

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



Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères
MAR 20 2002
Return to Departmental Library
Retourner à la bibliothèque du Ministère

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMÉRO

CanadaExp

DANS CE NUMÉRO

- 3 Première mission Équipe Canada en Europe
- 4 L'aérospatiale et le développement aéroportuaire au Mexique
- 6 É.-U. : le Nouveau-Brunswick électronique
- 7 L'aide de la CCC pour conclure un marché JSF
- 8 L'environnement au Danemark
- 9 L'environnement en République tchèque
- 10 Les produits d'Acadian Seaplants Ltd. au Japon
- 11 MKHW Architects Inc. en Chine
- 12 Occasions d'affaires
- 13 Dernier rappel : les Prix d'excellence à l'exportation 2002
- 14 Missions, conférences, et foires commerciales
- 17 **CommunicAsia 2002**
BroadcastAsia 2002

L'environnement à assainir en Grèce

Bien que les questions environnementales bénéficient d'un appui populaire, il demeure que la Grèce accuse toujours un certain retard par rapport à d'autres pays membres de l'Union européenne (UE) au plan de la protection de l'environnement. Certaines des régions de la Grèce ont été altérées par des projets de développement de l'après-guerre, qui ne faisaient alors pas l'objet de contrôles environnementaux. À l'heure actuelle, les

contrôles reflètent généralement les exigences minimales stipulées par l'UE. L'ensemble du marché occupé par le matériel de protection de l'environnement est évalué à environ 260 millions \$ (1998), dont près de 60 % en importations.

Aperçu du marché

La Grèce produit chaque année près de 5,5 millions de tonnes de déchets solides. La législation régissant le traitement et
Voir page 9 – Assainir

La première mission d'Équipe Canada en Europe

(Voir page 3)



Photo : Nathan Liss

Le déjeuner de réseautage des entreprises de la mission d'Équipe Canada au Musée national Pouchkine à Moscou.

Concession de 20 ans pour la modernisation du système postal

Postes Canada fait des livraisons aux Antilles

Postes Canada internationale Itée (PCIL) [www.canadapost.ca], le service de consultation postale internationale offert par Postes Canada, a signé un accord de concession de 20 ans qui prévoit la prestation de services postaux et bancaires aux Antilles néerlandaises (AN).



Ce pays, composé de cinq îles appelées Curaçao, Bonaire, Saba, Saint-Eustache et Saint-Martin, d'une superficie totale de 960 km², est situé dans le Sud de la mer des Caraïbes. CPIL aidera le gouvernement du pays à réformer le service des
Voir page 2 – Postes

Vol. 20, n° 5 –
15 mars 2002

Supplément : LES MARCHÉS ACTUELS EN ESTONIE, EN LETTONIE ET EN LITUANIE
(Voir l'encart)



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

— Suite de la page 1

Postes des Antilles néerlandaises (Post Netherlands Antilles Ltd. [PNA]) en améliorant l'efficacité des services, en rehaussant le rendement financier et en offrant des produits et des services postaux nouveaux.

Postes Canada

L'accord a été signé à Willemstad, Curaçao, par les représentants suivants : M. Miguel Pourier, premier ministre des AN, M. Alfonso Gagliano, ancien ministre canadien responsable de Postes Canada, M^{me} Magda Rafael, ministre des Transports et des Communications des AN, et M. Gilles Hébert, président de PCIL, en présence de M. Hedwig Komproe, président des PNA.

« Nous sommes très enthousiastes d'aider les Postes des Antilles néerlandaises à réformer ses services, a déclaré M. Gilles Hébert. Une administration postale efficace permet aux clients, qu'ils soient des particuliers ou des entreprises, de combler d'une façon économique leurs besoins vitaux en communication et en distribution. Cela facilite en retour le commerce intérieur, qui constitue une force unificatrice au sein du pays. »

Le premier ministre, M. Pourier, a indiqué que son gouvernement s'est engagé à moderniser le système postal et à créer une nouvelle structure indépendante qui sera exploitée en tant qu'entité autonome.

« La réforme de notre système postal est une priorité visant à améliorer le rendement du service offert aux consommateurs et aux entreprises tout en facilitant le transfert des technologies qui engendreront une croissance économique

pendant de nombreuses années, a expliqué le premier ministre, M. Pourier. Nous sommes heureux de ce nouveau partenariat qui nous permettra de faire nos échanges et ce, grâce à l'expertise reconnue de Postes Canada internationale Itée. »

Postes Canada internationale

Depuis sa création il y a 20 ans, Postes Canada s'est transformée à un rythme impressionnant. Devenue maintenant chef de file mondial reconnu de l'industrie des postes, elle prête main-forte aux pays qui cherchent à moderniser leurs installations par l'entremise de PCIL, une filiale en propriété exclusive de Postes Canada. Formée en 1990, PCIL offre des services de consultation perfectionnés, notamment les solutions technologiques en matière de postes, la modernisation du système postal et les capacités du commerce électronique, le tout grâce aux services et aux systèmes déjà éprouvés de Postes Canada.

L'équipe de PCIL, composée de personnes multilingues et polyvalentes, a rehaussé l'efficacité des services postaux partout dans le monde en réalisant plus de 125 projets dans plus de 52 pays.

Appui du MAECI

Au fil des ans, le MAECI, par son expérience éprouvée et son précieux concours, a joué un très grand rôle dans l'essor de PCIL à l'échelle mondiale. Dans le cadre des activités d'expansion commerciale de PCIL, ses gestionnaires des ventes entretiennent d'étroites relations avec les personnes-ressources des sections commerciales

du MAECI à l'étranger. Ces personnes-ressources sont dans une position idéale pour repérer des débouchés et pour mettre en rapport les intervenants clés de partout dans le monde.

« Cette entreprise dépend fortement de l'établissement de solides relations avec les hauts fonctionnaires des autres pays, signale M. Gilles Hébert, non seulement pendant le cycle des soumissions et des ventes, mais aussi pendant l'exécution des projets. Les spécialistes du MAECI et de l'ACDI sont, à nos yeux, une prolongation de nos propres équipes de projet, et ils travaillent en étroite collaboration avec nous au Canada et à l'étranger. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Janet Wilkinson, Postes Canada internationale Itée, tél. : (613) 734-6581, courriel : janet.wilkinson@canadapost.postescanada.ca

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Les trucs du métier ».)

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
Télé. : (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, consulter 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



Cérémonie de signature du contrat à Willemstad, Curaçao, le 12 novembre 2001 (de gauche à droite) : M. Gilles Hébert, président de PCIL; M^{me} Magda Rafael, ministre des Transports et des Communications des Antilles néerlandaises; M. Alfonso Gagliano, ancien ministre canadien responsable de Postes Canada; M. Miguel Pourier, premier ministre des Antilles néerlandaises; et M. Hedwig Komproe, président des PNA.

La mission commerciale d'Équipe Canada 2002 du mois dernier — soit la septième dirigée par le premier ministre, M. Jean Chrétien, de concert avec ses homologues provinciaux et les dirigeants des territoires, mais la première à se rendre en Europe — a ouvert des portes aux entreprises canadiennes en Russie, et favorisé les partenariats en matière de science, de technologie et d'investissement avec l'Allemagne.

« La mission d'Équipe Canada 2002 a donné aux entreprises canadiennes un profil sans précédent en Russie, à un moment où l'économie de ce pays montre des signes de croissance, s'ouvre davantage et est de plus en plus axée sur les marchés suite à des réformes historiques, a déclaré le Premier ministre. Grâce à cette mission, des centaines de gens d'affaires allemands voient maintenant le Canada comme un partenaire technologique et un lieu d'investissement stratégique. »

Voici les faits saillants de la mission d'Équipe Canada 2002 :

- la conclusion de 133 ententes commerciales à Moscou, Berlin et Munich valant 583,6 millions \$, dont 41 contrats se chiffrant à 312,2 millions \$, 88 protocoles d'entente et lettres d'intention s'élevant à 239,4 millions \$, et 4 investissements prévus évalués à 32 millions \$. Les ententes en Allemagne couvrent les télécommunications, la technologie de l'information, la technologie médicale, les produits alimentaires, le logement, l'éducation,



M. Pierre Pettigrew, ministre du Commerce international (au centre), avec (de gauche à droite) M. Ronald Dahms, premier vice-président, Développement des affaires, EDC; M^{me} Amelia Salehabadi, Groupe Conseil Salehabadi Melançon; M. Douglas Patriquin, président, CCC; M. Robert Scully, Maximage Marketing; et M. Michael Novak, SNC Lavalin, lors de la réception, avant le dîner de réseautage, à l'ancien Hôtel de ville de Munich.

l'aviation, le cinéma, la télévision et les arts. Les ententes en Russie couvrent une grande variété de projets et d'investissements dans des secteurs essentiels, notamment l'agriculture et l'agro-alimentaire, le logement et les matériaux de construction, l'éducation, le pétrole et le gaz, l'exploitation

en lui un endroit rentable et stratégique pour faire des affaires, parce que nous jouissons d'un accès préférentiel au marché nord-américain, parce que nous mettons l'accent sur l'éducation, l'innovation et les compétences, et parce que l'économie canadienne est forte », a ajouté le Premier ministre.

Ça rapporte plus d'un demi-milliard de dollars

Mission Équipe Canada en Europe : une première

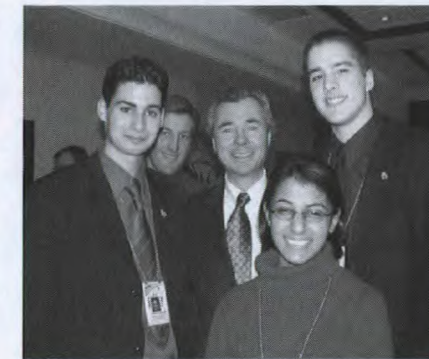
mière et la technologie, y compris celle adaptée aux pays froids.

- la promotion des 290 entreprises canadiennes et plus qui ont pris part à la mission en Russie et en Allemagne. On compte parmi celles-ci plus de 150 PME qui, sur le plan de la commercialisation et de l'expansion, profitent le plus de la visibilité conférée par les missions d'Équipe Canada.
- un intérêt extraordinaire pour deux colloques sur l'investissement et trois sur la science et la technologie dans les domaines de la photonique, de la biotechnologie et du transfert de technologies, tenus à Berlin et à Munich. Chaque colloque a attiré

plus de 900 cadres supérieurs de grands conglomerats multimillionnaires et d'entreprises Mittelstand (PME), principales sources d'investissement allemand au Canada, qui implique habituellement l'injection de capitaux et le transfert de technologies dans les industries exportatrices.

« La réaction des gens d'affaires allemands à la mission d'Équipe Canada 2002 montre bien qu'ils ont confiance dans le Canada et qu'ils voient

Au cours des 6 missions précédentes, Équipe Canada s'est rendue à Beijing, Shanghai et Hong Kong en 2001; au Japon en 1999; au Mexique, au Brésil,



M. Pierre Pettigrew, ministre du Commerce international (au centre), avec les membres d'Équipe Canada Junior (de gauche à droite), M. Guillaume Parent, M^{me} Pamela Suneja et M. Nathan Liss, à la réception de bienvenue à Moscou. À l'arrière, on voit M. Ronald Dahms, VP, EDC.

en Argentine et au Chili en 1998; en Corée du Sud, aux Philippines et en Thaïlande en 1997; en Inde, au Pakistan, en Indonésie et en Malaisie en 1996; et en Chine et à Hong Kong en 1994.

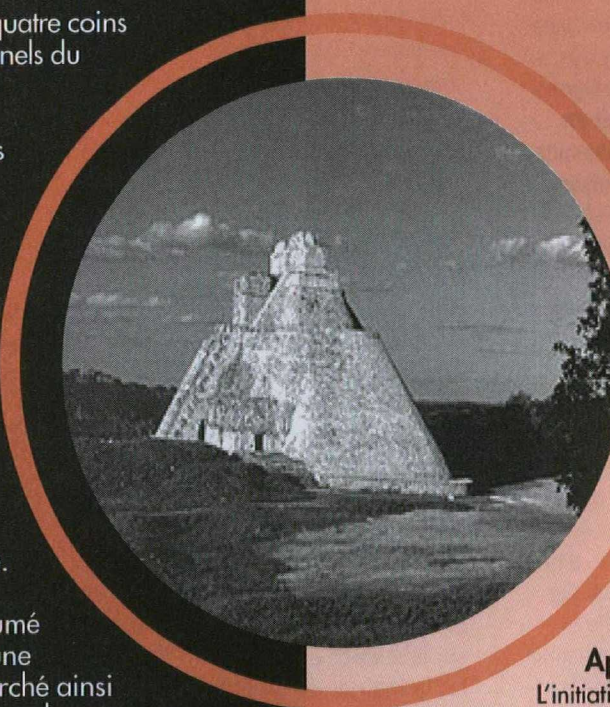
Pour tout renseignement sur la mission, la liste des participants, les photos et les ententes conclues, cliquer sur www.dfait-maeci.gc.ca/can_bus/successes-f.asp

MEXIQUE

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

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

www.infoexport.gc.ca



Les marchés de l'aérospatiale et du développement aéroportuaire

Le Mexique est le marché le plus important d'Amérique latine pour les aéronefs militaires et commerciaux. Il occupe la deuxième place à l'échelle mondiale pour ce qui est de sa flotte d'avions d'affaires et il a une grande industrie de services à l'aviation privée. En 1998, le Mexique a commencé à privatiser ses compagnies aériennes. Cette décision devrait donner le coup d'envoi à des programmes d'expansion et de modernisation qui pourraient se chiffrer à plusieurs milliards de dollars.

Aperçu du marché

L'initiative de libéralisation du commerce lancée par le Mexique pose des défis énormes pour l'industrie et l'infrastructure des transports du pays, qui doit composer avec la croissance du nombre de voyageurs et du trafic de fret. Pour impulser le développement de son secteur des transports, le Mexique a privatisé 34 des 84 aéroports commerciaux du pays. Bientôt, l'aéroport international de Mexico — Benito Juarez — le sera également. Le Mexique

« 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
- Rencontres personnelles
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les industries de l'aérospatiale et de la défense en Amérique latine et dans les Antilles.



