés pour les ingrédients bioactifs, les aliments fonctionnels et les nutraceutiques.

LONDRES, R.-U. — 21-23 mai 2002 — Le **London International Wine Trade Fair** est reconnu comme la plus importante exposition du Royaume-Uni dans le secteur des vins et spiritueux. L'exposition 2001 a attiré un grand nombre de visiteurs du monde entier, ayant obtenu la participation de 33 pays producteurs de vin, ce qui renforce son statut comme haut lieu de la dégustation pour les acheteurs du monde entier.

SYDNEY, AUSTRALIE — 28-30 mai 2002 — **CeBIT Australia** est la première exposition-conférence des technologies de l'information et des communications (TIC) en Australie. D'après l'affluence à **CeBIT Hannover**, on prévoit que **CeBIT Australia** attirera plus de 12 000 visiteurs, notamment des décideurs dans le domaine des spécifications, des recommandations ou des approbations pour les achats des TIC.

MELBOURNE, AUSTRALIE — 2-5 juin 2002 — **Interbuild Australia** est la plus grande exposition de la construction en

Australie représentant les tout derniers produits de construction et les nouvelles technologies de la construction résidentielle, commerciale et industrielle.

HONG KONG — 11-14 juin 2002 — La 10^e édition du salon asiatique international de l'électricité, du génie électronique, de l'éclairage, de la ventilation, du chauffage et de la réfrigération, **Asian Elenex 2002** est le premier salon international du domaine du génie électrique en importance dans la région. Il touche à tous les aspects des projets de construction et d'infrastructure. Cette année, **Asian Elenex** sera axé sur l'automatisation.

La 7^e édition de la foire-conférence asiatique internationale sur la sécurité et la protection incendie, **Asian Securitex 2002**, tenue conjointement avec **Asian Elenex**, est la principale foire internationale sur la sécurité. Elle associe les dernières innovations en électronique de pointe aux plus récentes percées dans les technologies du bâtiment. L'intérêt que suscite l'événement est avivé par la demande en pleine croissance de solutions récentes en matière de prévention et de sécurité incendie depuis les attaques terroristes du 11 septembre dernier.

ALGER, ALGÉRIE — 13-24 juin 2002 — la trente cinquième **Foire Internationale d'Alger (FIA)** offre des débouchés aux entreprises canadiennes désireuses de pénétrer le marché algérien. L'Algérie est le plus grand partenaire commercial du Canada au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. L'exposition 2001, multisectorielle et réputée internationalement, a mis en vedette 1 500 exposants et a attiré plus de 500 000 visiteurs. 🌟

Service des renseignements

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

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047