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

www.infoexport.gc.ca

a aussi annoncé son projet de privatiser les compagnies aériennes qui appartiennent encore à l'État.

Le marché mexicain de l'aérospatiale et du développement aéroportuaire continue d'être régi par la croissance du nombre de passagers et du transport de fret, ainsi que par la privatisation des aéroports. En 1999, le marché de l'aérospatiale au Mexique se chiffrait à 327,17 millions de dollars. En 2001, les chiffres s'élevaient à plus de 395 millions. Le marché mexicain de l'équipement aéroportuaire et du matériel de servitude au sol s'est chiffré à 150 millions de dollars en 1999 et les données pour 2000 s'élevaient à plus de 162 millions. La part des importations dans ces deux marchés est de plus de 90 %.

Débouchés

Au cours des cinq prochaines années, les compagnies aériennes mexicaines devraient acquérir — ou louer — une centaine de nouveaux aéronefs (de 100 sièges chacun, au minimum). À plus longue échéance, le Mexique pourrait acheter de 260 à 360 nouveaux aéronefs commerciaux, d'une valeur approximative de 26,5 milliards de dollars.



À l'exception de celles de Mexicana et d'Aeromexico, les flottes des compagnies mexicaines ne sont plus très jeunes — 16,5 ans en moyenne. La plupart des petits transporteurs n'ayant pas les moyens d'acheter de nouveaux appareils, ils entretiennent et modernisent en permanence ceux qu'ils ont. Le

marché de l'entretien, de la réparation et de la révision d'aéronefs est donc important au Mexique, ce qui ouvre des débouchés à nos entreprises spécialisées dans ce domaine. En outre, les transporteurs mexicains devront investir au bas mot 220 millions de dollars pour se plier au règlement sur les nuisances sonores adopté en 1999.

Les consortiums qui contrôlent les 34 aéroports privés du Mexique prévoient de faire des investissements de plus de 2 milliards de dollars au cours des quatre prochaines années, surtout pour moderniser les systèmes de signalisation, de communications et de technologie de l'information et dans une moindre mesure, pour acheter du matériel de servitude au sol et agrandir les aéroports. Des débouchés existent donc pour les entreprises canadiennes qui se spécialisent dans les services de consultation en matière de conception d'aéroports, de sécurité, de manutention des marchandises et de sélection du matériel.

Accès au marché

Les accords de partenariat représentent la méthode la plus efficace de se faire connaître sur le marché mexicain et de surmonter les obstacles d'ordre culturel ou linguistique.

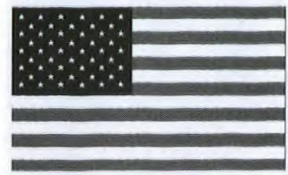
Conformément à l'ALENA, le Mexique

supprimera, d'ici à 2008, les droits de douane sur tous les produits industriels importés du Canada à condition qu'ils respectent les règles d'origine de l'ALENA. Les importations d'aéronefs et de pièces d'aéronefs fabriqués au Canada ne sont assujetties à aucuns droits. Par contre, certains équipements aéroportuaires et matériels de servitude au sol en provenance du Canada sont assujettis à des droits à l'importation variant entre 4,5 % et 6 %.

Ce marché vous intéresse ?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire *Les marchés de l'aérospatiale et du développement aéroportuaire au Mexique*. Ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux sont disponibles au

www.infoexport.gc.ca



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.

Sous l'enseigne de la technologie et de l'apprentissage Le Nouveau-Brunswick, maître de l'électronique

Les entreprises des technologies de l'information du Nouveau-Brunswick participent à la **OnLine Learning Conference and Exposition** (www.lakewoodconferences.com) depuis 1999, et lors de la dernière exposition, qui a eu lieu du 1^{er} au 3 octobre 2001 à Los Angeles, la promotion commerciale coordonnée par la province était meilleure que jamais. Le Conseil national de recherches du Canada et 13 entreprises d'apprentissage électronique du Nouveau-Brunswick exposaient dans le pavillon provincial de 1 200 pieds carrés, aux côtés de trois autres exposants indépendants de la province. Ce pavillon dynamique, situé stratégiquement près de l'entrée principale, a confirmé la réputation mondiale du Nouveau-Brunswick comme province génératrice de « solutions totales » d'apprentissage par voie électronique.

Pilotée par de hauts fonctionnaires d'Entreprises Nouveau-Brunswick (du gouvernement provincial), la mission de Los Angeles était organisée par la province, en collaboration avec le Centre du commerce international à Moncton, et avec le soutien du MAECI par l'intermédiaire du consulat général du Canada à Los Angeles.

1^{er} en apprentissage électronique
L'enseignement est l'une des plus grandes industries du monde, mais la rapide évo-

lution et la mondialisation de l'industrie ont rendu nécessaire le recours à d'autres moyens que les techniques et les méthodes traditionnelles pour tenir les travailleurs à niveau. L'apprentissage par voie électronique est donc maintenant le secteur qui connaît la croissance la plus rapide, et il est un véritable phénomène en soi.

L'industrie de l'apprentissage électronique du Nouveau-Brunswick s'est développée au cours des 10 dernières années au point de compter plus de 40 entreprises d'apprentissage électronique novatrices, 1 000 employés et des ventes estimées à 40 millions de dollars par an. Jusqu'à la moitié de ces entreprises prévoient une croissance de 50 % l'année prochaine. Les exportations de 71 % d'entre elles représentent 95 % du chiffre d'affaires total du secteur de l'apprentissage électronique, et ont conféré au Nouveau-Brunswick la distinction d'être la région qui offre le plus de cours en ligne par habitant que n'importe quelle autre partie du monde!

Réactions positives

Avec plus de 5 000 exposants, la OnLine Learning Conference and Exposition de 2001 a offert de véritables occasions aux entreprises du Nouveau-Brunswick pour faire valoir leurs compétences. Malgré la fréquentation en baisse cette année, suite aux attentats du 11 septembre, les exposants

ont jugé que la qualité de l'exposition était encore meilleure, les acheteurs mieux informés sur les produits et les services en ligne et plus disposés à acheter.

Selon M^{me} Françoise Roy, directrice du marketing de THEORIX (www.theorix.com), une entreprise de Moncton créée en 1995 qui se spécialise dans le téléapprentissage : « La conférence nous a ouvert une centaine de pistes qui, à ce stade précoce, ont déjà débouché sur quatre partenariats stratégiques et de nombreuses perspectives concrètes de vente. »

Pour l'entreprise de Fredericton **Content Alive** (www.contentalive.com), qui se spécialise dans les solutions d'apprentissage par voie électronique sur mesure, la mission de Los Angeles s'est soldée par 10 pistes sérieuses.

Selon M^{me} Susan Bates, analyste des ventes chez Content Alive : « Même si la tragédie du 11 septembre a considérablement réduit le nombre des participants à OnLine Learning, ce fut une excellente occasion d'établir des contacts avec d'autres entreprises du Nouveau-Brunswick et d'explorer d'éventuels partenariats. »

Établir des partenariats n'est pas un concept nouveau au Nouveau-Brunswick. En fait, les partenariats auxquels participent des entreprises du Nouveau-Brunswick sont reconnus à l'étranger comme « ce qui se fait de mieux » en matière de conception et d'élaboration d'outils et de techniques d'apprentissage.

Un bon exemple est fourni par **LearnStream** (www.learnstream.com) de Fredericton, participant à la mission de Los Angeles, qui se spécialise dans la conception de didacticiels sur mesure pour des sociétés classées parmi les *Fortune 500*, des intégrateurs de système, des éditeurs de matériel de formation, des gouvernements, l'armée et de grands organismes internationaux.

Voir page 7 - **Maitre**

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.

En octobre 2001, le ministère américain de la Défense (US DoD) a désigné Lockheed Martin comme entrepreneur principal pour les chasseurs d'attaque multirôle Joint Strike Fighter (JSF). Piloté par les États-Unis, ce programme JSF de 200 milliards \$ vise le développement de la prochaine génération d'aéronefs de combat techniquement supérieurs et à prix abordable en vue de satisfaire aux exigences de l'Armée de l'air et de la Marine américaines. Programme d'acquisition le plus important de toute l'histoire du ministère de la Défense, JSF instituera de nouvelles normes pour le développement de technologies de fabrication, les pratiques d'achat et de commerce ainsi que les licences d'exportation.

En tant qu'organisme international de passation de marchés pour le Canada, la Corporation commerciale canadienne (CCC) est bien placée pour aider les exportateurs canadiens, et en particulier les PME, à obtenir éventuellement des contrats de sous-traitance pour les chasseurs JSF.

Le ministère canadien de la Défense nationale (MDN) et son équivalent américain, le US DoD, ont signé un protocole d'entente le 7 février 2002 qui officialise la participation du Canada à la phase de développement et de démonstration du JSF et nomme la CCC fournisseur de services pour cette phase du JSF.

« Cet accord revêt une grande importance tant pour le ministère de la Défense nationale que pour l'industrie canadienne. Ce projet accroîtra l'interopérabilité avec les forces américaines et celles d'autres alliés, et il donnera à l'industrie canadienne

l'occasion de participer à ce projet aérospatial à la fine pointe de la technologie, » affirme M. Alan Williams, sous-ministre adjoint (Matériels) à la Défense nationale.

Rôle de la CCC

En tant que gardien de l'Accord sur le partage de la production de défense entre le Canada et les États-Unis, la CCC est versée dans le traitement des contrats du US DoD.

La CCC peut vous aider à conclure un marché JSF

Le plus gros programme d'acquisition de la Défense américaine

Ses agents mettront cette expertise à profit en fournissant divers services, dont l'aide à la préparation de soumissions et la négociation et la gestion des contrats, aux exportateurs qualifiés désireux de prendre part au programme JSF.

La participation de la CCC aux transactions contractuelles constitue pour les acheteurs une garantie d'exécution, ce qui renforce la crédibilité des entreprises canadiennes qui deviennent ainsi des candidats intéressants pour Lockheed Martin, l'entrepreneur principal. Les exportateurs pourront compter sur l'expertise de la CCC en matière de passation de marchés pour déterminer s'ils sont en mesure de satisfaire aux exigences tant sur le plan militaire que commercial. Ces entreprises qui se qualifieront profiteront de la présence de la CCC, depuis le début des négociations jusqu'à la clôture du contrat.

« Depuis presque cinq décennies, la CCC facilite l'accès des entreprises canadiennes aux marchés du ministère américain de la Défense. La participation de la CCC au plus important programme du DoD témoigne clairement de notre engagement à maintenir l'accès à ce marché, » explique le directeur des Affaires avec les États-Unis de la CCC, le colonel (retr.) Robert Ryan.

En plus de se servir de son expérience avec le DoD pour aider les exportateurs canadiens à obtenir des marchés en sous-traitance, la CCC publie des renseignements très pertinents concernant le JSF et d'autres débouchés connexes sur son site internet : www.ccc.ca

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Ron Linton, agent principal de promotion du commerce, CCC, tél. : (613) 995-0140, courriel : ron.linton@ccc.ca internet : www.ccc.ca

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

Maitre de l'électronique — Suite de la page 6

M^{me} Pat Sullivan, vice-présidente des relations stratégiques de LearnStream, a remarqué : « Online Learning offre de belles occasions de réseautage, et nous apprécions bien de pouvoir mieux faire connaître les TI du Nouveau-Brunswick. »

Conclusions

La réaction préliminaire des participants porte à croire que la conférence a généré des perspectives de vente de 5 à 7 millions \$ et la création possible de 45 à 75 nouveaux emplois au Nouveau-Brunswick.

La manifestation de l'année prochaine se déroulera à Anaheim, en Californie, et le gouvernement du Nouveau-Brunswick s'est déjà engagé par contrat à ériger un

pavillon à un emplacement privilégié — juste à côté de Smart Force, le plus grand fournisseur du monde d'outils d'apprentissage par voie électronique!

Un rapport sur les 14 exposants du Nouveau-Brunswick est disponible.

Pour renseignement, joindre M. Victor Landry, Centre du commerce international à Moncton, tél. : (506) 851-6421, téléc. : (506) 851-6429, courriel : landry.victor@ic.gc.ca ou M. Stephen Kelly, Entreprises Nouveau-Brunswick, tél. : (506) 444-5265, téléc. : (506) 453-3783, courriel : steve.kelly@gnb.ca

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

En tant que petit pays, le Danemark a de bonnes raisons d'être réceptif à des solutions nouvelles et novatrices au vieux problème de la gestion des déchets. De fait, les programmes de protection de l'environnement que le Danemark applique de longue date et à grande échelle ont donné à ses industries un atout sur le plan du savoir-faire et de la technologie de l'environnement et ont contribué à assurer au Danemark la réputation de l'un des pays les plus respectueux de l'environnement.

Un petit pays avec de gros projets

L'environnement au Danemark

Aperçu

Dès le début des années 1980, les gouvernements socio-démocrates qui se sont succédé au Danemark ont pris appui sur la législation et les impôts pour exécuter un programme rigoureux de protection de l'environnement. Toutefois, étant donné l'élection en novembre dernier d'une nouvelle coalition des Libéraux et des Conservateurs, il se pourrait que certaines des politiques environnementales du Danemark s'orientent différemment.

Le nouveau gouvernement prévoit réduire l'écotaxe imposée aux secteurs industriel et agricole et transférera la régulation des questions liées à l'énergie du ministère de l'Environnement et de l'Énergie au ministère de l'Industrie et des Finances. Dorénavant, le gouvernement pourra aussi compter sur les avis et conseils en matière de politique environnementale du tout nouvel Institut d'évaluation environnementale. Le gouvernement a également révoqué l'interdiction visant les emballages jetables qui avait jusque là gardé les boissons gazeuses et la bière en canette à l'écart du marché danois.

Débouchés

Les investissements majeurs au titre de l'environnement créent un important marché de quelque 5 milliards \$ (1999). Le Danemark se considérant comme un chef de file mondial au plan des solutions écologiques, les vendeurs canadiens doivent être en mesure d'offrir des solutions novatrices et économiques qui soient compatibles avec les modèles environnementaux danois.

Gestion des déchets solides — Le modèle danois de gestion des déchets a été conçu en fonction des 13 millions de tonnes de déchets produites chaque année au Danemark. L'objectif prioritaire est le recyclage des déchets, suivi par l'incinération des déchets. L'enfouissement

EUROPE

est considéré comme une solution de dernier recours. Une entreprise canadienne s'est engagée à éliminer les carcasses — un nouveau problème qui a surgi lorsque la maladie de la vache folle a semé la panique dans le monde — au moyen de l'incinération et de la gazéification. Le Danemark travaille aussi à d'autres plans d'action, par exemple dans le secteur du bâtiment et de la construction.

Recyclage — L'introduction sur le marché danois des canettes de bière et de boissons gazeuses prévue pour le 1^{er} juin créera une demande à l'égard des systèmes de collecte et de recyclage.

Technologie propre — Les procédés, les systèmes de fabrication et les matières premières qui créent moins de déchets et de résidus et qui consomment moins d'énergie sont en grande demande. Une entreprise danoise et deux des principaux instituts de recherche du Danemark examinent des moyens de remplacer l'éther méthyltertiobutylique (MTBE) en essence à partir du bioéthanol tiré du blé.

Systèmes de suivi — La demande se maintiendra à l'égard des systèmes aériens et terrestres d'alerte rapide des dangers

environnementaux, comme les déversements accidentels de pétrole et les fuites de rayonnements. Le Danemark utilise déjà des aéronefs fabriqués au Canada pour assurer la surveillance environnementale.

Concurrence

Le Danemark importe la plupart de ses produits pour l'environnement de la France, de l'Allemagne et de l'Italie. L'écoindustrie danoise est représentée par Danish Haldor Topsoe (catalyseurs), Desmi (écrémeurs), Roulunds Fabrikker (barrages de rétention) et Krüger (eaux usées) et Volund (incinération), deux entreprises danoises qui ont été achetées par des intérêts français et italiens. La véritable force de l'écoindustrie du Danemark réside dans les services techniques et d'experts-conseils de classe mondiale fournis par des entreprises comme COWI, Carl Bro et Ramboll.

Le Danemark investit aussi en Europe de l'Est où il a établi une forte présence dans le marché de l'environnement.

Adresses internet utiles

L'Agence danoise de protection de l'environnement publie des rapports sur l'environnement, dont le Plan danois de gestion des déchets, très informatifs sur le potentiel du marché : www.mst.dk/homepage/

Le groupe Green City est dédié à l'industrie danoise de l'environnement : www.greencity.dk

Le projet de symbiose industrielle explore les solutions viables du recyclage des déchets dans une collectivité : www.symbiosis.dk/

Le ministère danois de l'Environnement et de l'Énergie publie des versions anglaises des politiques environnementales du Danemark : www.mem.dk/ukindex.htm

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Gillett, conseiller commercial, ambassade du Canada à Copenhague, tél. : (011-45) 33 48 32 50, téléc. : (011-45) 33 48 32 21, courriel : david.gillett@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.dk



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

Les politiques de protection de l'environnement qui ont été adoptées et appliquées par la République tchèque depuis 1995 ont eu des résultats tangibles. Combinées à des incitations de réglementation efficaces, à des incitations et à des investissements considérables, ces politiques ont permis de réduire les niveaux d'émissions et d'améliorer ainsi la qualité de l'air et de l'eau du pays.

Aperçu du marché

La République tchèque assujettit des projets de nature très variée à un système d'évaluation des impacts sur l'environnement (EIE). Les émissions et les rejets des installations polluantes doivent maintenant respecter les normes nationales, et un rigoureux mécanisme d'inspection environnementale assure la conformité aux normes nationales. La qualité de l'information publique s'est aussi améliorée : les données économiques et environnementales sont maintenant facilement accessibles, les rapports sur l'environnement sont publiés régulièrement, et les normes environnementales internationales sont adoptées de plus en plus.

L'application, en 1998, de la loi sur la gestion des déchets, inspirée des principes de l'Union européenne (UE), a donné lieu à des améliorations notables dans la qualité de l'air et de l'eau, mais d'autres mesures s'imposent encore. Les émissions de dioxyde de carbone et les niveaux de bruit demeurent élevés, l'air de nombreuses grandes villes est encore « légèrement pollué » (d'après l'indice international de la qualité de l'atmosphère), et près de 5 000 municipalités ne se sont pas encore dotées de programmes adéquats de traitement des eaux d'égouts et des eaux usées. Environ le tiers de toutes les voies navigables, en particulier les petites, demeurent « fortement » ou « très fortement » polluées, et 25 % des habitations ne sont toujours pas reliées à une canalisation d'égouts. L'enfouissement demeure la méthode la plus courante d'élimination des ordures.

Le secteur privé continuera probablement à investir des sommes considérables (3 % du PIB) dans la réduction du bruit, la lutte contre la pollution de l'eau et l'assainissement des lieux contaminés étant donné que la République tchèque doit encore se conformer à la législation environnementale de l'UE.

Air — La conversion au gaz naturel des usines exploitées au lignite et au

mazout lourd, conjuguée à la coûteuse réhabilitation des grandes centrales électriques alimentées au lignite et au charbon par l'intégration d'équipement de désulfuration, a permis de réduire à 68 % et à 50 % respectivement les niveaux d'émissions d'anhydride sulfureux et d'oxyde nitreux (NOx) entre 1987 et 1997.

La législation porte fruit

L'environnement en République tchèque

De même, les droits perçus sur les émissions industrielles ont contribué à financer la réduction des émissions de sources moins importantes, ce qui a aidé la République tchèque à honorer son engagement général à réduire les émissions d'autres polluants classiques. Un système de suivi global a été mis sur pied pour contrôler les émissions dans les parties du pays les plus polluées.

Eau — Entre 1990 et 1997, il y a eu une réduction considérable de la quantité de rejets d'effluents provenant particulièrement des grandes sources municipales et industrielles : de 54 % pour les solides en suspension, de 77 % pour les produits dérivés du pétrole, et de 87 % pour la teneur d'acidité ou d'alcalinité. En dépit de ces réalisations, beaucoup de stations de mesure continuent d'appliquer des normes inférieures aux normes habituelles pour la qualité des eaux souterraines, de sorte que les réservoirs d'eau, les petites rivières et les ruisseaux accusent encore des niveaux élevés de microbes et de contaminants d'éléments nutritifs.

Déchets — Les entreprises minières, les usines de fabrication, les exploitations

industrielles et les services publics produisent de grandes quantités de déchets, et l'enfouissement demeure la principale méthode d'élimination. Bien que les normes se soient améliorées, nombre de décharges sont encore contaminées par les vestiges des activités industrielles et militaires passées et servent toujours à

l'enfouissement des déchets dangereux.

Les droits d'enfouissement sont encore trop faibles pour pouvoir favoriser l'adoption de techniques écologiques de gestion de déchets, telles que l'incinération ou le recyclage des matières premières de récupération.

Débouchés

Les domaines suivants offrent des débouchés intéressants : efficacité énergétique, élimination des déchets dangereux, gestion des déchets, sources d'énergie de remplacement, réduction des émissions de dioxyde de carbone et renouvellement des écosystèmes. Les entreprises allemandes, autrichiennes, scandinaves et françaises spécialisées dans l'environnement sont des concurrents importants. Pour des renseignements sur le ministère de l'Environnement, cliquer sur : www.env.cz

Pour d'autres renseignements, communiquer avec M^{me} Jitka Hoskova, agente commerciale, ambassade du Canada à Prague, tél. : (011-42-02) 7210-1800, téléc. : (011-42-02) 7210-1894, courriel : jitka.hoskova@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/prague

Assainir l'environnement en Grèce — Suite de la page 1

l'élimination des déchets, qui s'inspire des règlements de l'UE, est souvent mal appliquée, de sorte que la majorité des déchets aboutissent, non traités, dans des décharges détenues et exploitées par le gouvernement, lequel offre peu de mesures d'incitation au recyclage.

Avec l'expansion urbaine, le secteur de la construction résidentielle s'est développé plus rapidement que celui de l'infrastructure, ce qui a créé des problèmes d'évacuation des déchets et de pollution de l'air et de la mer dans les régions de population dense.

Voir page 12 — Assainir

L'entreprise **Acadian Seaplants Limited** (www.acadianseaplants.com), de Dartmouth (Nouvelle-Écosse), a trouvé au Japon un créneau de choix pour ses algues de culture, qu'elle exporte vers ce pays depuis plus de huit ans.

Les Japonais friands d'algues de la Nouvelle-Écosse Un créneau à exploiter

L'entreprise spécialisée dans la culture, le traitement et la production d'algues de mer et de produits à base d'algues de mer à valeur ajoutée, n'a pas choisi par hasard de cibler le Japon, où les algues représentent 15 % du régime alimentaire de la population.

Importance de l'étude du marché et du produit

« C'est un des faits révélés par notre étude de marché approfondie, » mentionne le président de l'entreprise, M. Louis Deveau. « Un de nos employés a passé six mois au Japon pour y étudier les conditions et les exigences relatives à nos produits — avec le concours précieux du Service des délégués commerciaux du Canada. »

Après s'être assurée que le Japon cherchait effectivement à s'approvisionner en algues de culture, Acadian a lancé sur le marché alimentaire japonais une espèce unique d'algue de culture de couleur rose appelée Aka Hana-nori, vers le milieu des années 1990. Forte du succès de ce produit, l'entreprise a bientôt mis en marché une algue verte (Ao Hana-nori) et la première algue jaune de son espèce (Kiku Hana-nori).

« D'ailleurs, précise M. Deveau, cette première algue jaune comestible a été introduite sur le marché alimentaire japonais à la célèbre foire commerciale internationale **FoodEx 2001**, où Acadian Seaplants exposait ses produits au pavillon du Canada. Là encore, nous avons obtenu un bon coup de main du Service des délégués commerciaux à l'ambassade du Canada à Tokyo, qui a envoyé des invitations aux entreprises alimentaires pour visiter notre stand. »

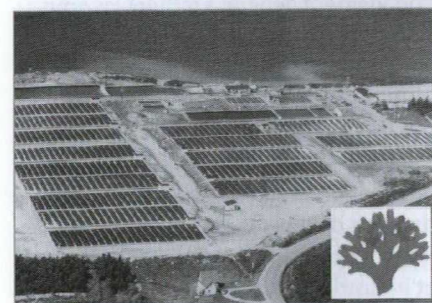
Outre le temps et les efforts consacrés à l'étude du marché, Acadian, qui fabrique des produits de grande qualité à base de

plantes marines depuis plus de 25 ans, a investi des sommes considérables dans la recherche et le développement pour créer des produits uniques. L'entreprise poursuit ses activités de recherche en vue de diversifier sa gamme de produits.

La qualité avant tout

Grâce à ces efforts, les produits d'Acadian sont distribués à l'échelle mondiale et l'entreprise est reconnue comme un fabricant de produits diversifiés, novateurs et de qualité supérieure.

Les algues de mer d'Acadian sont cultivées à l'intérieur des terres dans des bassins extérieurs d'eau de mer très purifiée qui sont soumis à des contrôles de qualité.



Vue aérienne des bassins de culture des algues d'Acadian Seaplants. En médaillon : Aka Hana-nori.

« L'attention particulière que nous accordons à la qualité a porté fruit à de nombreux égards, déclare fièrement M. Deveau. Nous avons obtenu un Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 1996 et, plus récemment, les Manufacturiers et Exportateurs du Canada nous ont décerné le Prix canadien de l'innovation de 2001 dans le domaine de la technologie pour nos produits alimentaires novateurs fabriqués à partir d'algues de culture. »

Pourtant, peu de Canadiens ont l'occasion de goûter aux aliments primés d'Acadian. Cela est peu surprenant puisque 98 % des produits de l'entreprise, notamment des additifs pour l'alimentation animale, des engrais, des aliments pour animaux, et des ingrédients pour la fabrication de produits de beauté et de santé

et pour l'industrie brassicole, sont exportés vers plus de 65 pays, le plus gros marché étant les États-Unis.

« Ces produits alimentaires canadiens uniques à base d'algues de mer ont obtenu un accueil exceptionnel au Japon, où la demande a rapidement augmenté, explique M. Hiroki Nakamoto, directeur des ventes et de la commercialisation, Division des aliments de l'entreprise.

« D'ailleurs, pour ce qui est de la demande, nous vendons au Japon absolument tout ce que nous pouvons produire. »

Les produits sont vendus aux détaillants, aux restaurants, aux hôtels, aux épiceries fines et aux établissements de restauration collective, tels que les hôpitaux et les universités. Ils peuvent servir à préparer des salades d'algues, garnir les sashimis ou agrémenter les soupes.

Ingrédients de la réussite

M. Nakamoto, qui va fréquemment au Japon pour rendre visite aux clients et explorer de nouveaux marchés, met aussi l'accent sur la qualité. « Pour percer un marché étranger, les produits, surtout les produits alimentaires, doivent être de qualité supérieure, insiste-t-il. Il faut aussi faire une étude poussée du marché, entretenir des liens étroits avec les clients, comprendre les structures et les règlements du marché, et se renseigner sur les exigences précises, telles que les certifications alimentaires. »

Il souligne qu'il faut évidemment très bien connaître le pays cible. Le personnel du service des délégués commerciaux du Canada peut aussi fournir de l'aide à ce chapitre.

« Enfin et surtout, il est très important d'avoir un représentant qui connaisse bien la langue du pays, observe-t-il en souriant. Dans mon cas, comme je suis d'origine japonaise, il est manifestement beaucoup plus facile de créer des liens solides entre le marché cible et mon entreprise. »

La valeur de ces conseils est confirmée par le succès retentissant d'Acadian au Japon.

Pour plus de renseignements, joindre M. Hiroki Nakamoto, directeur des ventes et de la commercialisation – Division des aliments, Acadian Seaplants Limited, tél.: (902) 468-2840, téléc.: (902) 468-3474, courriel : hnakamoto@acadian.ca internet : www.acadianseaplants.com

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

Au service des
**industries de l'aérospatiale
et de la défense**
en *Amérique latine*
et dans les *Antilles*

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Mexique

Peter Egyed
Délégué commercial
Ambassade du Canada
Mexico, Mexique
T : (011-52-5) 724-7900
F : (011-52-5) 724-7982

Chili

Gonzalo Munoz
Agent commercial
Ambassade du Canada
Santiago, Chili
T : (011-56-2) 362-9660
F : (011-56-2) 362-9664

Argentine

Barbara Brito
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Buenos Aires, Argentine
T : (011-54-11) 4805-3032, poste 3356
F : (011-54-11) 4806-1209

Colombie

Stéphanie Allard
Déléguée commerciale
Ambassade du Canada
Bogota, Colombie
T : (011-57-1) 657-9851
F : (011-57-1) 657-9915

Brésil

Júlia Mota
Agente commerciale
Consulat du Canada
Rio de Janeiro, Brésil
T : (011-55-21) 543-3004
F : (011-55-21) 275-2195

Équateur

Richard Dubuc
Délégué commercial
Ambassade du Canada
Quito, Équateur
T : (011-593-2) 250-6162, poste 3350
F : (011-593-2) 250-3108



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canadä

CanadExport

Hiver 2002

STONIE
UANIE

ometteurs en Estonie, en Lettonie et en
la construction et l'industrie forestière
cadre de son mandat visant à stimuler
ux du ministère des Affaires étrangères
nnes intéressées à élargir leurs marchés



LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Canadä

L'entreprise **Acadian Seaplants Limited** (www.acadianseaplants.com), de Dartmouth (Nouvelle-Écosse), a trouvé au Japon un créneau idéal pour ses algues de culture, qu'elle exporte vers ce pays depuis plus de 10 ans.

Les Japonais friands Un créneau

L'entreprise spécialisée dans la culture, le traitement et la production d'algues marines et de produits à base d'algues à valeur ajoutée, n'a pas choisi par hasard de cibler le Japon, où les algues représentent 15 % du régime alimentaire de la population.

Importance de l'étude du marché et du produit

« C'est un des faits révélés par notre étude de marché approfondie, » mentionne le président de l'entreprise, M. Louis. « Un de nos employés a passé six mois au Japon pour y étudier les conditions et les exigences relatives à nos produits avec le concours précieux du Service des délégués commerciaux du Canada. »

Après s'être assurée que le Japon achetait effectivement à s'approvisionner en algues de culture, Acadian a lancé sur le marché alimentaire japonais une algue unique d'algue de culture de couleur verte appelée Aka Hana-nori, vers le milieu des années 1990. Forte du succès de cette algue, l'entreprise a bientôt mis en marché une algue verte (Ao Hana-nori) et une algue jaune de son espèce (Hana-nori).

« D'ailleurs, précise M. Deveau, la première algue jaune comestible introduite sur le marché alimentaire japonais à la célèbre foire commerciale internationale **FoodEx 2001**, où Acadian exposait ses produits au nom du Canada. Là encore, nous avons obtenu un bon coup de main des délégués commerciaux à l'Ambassade du Canada à Tokyo, qui a émis des invitations aux entreprises algériennes pour visiter notre stand. »

Outre le temps et les efforts consacrés à l'étude du marché, Acadian, qui fabrique des produits de grande qualité à base

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Au service des entreprises canadiennes à l'étranger

*Au service des
industries de l'aérospatiale
et de la défense
en Amérique latine
et dans les Antilles*

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Guatemala

David Marshall

Délégué commercial

Ambassade du Canada

Guatemala, Guatemala

T : (011-502) 333-6102, poste 3804

F : (011-502) 333-6189

Pérou

Mark Strasser

Délégué commercial

Ambassade du Canada

Lima, Pérou

T : (011-511) 444-4015, poste 3358

F : (011-511) 444-4347

Jamaïque

Robert G. Farrell

Délégué commercial

Haut-commissariat du Canada

Kingston, Jamaïque

T : (876) 926-1500, poste 3350

F : (876) 511-3491

Uruguay

Patricia Wilson

Agente commerciale

Ambassade du Canada

Montevideo, Uruguay

T : (011-598-2) 902-2030, poste 3350

F : (011-598-2) 902-2029

Panama

Abdiel Basto

Agent commercial

Ambassade du Canada

Panama, Panama

T : (011-507) 264-7115, poste 3352

F : (011-507) 263-8083

Venezuela

Victor Stott

Agent commercial

Ambassade du Canada

Caracas, Venezuela

T : (011-58-212) 264-08-33, poste 3356

F : (011-58-212) 263-53-49

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

SUPPLÉMENT **CanadExport**

Hiver 2002

LES MARCHÉS ACTUELS EN ESTONIE, EN LETTONIE ET EN LITUANIE

Ce supplément spécial de CanadExport présente les débouchés les plus prometteurs en Estonie, en Lettonie et en Lituanie pour les produits agroalimentaires, les matériaux de construction, la construction et l'industrie forestière ainsi que les technologies de l'information et des communications. Dans le cadre de son mandat visant à stimuler le commerce international du Canada, le Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international est heureux de servir les entreprises canadiennes intéressées à élargir leurs marchés à l'exportation dans ces trois économies dynamiques.



Préparé par la Direction des pays baltes, de l'Europe centrale et de la Méditerranée orientale (REC) et ses agents de commerce en Europe

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canada

LETTRE de L'AMBASSADEUR DU CANADA en Estonie, en Lettonie et en Lituanie

Je suis très heureux de présenter aux lecteurs de *CanadExport* trois pays que les Canadiens devraient mieux connaître, puisqu'ils offrent de réelles occasions d'affaires pour les exportateurs et les investisseurs canadiens.

L'Estonie, la Lettonie et la Lituanie — souvent désignées collectivement comme les « pays baltes » — sont en réalité des nations distinctes, qui ont leur propre histoire et leurs caractéristiques particulières. Elles sont devenues des pays modernes et indépendants en 1918, mais leur épanouissement politique, économique et social entre les deux guerres mondiales a été entravé par les occupations soviétique, nazie et de nouveau soviétique entre 1940 et 1991. Cependant, depuis qu'elles ont retrouvé leur indépendance il y a une décennie, elles sont à l'avant-garde des économies de transition de l'Europe centrale et de l'Est. La population de chaque pays est relativement peu élevée, mais ensemble, les pays baltes représentent un marché dont la taille, mais pas encore le niveau de vie, équivaut à peu près à celle de la Suède, de l'Autriche ou de la Suisse. Ces pays sont bien situés au cœur de la région de la mer Baltique, région reliant plus de 120 millions de personnes et dont la croissance compte parmi les plus rapides en Europe. Tous trois membres de l'Organisation mondiale du commerce, ces pays préparent avec ardeur et enthousiasme leur candidature à l'Union européenne (UE) et à l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN).

Les trois économies baltes représentent l'une des plus belles réussites en Europe centrale et de l'Est. Leur produit intérieur brut (PIB) s'accroît à un taux de plus de 4 % par année. Leurs systèmes bancaires, qui sont étroitement liés aux pays scandinaves et à l'Allemagne, sont en bonne santé et leurs monnaies se sont révélées particulièrement stables. La couronne estonienne et le litas lituanien sont rattachés à l'euro, tandis que le lat letton est rattaché aux droits de tirage spéciaux du Fonds monétaire international. Leurs taux d'inflation ont été faibles ces dernières années, et les prix du logement, ainsi que d'autres biens et services sont raisonnables, comparativement à la plupart des autres pays européens.

Les trois pays ont de bons systèmes d'éducation et une main-d'œuvre bien formée et productive. Il est donc possible de trouver du personnel de haute qualité, et les agences de placement locales peuvent aider les entreprises qui s'établissent dans la région à trouver du personnel. Les trois pays ont adopté des lois et des règlements qui garantissent aux investisseurs étrangers les mêmes

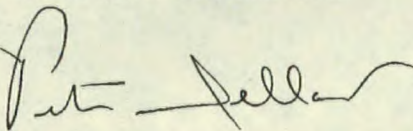
droits et leur imposent les mêmes obligations qu'aux entreprises locales. En outre, des lois sur la protection de l'investissement définissent et limitent le droit de nationalisation et d'expropriation, conformément aux normes occidentales.

Ce sont des pays d'une très grande richesse culturelle et où la qualité de vie est élevée. Malgré les guerres, les occupations et la destruction, l'architecture à Tallinn, à Riga et à Vilnius est très attrayante. Tallinn a un quartier médiéval harmonieux et bien conservé; Riga possède la plus forte concentration d'immeubles Art Nouveau en Europe; et Vilnius est la plus grande cité baroque au nord des Alpes. Les centres historiques de ces trois villes sont d'ailleurs inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Le nombre de cafés sympathiques, de bons restaurants, des boutiques de haute qualité et l'intense vie culturelle des trois capitales témoignent de l'aisance grandissante de la population et de son art de vivre. Un aspect important de la vie des trois capitales est la culture. Pour plus d'information, visitez « In Your Pocket » (au départ, une initiative canadienne) à : www.inyourpocket.com (en anglais seulement).

Même s'ils ne constituent pas les plus grands marchés en Europe, les pays baltes offrent des créneaux aux exportateurs et aux investisseurs les plus entreprenants. **L'ambassade du Canada à Riga** (www.dfait-maeci.gc.ca/dfait/missions/baltiks) et ses bureaux à Tallinn et à Vilnius seront heureux de vous conseiller et de vous aider dans l'exploration des marchés baltes. **Pour plus d'information**, visitez : www.infoexport.gc.ca.

Enfin, l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie ont des ambassades à Ottawa ainsi que des consulats à Toronto et dans d'autres villes canadiennes. Je vous invite à leur demander des conseils sur des partenariats éventuels et d'autres liens d'affaires dans leurs pays respectifs.

Bienvenue aux pays baltes. Nous avons hâte de vous rencontrer et de collaborer avec vous pour tisser de nouveaux liens d'affaires entre le Canada et les États baltes.



Peter McKellar

AGROALIMENTAIRE

» ESTONIE

Depuis une dizaine d'années, le secteur estonien de la transformation des aliments est passé d'un système de production de masse qui fournissait certains produits à l'Union soviétique à une industrie moderne et efficace capable de répondre aux exigences de l'UE. La transformation des aliments a toujours été le plus grand secteur industriel de l'Estonie. La production dans ce secteur en 2000 s'est établie à 0,56 milliard d'euros, ce qui représentait 25,1 % de la production industrielle estonienne (l'énergie et les mines exceptées) et 13 % des exportations, 27 % de la production de l'industrie de la transformation des aliments ayant été exportée. Le marché européen s'ouvre peu à peu aux producteurs estoniens, qui s'adaptent aux exigences de l'UE en matière d'hygiène, à mesure que l'UE accroît ses quotas à l'importation pour les produits estoniens.

Débouchés : L'Estonie offre des entreprises de qualité, qui se modernisent et grandissent rapidement, ainsi que de faibles coûts de production et des matières premières locales, dans un climat d'affaires favorable — faibles taux d'imposition, y compris une exonération d'impôt sur les bénéfices réinvestis — et une excellente situation géographique.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

Association de l'industrie alimentaire estonienne : www.toiduliit.ee (en anglais seulement)
Ministère de l'Agriculture : www.agri.ee (en anglais seulement)
Salon de l'alimentation (septembre) : www.profexpo.ee (en anglais seulement)

» LETTONIE

Le secteur agroalimentaire est surtout représenté par des entreprises locales en pleine restructuration et développement. La production laitière, l'élevage porcin, la pêche et la culture des céréales constituent les principaux sous-secteurs. La production de lait et de poisson satisfait pleinement la demande intérieure de produits de base, tandis que la production locale de viande ne comble que la moitié des besoins de consommation du pays. Un grand nombre de supermarchés et de chaînes d'alimentation ont ouvert leurs portes ces dernières années.

Débouchés : On recherche dans ce secteur de nouvelles technologies et des machines compétitives. Il y a un intérêt croissant pour les aliments santé et les aliments à usage diététique, ainsi que pour les produits et les emballages écologiques. Il y a plusieurs tendances positives dans ce secteur, tel l'investissement dans des technologies modernes et rentables et un accent accru sur une plus grande qualité des aliments. Les transformateurs de viande, de poisson et de produits laitiers font une différenciation entre leurs gammes de produits afin de rester compétitifs. La concurrence avec les fabricants d'aliments locaux, européens



ou américains comme Danone, Nestlé, Kellogg's, Santa Maria et Masterfoods est vive. La majeure partie de l'équipement de transformation est importée d'Europe et d'Amérique du Nord.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

Centre des aliments de Lettonie : www.packaging.lv/eng/pages/pcentrs.htm (en anglais seulement)
Ministère de l'Agriculture : www.zm.gov.lv (en anglais seulement)
Association de l'emballage : www.packaging.lv (en anglais seulement)
Salon de l'alimentation de Riga (septembre) : <http://sun.lcc.org.lv> (en anglais seulement)

» LITUANIE

Les secteurs de la transformation du lait, de la viande et du poisson sont les principaux sous-secteurs de l'industrie des aliments (44 % de la production agricole). Certaines de ces entreprises de transformation ont obtenu des attestations de qualité qui leur permettent d'exporter vers l'UE. L'industrie des aliments a récemment mis l'accent sur la qualité en investissant dans la modernisation technologique. De plus, ces derniers temps, on a constaté une augmentation de la concentration et de la consolidation des entreprises. L'importance de l'agriculture écologique, des produits à usage diététique et des produits écologiques continuera de croître. On trouve maintenant des supermarchés et des chaînes d'alimentation partout au pays, mais les consommateurs, étant donné leur pouvoir d'achat encore relativement modeste, demeurent très sensibles au prix.

Débouchés : Il y a des débouchés pour les aliments et les technologies à valeur ajoutée, surtout les aliments surgelés. L'emballage jouit d'une attention particulière, et il y a des débouchés pour les technologies d'emballage écologiques ainsi que pour le matériel d'emballage à l'intention des petites entreprises.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

Salon Agrobalt (mai), ou Salon de Zuvis (poisson) (novembre) : www.litexpo.lt (en anglais seulement)
Ministère de l'Agriculture : www.zum.lt (en anglais seulement)
Agence nationale de réglementation du marché des produits agroalimentaires : www.litfood.lt (en anglais seulement)
Agence nationale de protection des végétaux : www.vaat.lt (en anglais seulement)
Service vétérinaire national : www.vet.lt (en anglais seulement)

À partir du 1^{er} avril 2002, vous pourrez consulter une étude de marché à l'adresse suivante : www.infoexport.gc.ca

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION, CONSTRUCTION ET INDUSTRIES FORESTIÈRES

» ESTONIE

La construction est un secteur important de l'économie puisqu'elle représente environ 5,7 % du PIB. Elle arrive au sixième rang parmi les secteurs d'activité économique (523,6 millions de dollars américains en 2000, dont près de 50 % reliés à la rénovation et à la reconstruction). Plus de 2 900 entreprises sont actives dans le secteur, et quelques grandes sociétés occupent une large part du marché (MERKO, FKSM, EMV, Lemmink_inen Eesti et Skanska Ehitus). De grands chantiers de construction s'étendent maintenant dans des zones non aménagées à l'extérieur de la capitale. Des matériaux de construction (chaux, dolomite, gravier, argile et sable de moulage) sont obtenus sur place.

Débouchés : Le marché est attrayant parce qu'une main-d'oeuvre qualifiée et à bon marché, de même que des infrastructures de transport et de communication bien développées, contribuent à son expansion rapide. Il y a des débouchés dans certains créneaux pour les produits de finition intérieure, le ruban de finition, les revêtements de sol, les systèmes de ventilation et de chauffage, les nouveaux matériaux et les nouvelles technologies qui sont encore rares sur le marché, comme les technologies relatives aux piscines intérieures et extérieures, et les technologies de construction en métaux légers. Les produits canadiens sont concurrentiels du point de vue des prix et de la qualité (les conditions climatiques étant semblables), et l'Estonie constitue une porte d'entrée pour les marchés de l'Europe de l'Est et du Nord.

Les **industries du bois** de l'Estonie se sont restructurées rapidement au début des années 1990. De nos jours, le secteur forestier et les industries du travail du bois, y compris la transformation primaire

du bois, la fabrication de meubles et la production de pâtes et papiers, constituent le troisième secteur industriel du pays, avec 14,3 % de la production industrielle totale. La fabrication de meubles en 2000 a augmenté de 13,2 % comparativement à 1999. Les investissements étrangers ont joué un rôle vital dans la restructuration de l'industrie estonienne du bois. Une offre abondante de matières premières et une bonne base industrielle locale offrent d'excellentes possibilités d'investissement dans tous les sous-secteurs de cette industrie. La capacité accrue dans la transformation primaire crée de nouvelles possibilités d'établir des entreprises dans le secteur de la transformation secondaire.

Le sous-secteur de la **menuiserie et des immeubles préfabriqués** est l'un de ceux dont la croissance est la plus rapide dans le secteur de la fabrication. Les progrès récents dans les scieries et les séchoirs ont créé une bonne base pour l'expansion future du secteur. Les exportations ont triplé ces dernières années, et 60 % de la production est actuellement exportée — principalement en Allemagne, au Royaume-Uni et en Scandinavie.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

Portail de la construction en Estonie : www.buildingestonia.com (en anglais seulement)

Association estonienne des entrepreneurs en construction : www.hot.ee/eeel (en anglais seulement)

Association estonienne de l'industrie forestière : www.emtl.ee

Salon de la maison idéale (mai), Salon EstBuild (avril), Salon du bois et du meuble (octobre) : www.fair.ee (en anglais seulement)

» LETTONIE

L'industrie de la construction est l'un des secteurs qui croît le plus rapidement en Lettonie, puisque Riga et d'autres grandes villes sont en plein boom de la construction et de la rénovation. Un réseau solide et bien développé de détaillants de matériaux de construction a été établi. La production de matériaux de construction locaux s'est surtout confinée aux produits en ciment, aux briques et aux carrelages, ainsi qu'au bois d'oeuvre. Il y a une nette réorientation vers les matériaux et les technologies de construction de l'Ouest, puisque près de 80 % de tous les matériaux de construction sont importés, principalement d'Europe.

Débouchés : Il y a d'importants débouchés dans la rénovation et la restauration d'immeubles — depuis l'achèvement de la privatisation du secteur du logement. Il y a aussi une importante demande de la part des propriétaires qui veulent améliorer la qualité de leur maison, ce qui stimule le marché de la rénovation — ainsi que pour l'isolation des immeubles. La croissance la plus dynamique a été observée dans l'importation de matériaux de toiture, de revêtements de plancher, de tentures murales, de produits de finition d'intérieur et d'extérieur et de systèmes CVC. Les projets d'investissement dans la remise en état des infrastructures de transport et des services publics créent d'autres débouchés pour les services et les technologies du génie. Paroc, Isover, Velux, Bosch, Danfoss, Rannilla, Uponor, Knauf et Sadolin sont quelques-uns des grands concurrents dans le secteur.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

Association des entreprises lettones de construction, du bâtiment et de design, **courriel** : lba@latnet.lv

Centre de certification des matériaux de construction : <http://home.delfi.lv/bbanc> (en letton seulement)

Portail de la construction en Lettonie : www.building.lv (en letton seulement)

Salon Maja (mars et octobre)

» LITUANIE

La construction est l'un des secteurs les plus développés en Lituanie, avec environ 12 000 entreprises et 7 % de la population active. Environ 20 % des travaux de construction sont réalisés à l'étranger (en Russie, au Bélarus et en Ukraine). Les entreprises de construction utilisent des technologies modernes, des matériaux de haute qualité et une main-d'oeuvre spécialisée. La reconstruction, les réparations et la rénovation représentent les deux tiers de toute l'activité, et les nouvelles constructions, l'autre tiers.



Débouchés : Il y a une forte demande de matériaux de construction reliés aux rénovations et aux réparations. Les matériaux isolants comme la laine minérale, les produits en béton et en ferrociment, le plâtre, les briques, le contreplaqué, les panneaux de particules de bois, les portes et fenêtres, les tuyaux en plastique, les clous et les fils de métal sont fabriqués sur place. Néanmoins, les matériaux de construction canadiens se sont révélés concurrentiels au niveau des prix et de la qualité, et sont bien adaptés au climat lituanien (hiver froid et humide, été chaud). Les principales contraintes et difficultés sur le marché sont la concurrence (en particulier de la part des produits italiens, polonais et tchèques), ainsi que le pouvoir d'achat relativement peu élevé. Une stratégie proposée pour pénétrer le marché consiste à faire appel à un distributeur local.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

Salon Resta (mars), Salon Statyba (octobre) : www.litexpo.lt (en anglais seulement)

Association des entrepreneurs en construction lituaniens : **courriel** : lisa@post.omnitel.net

Association de l'industrie lituanienne de la construction : **courriel** : scancem@post.omnitel.net

Centre de certification des matériaux de construction : www.spsc.lt (en anglais seulement)

À partir du 1^{er} avril 2002, vous pourrez consulter une étude de marché à l'adresse suivante : www.infoexport.gc.ca

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS



» ESTONIE

Débouchés : Le gouvernement de l'Estonie, grâce à ses politiques et à ses initiatives innovatrices, aide les entreprises à faire du secteur de la technologie de l'information l'un des secteurs qui présente la croissance la plus rapide au pays. L'infrastructure des télécommunications de l'Estonie est moderne, et ses systèmes ont été presque entièrement numérisés ces dernières années.

Aujourd'hui, on trouve en Estonie près de 200 entreprises de TI, qui emploient plus de 3 000 personnes hautement qualifiées. Un certain nombre d'entreprises offrent des services de formation et d'intégration. Les ingénieurs estoniens se démarquent entre autres par leurs compétences dans les domaines des logiciels à l'intention des banques, des logiciels comptables et des systèmes de chiffrement.

Bon nombre de jeunes entreprises estoniennes ont mis au point leurs propres produits de TI et réussissent à les commercialiser avec succès, tant sur les marchés locaux qu'étrangers.

Un autre exemple des applications de pointe qui ont été acceptées par la société est l'adoption rapide du commerce électronique par les entreprises estoniennes. L'utilisation largement répandue d'Internet, combinée à la demande soudaine de nouvelles façons de faire des achats en ligne, a mené à l'apparition de fournisseurs de services de commerce électronique.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

- Société des technologies de l'information de l'Estonie : www.eits.ee (en anglais seulement)
- Salon des technologies résidentielles (mai) : www.fair.ee (en anglais seulement)

» LETTONIE

L'industrie des technologies de l'information et des communications a affiché une croissance rapide depuis le début des années 1990. La qualité des systèmes de télécommunication et de transmission des données est élevée, étant donné leur

modernisation et les nouveaux réseaux sans fil. Le nombre d'utilisateurs de téléphones mobiles a augmenté de plus de 20 % depuis un an, et le nombre d'internautes, de 55 %. L'accès à Internet est presque universel dans les grands centres urbains, et les prix diminuent d'année en année.

Débouchés : Les produits novateurs et de haute qualité ont des débouchés en Lettonie. Les entreprises lettones fabriquent et exportent des logiciels à un coût très concurrentiel, assemblent des ordinateurs pour les marchés locaux, et adaptent des logiciels américains à l'intention des marchés de l'Europe de l'Est. Les entreprises occidentales entrent sur le marché en établissant des partenariats avec des entreprises locales, en ouvrant des succursales et en achetant des actions dans des entreprises locales bien établies.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

- Baltic Data House : www.bmf.lv (en anglais seulement)
- Baltic IT Review : www.ebaltics.com (en anglais seulement)
- Salon des TIC (mars-avril), Salon des communications (novembre)
- Association de télécommunications de Lettonie : www.telecom.lv (en letton seulement)

» LITUANIE

Cette industrie connaît l'une des croissances des plus rapide en Lituanie. Le marché qui a commencé par la distribution de matériel comprend désormais tous les grands secteurs. En termes absolus, la consommation de technologies de l'information (TI) est plus faible en Lituanie qu'en Pologne et en Russie, mais elle est de 30 % plus élevée en pourcentage du PIB. Le marché est très éclaté, et comprend environ 140 sociétés actives. En 2000, le secteur des télécommunications s'est accru de 32 %. Les téléphones mobiles représentent près du tiers de ce marché. L'on s'attend à ce que 36 % de la population utilise des téléphones

mobiles en 2002. L'Internet vient au deuxième rang parmi les secteurs en croissance rapide, du point de vue du développement du secteur et de ses revenus, avec une croissance annuelle de 400 %. La Lituanie a adopté la *Loi sur la signature électronique* en même temps que les États-Unis, et la politique du gouvernement consiste à appuyer le commerce électronique et une infrastructure interentreprises numérique.

Débouchés : L'intégration à l'Europe exigera une modification radicale des systèmes de TI dans la plupart des secteurs commerciaux, ainsi que dans le secteur public (y compris la police, les douanes et les services de sécurité). Ces facteurs devraient contribuer à la croissance des ventes de matériel et de logiciels et aux services de TI (intégration des systèmes et des réseaux). La privatisation de l'entreprise lituanienne de télécommunications, suivie d'importants investissements dans le réseau à

lignes fixes, et l'expansion de l'utilisation des téléphones mobiles en Lituanie, contribuent également au développement rapide du secteur des TI.

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS :

- Association des sociétés lituaniennes de TIC : www.infobalt.lt (en anglais seulement)
- Salon Infobalt (octobre)
- Fournisseurs de services Internet : www.on.lt www.lithuania.lt/isp.htm (en anglais seulement)
- Société de téléphone de la Lituanie : www.telecom.lt (en anglais seulement)

À partir du 1^{er} avril 2002, vous pourrez consulter une étude de marché à l'adresse suivante : www.infoexport.gc.ca

AUTRES SOURCES DE RENSEIGNEMENTS

Les entreprises intéressées à exporter ou à investir dans les pays baltes devraient également communiquer avec Exportation et développement Canada (www.edc.ca) et avec l'Agence canadienne de développement international, dont le programme Renaissance Europe de l'Est peut offrir divers types d'aide (www.acdi-cida.gc.ca). De plus, l'Association commerciale Canada-Estonie ([courriel : canembt@uninet.ee](mailto:canembt@uninet.ee)) et l'Association commerciale Canada-Lettonie (www.clba.lv), toutes deux fondées en 1999, élargissent sans cesse leurs réseaux de contacts et peuvent donner de bons conseils aux entreprises canadiennes intéressées à explorer ces marchés. Le *Baltic Course* fournit aux décideurs des renseignements précis sur les faits nouveaux les plus importants dans les pays baltes et la région de la mer Baltique. Il est publié tous les trimestres en anglais et en russe. Visitez : www.baltkurs.com (en anglais seulement). Le Baltics Small Equity Fund (BSEF) est une entreprise de capital de risque de développement qui investit dans de petites et moyennes entreprises en Estonie, en Lettonie et en Lituanie. Le BSEF investit dans des sociétés axées sur la croissance et dans des entreprises fiables (sociétés de portefeuille), et leur offre un partenariat financier et des services d'assistance technique. Les lignes directrices du BSEF en matière d'investissement sont affichées à : www.bsef.ee (en anglais seulement). À noter que le BSEF est géré par le Fonds d'assistance à la petite entreprise (Small Enterprise Assistance Funds) : www.seafweb.org (en anglais seulement).

» ESTONIE

Des coûts en main-d'oeuvre concurrentiels, une population active qualifiée et des compétences en gestion locale constituent les principaux avantages de l'Estonie pour des investissements provenant de sociétés locales et étrangères. En 2000, le revenu mensuel brut moyen en Estonie était d'environ 435 \$.

L'agence d'évaluation des titres Moody's a déclaré que les perspectives (de stables à positives) des banques estoniennes

témoignent de la consolidation du secteur bancaire et de la présence d'investisseurs stratégiques étrangers (67 % de l'ensemble du capital-actions du secteur). Elle a ajouté que les indicateurs de base du secteur sont solides et que la qualité du crédit est satisfaisante, compte tenu de la nature émergente de l'économie du pays. En 2001, l'Organisation de coopération et de développement économiques a fait remarquer que le secteur financier estonien est l'un des plus développés parmi tous les pays en transition. **Pour plus d'information** sur la Banque d'Estonie, visitez : www.ee/epbe (en anglais seulement).

Grâce à son accès facile aux riches marchés de la Scandinavie et du nord de l'Europe, l'Estonie constitue un excellent tremplin pour la production et l'exportation. D'après le plus récent indice de Heritage Foundation, l'Estonie arrive au quatrième rang dans le monde en ce qui concerne la liberté économique.

L'Estonie fait partie de la zone en franchise de douane de l'UE, mais les coûts de démarrage et d'exploitation d'une entreprise y sont beaucoup moins élevés que dans les pays membres de l'UE. De plus, l'Estonie n'a pratiquement pas de droits de douanes (sauf pour le secteur agroalimentaire). Des politiques économiques libérales et un excellent climat d'affaires ont permis une croissance continue de l'investissement direct étranger (IDE). Le pays a reçu plus de 2,5 milliards de dollars américains en IDE, ce qui représente environ 50 % du PIB, et n'est dépassé que par la Hongrie en Europe centrale et de l'Est, en ce qui concerne les investissements étrangers par habitant.

POUR PLUS D'INFORMATION :

- Institut estonien de culture, d'histoire, de vie sociale, de nature et d'économie : www.einst.ee (en anglais seulement)
- Agence estonienne d'investissement — établie en 1994 pour promouvoir l'IDE : www.eia.ee (en anglais seulement)
- Ministère des Affaires étrangères : www.vm.ee

» LETTONIE

Le système bancaire letton a été occidentalisé et est reconnu à l'échelle internationale. Il est stable et sûr, les capitaux circulent librement et sont convertibles. La Lettonie a conclu des accords de promotion et de protection de l'investissement avec de nombreux pays, dont le Canada, et a signé les grandes conventions internationales. Le pays a eu de bonnes cotes pour les investissements, en raison du niveau peu élevé de sa dette, de sa stabilité politique, des réformes économiques et des progrès accomplis pour son adhésion à l'UE. Visitez : www.bankasoc.lv (en anglais seulement).

Des zones franches peuvent être créées et exploitées dans l'UE. Le code des douanes letton étant inspiré du code de l'UE, cela permet la création et l'exploitation de zones franches et d'entrepôts sous douane. Deux ports francs et deux zones économiques spéciales (ZES) ont été créés en Lettonie ces dernières années. Le **port franc de Riga** est administré comme un port franc britannique; la principale responsabilité du contrôle des marchandises qui circulent en franchise à Riga est assumée par l'exploitant du port, qui informe l'administration des douanes. Dans la **ZES de Rezekne**, les investisseurs admissibles ont droit à une réduction de l'impôt foncier, ainsi que de l'impôt sur les biens et sur les revenus. Le **port franc de Ventspils**, principal port sur la Baltique, compte parmi les quinze plus importants ports de l'Europe en ce qui a trait au volume des marchandises transportées. Le port est le plus important terminal de transbordement de pétrole brut et de produits pétroliers et le plus important terminal de transbordement de produits chimiques liquides sur la Baltique. Il est le deuxième terminal de transbordement de potasse dans le monde. Visitez : www.ventspils.lv (en anglais seulement). La ZES de Liepaja SEZ est la troisième ville en importance en Lettonie. Ses avantages pour les investisseurs comprennent des infrastructures, des autoroutes et un réseau de chemin de fer qui relie Liepaja aux grandes régions industrielles de la Russie et de la Communauté des États indépendants. Pour une période de 20 ans, les entreprises établies dans la ZES auront droit à de généreux encouragements fiscaux. Visitez : www.liepaja-sez.lv (en anglais seulement).

POUR PLUS D'INFORMATION :

- Bureau de la statistique : www.csb.lv (en anglais seulement)
- Renseignements commerciaux généraux : www.zl.lv (en anglais seulement)
- Renseignements sur les entreprises lettones : www.lursoft.lv (en anglais seulement)
- Chambre de commerce et de l'industrie de la Lettonie (organisation non gouvernementale, politiquement neutre d'entreprises lettones de divers secteurs économiques et qui fournit des renseignements sur les 50 plus grandes entreprises lettones ainsi que sur les foires commerciales) : www.chamber.lv (en anglais seulement)
- Agence lettone de développement (pour des conseils sur l'investissement étranger) : www.lda.gov.lv (en anglais seulement)
- Latvian Economic Bulletin (publication mensuelle qui fournit des renseignements sur les priorités, les projets et les programmes du gouvernement et que l'on peut obtenir gratuitement pendant cinq jours) : www.leta2000.com (en anglais seulement)
- Institut letton (concernant surtout la culture lettone) : www.latinst.lv (en anglais seulement)
- Office du tourisme de la Lettonie : www.latviatravel.com (en anglais seulement)
- Ministère de l'Économie : www.lem.gov.lv (en anglais seulement)

» LITUANIE

La Lituanie se caractérise par d'excellentes infrastructures, dont des routes de même qualité qu'en Europe reliant les grands centres industriels, un port libre de glace bien développé (Klaipeda), des frais d'exploitation peu élevés (parmi les plus bas en Europe centrale et en Europe de l'Est), une main-d'œuvre particulièrement instruite et à faible coût, un gouvernement très favorable aux affaires, d'excellentes relations avec ses voisins, des rapports harmonieux avec ses minorités, une monnaie stable et une inflation peu élevée. La Lituanie a réussi à jeter des bases solides pour créer une économie favorable aux affaires et pleine de débouchés, axée sur une croissance soutenue à long terme. Avec ses canaux de distribution éprouvés, la Lituanie est le principal couloir Est-Ouest de la région. Des accords de libre-échange ont été signés avec les pays limitrophes. De plus, un accord sur le commerce et l'investissement a été conclu entre le Canada et la Lituanie, ainsi qu'une convention fiscale. La Lituanie a également signé les grandes conventions internationales de promotion et de protection de l'investissement.

La **Zone franche de Klaipeda** est un parc industriel et commercial de 500 acres au coeur du plus grand port de Lituanie. Elle est l'un des meilleurs endroits sur la Baltique et offre de nombreux encouragements fiscaux aux entreprises. Visitez : www.fe.zl (en anglais seulement).

POUR PLUS D'INFORMATION, VISITEZ :

- Renseignements généraux : www.lithuania.lt
- Chambre de commerce de la Lituanie (pour les possibilités en Lituanie) : www.chambers.lt (en anglais seulement)
- Agence Lituanienne de développement (un partenaire local pour les entreprises étrangères intéressées à investir ou à acheter des produits) pour les débouchés, les modalités et la marche à suivre : www.lda.lt (en anglais seulement)
- Renseignements touristiques : www.travel.lt (en anglais seulement)

POUR PLUS D'INFORMATION :

- À RIGA, LETTONIE :**
Dominique Rossetti, conseiller commercial
Téléphone : 011 371 783 0141
Courriel : dominique.rossetti@dfait-maeci.gc.ca
Irena Cirpuse, agente de commerce **Téléphone :** 011 371 783 0141
Courriel : irena.cirpuse@dfait-maeci.gc.ca
- À VILNIUS, LITUANIE :**
Egle Jurkeviciene, agente de programmes
Téléphone : 011 370 2 497 865 **Courriel :** eglej@canada.lt
- À TALLINN, ESTONIE :**
Marina Asari, agente de programmes
Téléphone : 011 372 6 273 311 **Courriel :** canada@uninet.ee
- À OTTAWA, CANADA :**
François Michaud, chargé de dossiers, Estonie, Lettonie et Lituanie **Téléphone :** (613) 996-7107
Courriel : francois.michaud@dfait-maeci.gc.ca



Au service des industries de l'aérospatiale et de la défense

Événement(s) à venir au Canada

Rencontre annuelle de l'Association des industries aérospatiales du Canada du 22 au 23 septembre 2002
Ottawa, Ontario
www.aiac.ca

Associations nationales

Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC)
www.aiac.ca

Association de transport aérien du Canada (ATAC)
www.atac.ca

Association des industries de défense du Canada (CDIA)
www.cdia.ca

Personne-ressource au Service des délégués commerciaux

Mark Richardson
Délégué commercial
Industries de l'aérospatiale et de la défense
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario), K1A 0G2
T : (613) 996-3644
F : (613) 943-1103
C : mark.richardson@dfait-maeci.gc.ca

Études de marchés et profils sectoriels* disponibles

Afrique sub-saharienne et Moyen-Orient

- Afrique du Sud, Cameroun, Maroc

Amérique latine et Antilles

- Le marché de l'aérospatiale

Mexique

- Le marché mexicain des technologies océaniques et marines à bord des bateaux
- Les marchés de l'aérospatiale et du développement aéroportuaire

FEUX SUR LA CHINE ET HONG KONG

de architectes ouvelle Chine



Le service des délégués commerciaux du consulat général du Canada à Guangzhou nous ont été extrêmement utiles. Ils nous ont donné des séances d'information, aidé à établir des contacts et offert leur appui. Je ne crois pas que j'aurais pu réussir sans eux.»

La conception avant tout

M. Wong poursuit en expliquant comment son entreprise en est venue à s'intéresser au marché de la construction en Chine : « C'est le hasard qui m'y a emmené. Toronto était jumelée à la ville de Chongqing. M. Art Eggleton, maire de Toronto de 1980 à 1991, m'a choisi pour représenter le secteur des équipements techniques de Toronto en 1986. Plus tard, voulant construire à Chongqing un gratte-ciel de 110 étages, les autorités de cette ville ont décidé de faire appel à moi. C'était en 1994 et depuis, les projets se sont succédé les uns les autres.»

« Le secteur chinois des équipements techniques a beaucoup changé, fait remarquer M. Wong. Les Chinois commencent à apprécier les services de conception de qualité qu'offre le marché libre. Ils commencent à rechercher la qualité.»

Cependant, l'engagement qui lie M. Wong à la Chine transcende les affaires. Il a récemment donné avec M. Larry Richards, doyen de la Faculty of Architecture, Landscape and Design (ALD) de l'université de Toronto, une série de conférences qui les a emmenés dans sept villes chinoises. Leurs conférences



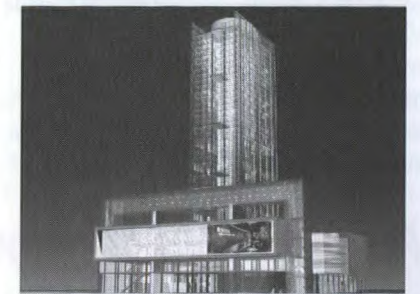
mettaient l'accent sur une valeur rare : la créativité.

Selon M. Wong, les architectes chinois apprennent vite. Toutefois, il s'empresse d'ajouter : « Mais les architectes canadiens ne cèdent pas leur place. Nous sommes tout simplement les meilleurs.»

Des tuyaux d'un expert

La Chine offre d'intéressantes perspectives pour les architectes et concepteurs. De plus, M. Wong est d'avis que le système d'éducation et le rude climat du Canada ont inculqué aux architectes formés au Canada la créativité, cet atout si important.

« Les Canadiens sont bien perçus dans le marché chinois, explique M. Wong, et c'est en partie grâce à la promotion qu'y fait le gouvernement canadien des entreprises canadiennes ainsi qu'à l'excellent travail qu'y a fait le docteur Bethune.»



Guangdong Mobile Communications, Guangzhou.

Il n'en demeure pas moins que les débouchés à l'étranger doivent être envisagés avec prudence. Parlant de l'industrie canadienne de l'architecture, M. Wong adresse cette recommandation aux exportateurs : « Les entreprises canadiennes n'ont que des ressources relativement petites; aussi, pour réussir, leur faut-il orienter et cibler leurs efforts judicieusement.»

Croyez-en M. Wong, un expert de ce nouveau marché, pour qui il faut :
• comprendre le pays et connaître le marché, donc bien se documenter;
• parler à ceux qui font déjà des affaires à l'étranger;
• faire appel aux délégués commerciaux (www.infoexport.gc.ca).

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brandon Geithner, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-7256, courriel : brandon.geithner@dfait-maeci.gc.ca

» LETTONIE

Le système bancaire letton a été occidentalisé et est reconnu à l'échelle internationale. Il est stable et sûr, les capitaux circulent librement et sont convertibles. La Lettonie a conclu des accords de promotion et de protection de l'investissement avec de nombreux pays, dont le Canada, et a signé les grandes conventions internationales. Le pays a eu de bonnes cotes pour les investissements, en raison du niveau peu élevé de sa dette, de sa stabilité politique, des réformes économiques et des progrès accomplis pour son adhésion à l'UE. Visitez : www.bankasoc.lv (en anglais seulement).

Des zones franches peuvent être créées et exploitées dans l'UE. Le code des douanes letton étant inspiré du code de l'UE, cela permet la création et l'exploitation de zones franches et d'entrepôts sous douane. Deux ports francs et deux zones économiques spéciales (ZES) ont été créés en Lettonie ces dernières années. Le **port franc de Riga** est administré comme un port franc britannique; la principale responsabilité du contrôle des marchandises qui circulent en franchise à Riga est assumée par l'exploitant du port, qui informe l'administration des douanes. Dans la **ZES de Rezekne**, les investisseurs admissibles ont droit à une réduction de l'impôt foncier, ainsi que de l'impôt sur les biens et sur les revenus. Le **port franc de Ventspils**, principal port sur la Baltique, compte parmi les quinze plus importants ports de l'Europe en ce qui a trait au volume des marchandises transportées. Le port est le plus important terminal de transbordement de pétrole brut et de produits pétroliers et le plus important terminal de transbordement de produits chimiques liquides sur la Baltique. Il est le deuxième terminal de transbordement de potasse dans le monde. Visitez : www.ventspils.lv (en anglais seulement). La ZES de Liepaja SEZ est la troisième ville en importance en Lettonie. Ses avantages pour les investisseurs comprennent des infrastructures, des autoroutes et un réseau de chemin de fer qui relie Liepaja aux grandes régions industrielles de la Russie et de la Communauté des États indépendants. Pour une période de 20 ans, les entreprises établies dans la ZES auront droit à de généreux encouragements fiscaux. Visitez : www.liepaja-sez.lv (en anglais seulement).

POUR PLUS D'INFORMATION :

Bureau de la statistique : www.csb.lv (en anglais seulement)
Renseignements commerciaux généraux : www.zl.lv (en anglais seulement)

Renseignements sur les entreprises lettones : www.lursoft.lv (en anglais seulement)

Chambre de commerce et de l'industrie de la Lettonie (organisation non gouvernementale, politiquement neutre d'entreprises lettones de divers secteurs économiques et qui fournit des renseignements sur les 50 plus grandes entreprises lettones ainsi que sur les foires commerciales) : www.chamber.lv (en anglais seulement)

Agence lettone de développement (pour des conseils sur l'investissement étranger) : www.ida.gov.lv (en anglais seulement)

Latvian Economic Bulletin (publication mensuelle qui fournit des renseignements sur les priorités, les projets et les programmes du gouvernement et que l'on peut obtenir gratuitement pendant cinq jours) : www.lata2000.com (en anglais seulement)

Institut letton (concernant surtout la culture lettone) : www.latinst.lv (en anglais seulement)

Office du tourisme de la Lettonie : www.latviatravel.com (en anglais seulement)

Ministère de l'Économie : www.lem.gov.lv (en anglais seulement)

» LITUANIE

La Lituanie se caractérise des routes de même qualité industrielles, un port libre d'exploitation peu élevés en Europe de l'Est), une main-d'œuvre à faible coût, un gouvernement lentement relations avec ses voisins, une monnaie stable a réussi à jeter des bases solides aux affaires et pleine de confiance soutenue à long terme. Avec la Lituanie est le principal centre de libre-échange ont été : un accord sur le commerce Canada et la Lituanie, ainsi a également signé les grands promotion et de protection

La **Zone franche de Klaipėda** de 500 acres au cœur du pays, des meilleurs endroits sur encouragements fiscaux (en anglais seulement).

POUR PLUS D'INFORMATION :

Renseignements généraux :
Chambre de commerce et de l'industrie en Lituanie) : www.chamber.lt
Agence Lituanienne de développement pour les entreprises étrangères (des produits) pour les entreprises étrangères suivre : www.ida.lt (en anglais seulement)
Renseignements touristiques

POUR PLUS D'INFORMATION :

À RIGA, LETTONIE :

Dominique Rossetti, agente commerciale
Téléphone : 011 371 7777
Courriel : dominique.rossetti@ida.gov.lv
Irena Cirpuse, agente commerciale
Courriel : irena.cirpuse@ida.gov.lv

À VILNIUS, LITUANIE :
Egle Jurkeviciene, agente commerciale
Téléphone : 011 370 2222

À TALLINN, ESTONIE :
Marina Asari, agente commerciale
Téléphone : 011 372 6666

À OTTAWA, CANADA :
François Michaud, chargé de clientèle Lituanie et Lettonie
Téléphone : 613 996-7256
Courriel : francois.michaud@ida.gov.ca



Profils sectoriels :

- Chili, Colombie

Asie-Pacifique Chine

- Le marché du développement aéroportuaire
- Les marchés de l'aérospatiale et du développement aéroportuaire en Chine
- Le marché de l'aviation civile

Inde

- Le marché du développement aéroportuaire

Profils sectoriels :

- Chine, Philippines, Singapour, Viêt-nam

Europe Royaume-Uni

- Le marché de l'aérospatiale

Profils sectoriels :

- Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Fédération de Russie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Italie, Norvège, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Suisse, Turquie, Ukraine

États-Unis d'Amérique Atlanta, Miami

- Le marché de l'entretien, de la réparation et de la révision des aéronefs

Buffalo

- Le matériel de sécurité et des services

Chicago

- Le marché de l'aérospatiale militaire

Dallas

- Le marché de l'aérospatiale du nord du Texas

Minneapolis

- Le marché de l'aérospatiale et de la défense dans les États du Haut-Midwest

New York

- Le matériel de sécurité et des services de police

Profils sectoriels :

- Boston, Los Angeles, San Francisco, San Jose, Minneapolis, Seattle, Washington D.C.

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

www.infoexport.gc.ca

Bâtir une réputation solide

MHKW, architectes d'une nouvelle Chine

« Pour les architectes d'excellence, la Chine offre des perspectives illimitées », s'exclame M. Michael H.K. Wong, qui est bien placé pour le savoir. Son cabinet torontois de concepteurs et d'architectes, **MHKW Architects Inc.**, a récemment remporté trois contrats dans le sud de la Chine. « L'avenir est plein de promesses. »

MHKW Architects Inc. (www.mhkw.com) a obtenu un contrat en vue de la conception de l'immeuble de 41 étages qui abritera Guangdong Mobile Communications à Guangzhou, du Centre des arts et de la culture à Zhongshan ainsi que du village de Waishen Qian, dans le cadre du projet de renouvellement urbain de Zhuhai. L'entreprise torontoise est de toute évidence très florissante, remportant chacun des marchés internationaux qu'elle a soumis en Chine.

Le secteur chinois de la construction connaît lui-même un essor fulgurant, stimulé par la hausse du niveau de vie et la croissance démographique. L'institution d'un régime hypothécaire et la reconnaissance du droit de propriété individuelle ont aussi grandement contribué à ouvrir ce marché.

« Canadien par choix et par adoption », M. Wong a fait ses études et obtenu son diplôme d'ingénieur à Taiwan et puis son diplôme d'architecte à l'université du Manitoba en 1966. Fier du succès de son entreprise, il en partage volontiers le mérite avec d'autres. « Les agents commer-



Centre des arts et de la culture, Zhongshan.

ciaux du consulat général du Canada à Guangzhou nous ont été extrêmement utiles. Ils nous ont donné des séances d'information, aidé à établir des contacts et offert leur appui. Je ne crois pas que j'aurais pu réussir sans eux. »

La conception avant tout

M. Wong poursuit en expliquant comment son entreprise en est venue à s'intéresser au marché de la construction en Chine : « C'est le hasard qui m'y a emmené. Toronto était jumelée à la ville de Chongqing. M. Art Eggleton, maire de Toronto de 1980 à 1991, m'a choisi pour représenter le secteur des équipements techniques de Toronto en 1986. Plus tard, voulant construire à Chongqing un gratte-ciel de 110 étages, les autorités de cette ville ont décidé de faire appel à moi. C'était en 1994 et depuis, les projets se sont succédés les uns les autres. »

« Le secteur chinois des équipements techniques a beaucoup changé, fait remarquer M. Wong. Les Chinois commencent à apprécier les services de conception de qualité qu'offre le marché libre. Ils commencent à rechercher la qualité. »

Cependant, l'engagement qui lie M. Wong à la Chine transcende les affaires. Il a récemment donné avec M. Larry Richards, doyen de la Faculty of Architecture, Landscape and Design (ALD) de l'université de Toronto, une série de conférences qui les a emmenés dans sept villes chinoises. Leurs conférences

mettaient l'accent sur une valeur rare : la créativité.

Selon M. Wong, les architectes chinois apprennent vite. Toutefois, il s'empresse d'ajouter : « Mais les architectes canadiens ne cèdent pas leur place. Nous sommes tout simplement les meilleurs. »

Des tuyaux d'un expert

La Chine offre d'intéressantes perspectives pour les architectes et concepteurs. De plus, M. Wong est d'avis que le système d'éducation et le rude climat du Canada ont inculqué aux architectes formés au Canada la créativité, cet atout si important.

« Les Canadiens sont bien perçus dans le marché chinois, explique M. Wong, et c'est en partie grâce à la promotion qu'y fait le gouvernement canadien des entreprises canadiennes ainsi qu'à l'excellent travail qu'y a fait le docteur Bethune. »



Guangdong Mobile Communications, Guangzhou.

Il n'en demeure pas moins que les débouchés à l'étranger doivent être envisagés avec prudence. Parlant de l'industrie canadienne de l'architecture, M. Wong adresse cette recommandation aux exportateurs : « Les entreprises canadiennes n'ont que des ressources relativement petites; aussi, pour réussir, leur faut-il orienter et cibler leurs efforts judicieusement. »

Croyez-en M. Wong, un expert de ce nouveau marché, pour qui il faut :

- comprendre le pays et connaître le marché, donc bien se documenter;
- parler à ceux qui font déjà des affaires à l'étranger;
- faire appel aux délégués commerciaux (www.infoexport.gc.ca).

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brandon Geithner, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-7256, courriel : brandon.geithner@dfait-maeci.gc.ca

Débouchés du COAI

THAÏLANDE — Lingots d'aluminium — La Metropolitan Electricity Authority (MEA) (www.mea.or.th/english) invite à soumissionner (offre n° MP5-8934-WBX) la fourniture de lingots d'aluminium. Coût de la demande : 30 \$ US. Date de clôture : **3 mai 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec la Foreign Procurement Division de la MEA. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Pradit Suveeranont, directeur, Metropolitan Electricity Authority (MEA), Purchases and Stores Department, 121 Chakpetch Road, Bangkok 10200, Thaïlande, tél.: (011-66-2) 221-2841, téléc.: (011-66-2) 224-2468, courriel : suporn@mea.or.th Communiquer aussi avec M. Praphimphan Dumrisomkul, adjoint commercial, ambassade du Canada à Bangkok, téléc.: (011-66-2) 636-0568, courriel : praphimphan.dumrisomkul@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **020204-00493**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Bangkok).

THAÏLANDE — Projet de production d'énergie photovoltaïque à Mae Hong Son — L'Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT) invite à soumissionner (offre n° EGAT 1/2545-MHS-PV) la construction de la centrale de production d'énergie photovoltaïque de Mae Hong Son, incluant la fourniture des matériaux et de l'équipement. Coût des documents de soumission (disponibles jusqu'au 25 avril 2002) : 67 \$ US. Date de clôture : **8 mai 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Wuttichai Tepparape, Electricity Generating Authority of Thailand, Room No. 503, Building T 083, Bang Krui, Nonthaburi 11130, Thaïlande, tél.: (011-66-2) 436-4382, 436-1382, téléc.: (011-66-2) 433-6317, 433-5523. Communiquer aussi avec M. Niparat Pornruangsap, ambassade du Canada à Bangkok, téléc.: (011-66-2) 636-0568, courriel : niparat.pornruangsap@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **020212-00642**. (Avis communiqué



Le Centre des occasions d'affaires internationales

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

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

par l'ambassade du Canada à Bangkok). ✨
Occasions d'affaires du COAI : www.iboc.gc.ca

Assainir l'environnement en Grèce — Suite de la page 9

Le bassin densément peuplé de l'Attique est le plus affecté, mais d'autres régions commencent aussi à souffrir. À Athènes, où se concentre près de la moitié de la population (plus de 40 %), les problèmes de gestion des déchets et de pollution atmosphérique sont particulièrement aigus. Les grandes destinations touristiques ont souvent besoin d'aide pour réussir à traiter le volume accru de déchets causé par l'afflux de visiteurs chaque été.

Au cours de la dernière décennie, des incendies ont détruit des milliers d'acres de forêts et de terres agricoles chaque année, entraînant de graves conséquences à long terme pour l'environnement. Des programmes de reboisement ont été entrepris pour remédier à la situation.

Initiatives gouvernementales

Le gouvernement utilise plusieurs stratégies pour réduire la pollution.

- Dans les grands centres urbains, on limite la circulation automobile du centre-ville, on introduit graduellement des autobus écologiques, et on met en service un réseau de métro.

- Athènes compte maintenant une usine de recyclage ultramoderne, un centre de recyclage de pneus et un incinérateur de déchets médicaux. Pour soutenir un développement durable, on procède aussi à la constitution d'un registre national des terres et on introduit des règlements de zonage pour certaines usines.
- On encourage les propriétaires de maisons à changer à des modes de chauffage plus écologiques, et on développe un réseau de distribution de gaz naturel dans les grandes villes.

Débouchés

Les systèmes échelonnables permettant la désalinisation de l'eau et l'exploitation d'énergies renouvelables dans les îles grecques et les régions éloignées, les systèmes de lutte contre la pollution industrielle et de réduction des déchets, les systèmes de lutte contre les incendies et de gestion des ressources naturelles et les outils de reboisement constituent des débouchés pour les entreprises canadiennes.

Les entreprises canadiennes devraient donc viser les créneaux de la haute tech-

nologie qui peuvent donner lieu à des partenariats avec des entreprises de l'UE ou locales. Il faut absolument avoir un partenaire local.

Accès au marché

La lourdeur de la bureaucratie est un des principaux obstacles dans le secteur de l'environnement en Grèce. Les procédures d'approbation sont complexes, les coûts pour l'obtention d'un permis sont élevés, et les décisions relatives aux questions environnementales sont en outre compliquées par le chevauchement des secteurs de compétence des organismes gouvernementaux.

Dans ce secteur, les principaux protagonistes sont l'Allemagne, l'Italie, le Danemark, les Pays-Bas et les États-Unis, dont le succès dépend souvent des offres de financement intéressantes pour faire pencher la balance en leur faveur.

Pour plus de renseignements, joindre M^{me} Marianna Saropoulos, agente commerciale, ambassade du Canada à Athènes, tél.: (011-30-10) 727-3351, téléc.: (011-30-10) 727-3460, courriel : marianna.saropoulos@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/gr ✨

Dernière chance de soumettre une candidature

Prix d'excellence à l'exportation 2002

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a établi les Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 1983 pour souligner le dur travail et les réalisations des exportateurs canadiens. On honore les finalistes et les lauréats des prix à l'occasion d'une cérémonie spéciale de remise des prix, à laquelle assistent plus de 400 gens d'affaires et exportateurs canadiens, et on leur rend hommage d'un bout à l'autre du pays pour leurs réalisations remarquables en qualité de champions à l'exportation du Canada.



Les entreprises admissibles doivent avoir leur siège au Canada et avoir exporté activement depuis au moins trois ans. Les candidatures aux Prix d'excellence à l'exportation canadienne sont examinées par un comité de sélection composé de dirigeants d'entreprises privées et d'industries canadiens. Dans son choix des finalistes et des lauréats, le comité est guidé, entre autres, par les critères suivants :

- augmentations importantes des ventes à l'exportation au cours des trois dernières années financières

Ateliers sur la probité en matière de commerce : gérer la nouvelle réalité mondiale

À TRAVERS LE CANADA — 12 avril-24 mai 2002 — Exportation et développement Canada (EDC) (www.edc.ca) parraine la série d'ateliers organisés partout au Canada par la Chambre de Commerce du Canada et les Manufacturiers et Exportateurs du Canada.

Ces ateliers visent à exposer les risques et les obligations qui vont de pair avec la conduite des affaires à l'échelle internationale. Ils couvriront des sujets tels que :

comment bien utiliser les directives internationales concernant les normes du commerce international, la façon d'aborder les questions de corruption et de concussion, comment conduire les affaires dans les zones de conflit ou dans des contextes difficiles, et la nouvelle directive d'EDC en matière d'évaluation environnementale.

Lieux et dates des ateliers :

- OTTAWA — 12 avril 2002
- MONTRÉAL — 16 mai 2002
- TORONTO — 22 mai 2002
- CALGARY — 23 mai 2002
- VANCOUVER — 24 mai 2002



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

Pour plus de renseignements, appeler à frais virés (866) 775-1816 ou s'inscrire en ligne à www.dameco.com/businessintegrity/ ou encore communiquer avec M^{me} F. Daniela Pizzuto, conseillère en communications, EDC, tél.: (613) 598-6829, courriel : dpizzuto@edc.ca ✨

- succès dans la présentation de nouveaux produits et services sur les marchés mondiaux
- succès à s'implanter sur de nouveaux marchés

Pour obtenir davantage d'informations ou pour obtenir un formulaire de candidature, cliquer sur l'adresse internet des Prix d'excellence à l'exportation canadienne www.infoexport.gc.ca/awards-prix Nous encourageons les entreprises à soumettre leur candidature par courriel. Si elles n'ont pas accès à l'internet, elles peuvent communiquer avec M^{me} Lucille Latrémouille-Dyett, agent des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, MAECI, tél.: (613) 944-2395. La date limite des candidatures est le **31 mars 2002**. ✨

À noter

Le 28 février 2002, l'ambassade du Canada au Caire, en Égypte, a aménagé ses nouveaux bureaux au : 26 Kamel, El Shenawy St., Garden City, Le Caire, Égypte, tél.: (011-20-2) 794-3110, téléc.: (011-20-2) 794-7659, courriel : cairo-td@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/eg ✨



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.



Expomin 2002 à Santiago

SANTIAGO, CHILI — 7-11 mai 2002 — Expomin est la plus grande et la plus prestigieuse foire commerciale des mines de l'Amérique latine. Tenue tous les deux ans, elle est recommandée pour tous les aspects du secteur minier autres que la prospection. En 2000, Expomin a présenté 2 300 exposants et attiré 43 000 visiteurs. Parallèlement à l'exposition se tiendra le VII^e congrès international des mines de l'Amérique latine.

À la foire de cette année, le gouvernement du Canada sera représenté par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Ressources naturelles Canada (RNCAN), Export et développement Canada (EDC) et la Corporation commerciale canadienne (CCC). Conjointement avec divers gouvernements provinciaux, il donnera son appui aux exposants canadiens du secteur privé.

Le développement des activités minières au Chili au cours de la dernière décennie ainsi que l'afflux des nouveaux projets miniers ont créé une grande demande de matériel minier. Les importations, qui représentent environ 80 % du marché du matériel minier, étaient évaluées à 700 millions de dollars en 2001.

La présence du Canada dans l'exploitation minière locale s'est considérablement accrue ces dernières années. Les investissements canadiens légalement permis dans le secteur minier ont dépassé 7,5 milliards \$, et les fournisseurs canadiens de matériel et de services miniers se font constamment plus visibles sur le marché chilien. En effet, de nombreux fournisseurs ont signé des accords commerciaux, comme par exemple pour établir des coentreprises avec les firmes locales afin d'imposer une présence concurrentielle sur le marché et de tirer également parti de l'expertise, des relations et des compétences locales.

Grâce à la conclusion de l'Accord de libre-échange Canada-Chili, la plupart des équipements miniers sont désormais admis en franchise au Chili, ce qui procure un avantage concurrentiel de plus aux fournisseurs canadiens qui ont déjà une bonne réputation pour leur technologie avancée et leur méthodologie innovatrice dans le domaine des mines.

Comme par le passé, l'association canadienne des exportateurs d'équipements et de services miniers (Canadian Association of mining equipment and services for export) (www.camese.org),

(CAMESE), est en train d'organiser la tenue du pavillon du Canada à Expomin 2002. Cette année, l'association travaille en collaboration avec Ressources naturelles Canada (www.NRCAN-RNCAN.gc.ca) pour élaborer des activités visant à faire connaître le Canada et à aider les exposants au pavillon du Canada. Un montant total de 165 000 \$ est prévu pour payer les frais de publicité supplémentaire, d'installation d'un coin d'accueil des entrepreneurs au pavillon, et d'intensification des occasions de réseautage. Les fonds proviendront de la campagne d'image de marque du Canada, qui vise à accroître la notoriété du Canada comme fournisseur de produits et de services de haute qualité à valeur ajoutée.

Fondée en 1981, CAMESE est le porte-parole national des exportateurs de matériel et de services miniers du Canada. Les entreprises membres, installées dans tout le pays, fournissent la plus grande partie des produits et des services nécessaires à une bonne exploitation minière.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire comme exposant au pavillon du Canada à Expomin 2002, communiquer avec CAMESE, tél. : (905) 513-0046, courriel : minesupply@camese.org internet : www.camese.org ✪

Secteur de la réforme judiciaire et légale

Mission commerciale auprès de La Banque mondiale et de la Banque interaméricaine de développement à Washington

WASHINGTON, D.C. — 15-17 mai 2002 — Le World Trade Centre Montréal (www.wtcmontreal.com/wbjur) et Team Canada Inc (http://exportsource.gc.ca/heading_e.cfm?HDG_ID=57) invitent les organismes œuvrant aux activités de réforme judiciaire et légale dans les secteurs public et privé de prendre part à une mission commerciale auprès de la Banque mondiale (www.worldbank.com) et de la Banque interaméricaine de développement (www.iadb.org).

Cette mission commerciale, qui s'adresse particulièrement à ceux qui ont une certaine expérience internationale, donnera aux participants l'occasion de se familiariser avec le fonctionnement et les mécanismes d'attribution des contrats des banques multilatérales de

développement, qui investissent annuellement 35 milliards \$US dans les économies en développement, et d'explorer ainsi les occasions d'affaires générées par ces investissements pour les Canadiens. Les participants assisteront à des réunions avec des spécialistes sectoriels et des représentants canadiens de haut niveau, en poste à ces banques.

La réforme judiciaire et légale représente un aspect important des projets de développement réalisés par la Banque mondiale, qui a investi 2,1 milliards \$US dans des projets de réforme judiciaire. La portée de ces projets va de la réforme des réglementations concernant les valeurs mobilières et de l'administration des tribunaux à l'établissement des cadres juridiques nécessaires à la priva-

tisation des industries qui ont été nationalisées.

La Banque interaméricaine de développement considère que la réforme judiciaire et légale est au cœur de son mandat. Ses prêts destinés à l'amélioration de l'application et de l'administration de la justice dans les pays en développement totalisaient 1,9 milliard \$US en 2001. Ces prêts servent à appuyer des projets de modernisation des tribunaux, d'amélioration des lois sur la concurrence et de réforme d'institutions juridiques visant une meilleure gouvernance.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Élisabeth Laferrrière, World Trade Centre Montréal, tél. : (514) 849-3593 ou 1-877-590-4040, courriel : elaferrriere@wtcmontreal.com ✪

Salons et conférences au calendrier

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

TORONTO (ONTARIO) — 17-19 avril 2002 — Salon Chinese Business Expo and Conference. Pour renseignements : www.chinesebusinessexpo.com

VANCOUVER (C.-B.) — 21-22 avril 2002 — Grocery Showcase West. Pour renseignements : M^{me} April Ryan, La Fédération canadienne des épiciers indépendants, (416) 492-2311 poste 224, april.r@cfg.ca

MASCATE, OMAN — 21-24 avril 2002 — Salon Oil & Gas West Asia Conference and Exhibition. Pour renseignements : www.ogwaexpo.com.om ou M. Imad Ararat, ambassade du Canada à Riyad, imad.ararat@dfait-maeci.gc.ca ou M. Maher Abou-Guendia, MAECI, maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca

BRUXELLES, BELGIQUE — 23-25 avril 2002 — Salons European Seafood Exposition et Seafood Processing Europe. Pour renseignements : food@divcom.com ou www.euroseafood.com ou www.europrocessing.com ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/be

BEYROUTH, LIBAN — 24-28 avril 2002 — Exposition-conférence internationale sur la technologie de l'information et la bureautique pour le Moyen-Orient Telecom Middle East 2002 et CompEX 2002, et exposition-conférence internationale sur le commerce électronique pour le Moyen-Orient E-Commerce Middle East 2002. Pour renseignements : www.ifp.com.lb/telecom02/ ou www.ifp.com.lb/compex02/ ou M^{me} Sophie Legendre, ambassade du Canada à Beyrouth, sophie.legendre@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/lb

HONG KONG — 28 avril-1^{er} mai 2002 — Hospital Authority Convention 2002. Pour renseignements : www.ha.org.hk/haconvention/hac2002/orgmsg.html ou M. Paul Hui, huipkp@ha.org.hk ou M^{me} Fatima Lai, consulat général du Canada, fatima.lai@dfait-maeci.gc.ca

TÉHÉRAN, IRAN — 28 avril-2 mai 2002 — Geomatics Conference and Exhibition. Pour renseignements : M^{me} Azar Zanganeh, ambassade du Canada, azar.zanganeh@dfait-maeci.gc.ca

DUBLIN, IRLANDE — 30 avril-1^{er} mai 2002 — Salon EirTronics. Pour renseignements : M. John Sullivan, ambassade du Canada à Dublin, john.sullivan@dfait-maeci.gc.ca

TORONTO (ONTARIO) — 3-5 mai 2002 — Exposition Canadian International Automotive Show — Pour renseignements ou pour s'inscrire : M^{me} Kristina Cluff, AIA Canada, (613) 728-5821 poste 230, kristina@aiaacanada.com ou www.aiaacanada.com

BOLOGNE, ITALIE — 7-9 mai 2002 — Lineapelle — 7-10 mai 2002 — Simac. Pour renseignements : lineapelle@unic.it ou www.lineapelle-fair.it et exhibition@assomac.it ou www.simac-fair.com ou M^{me} Carmen Travagin, consulat général du Canada à Milan, milan-td@dfait-maeci.gc.ca ou www.canada.it

MELBOURNE, AUSTRALIE — 7-9 mai 2002 — Salon TCF International, Giftware International, and Homeware & Furnishing International. Pour renseignements : M^{me} Sharon Lethbridge, slethbridge@ausexhibit.com.au ou www.ausexhibit.com.au

NOVI SAD, YOUGOSLAVIE — 12-20 mai 2002 — Foire internationale de l'agriculture International Agricultural Fair. Pour renseignements : www.nsfair.com/kalendar/poljoprivredapro/epoziv.html ou M^{me} Tatjana Grujicic, ambassade du Canada à Belgrade, tatjana.grujicic@dfait-maeci.gc.ca

BRUXELLES, BELGIQUE — 14-16 mai 2002 — Telecom cTy (anciennement TM@B). Pour renseignements : info@tmab.be et www.tmab.be ou M. Paul Desbiens, ambassade du Canada à Bruxelles, paul.desbiens@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/be

GENÈVE, SUISSE — 14-16 mai 2002 — Exposition-conférence Vitafoods International. Pour renseignements : www.vitafoods.co.uk ou info@palexpo.ch ou M. Werner Naef, ambassade du Canada à Berne, werner.naef@dfait-maeci.gc.ca ou www.canada-ambassade.ch

LIMA, PÉROU — 14-17 mai 2002 — Peru Gold, 5^e symposium et salon international sur l'or. Pour renseignements ou pour s'inscrire au pavillon du Canada : CAMESE, (905) 513-0046, minesupply@camese.org ou www.camese.org

BEYROUTH, LIBAN — 14-18 mai 2002 — Salon professionnel international sur la technologie de la construction, les produits du bâtiment, l'équipement et la technologie environnementale pour le Liban et le Moyen-Orient Project Lebanon; et salon professionnel international du Moyen-Orient sur l'électricité, les commandes, l'éclairage et la climatisation pour le Moyen-Orient Elecon Middle East. Pour renseignements : www.ifp.com.lb/pl02/ et www.ifp.com.lb/elecon02/ ou M^{me} Grace Dib, ambassade du Canada à Beyrouth, grace.dib@dfait-maeci.gc.ca ou www.infoexport.gc.ca/lb

DUBLIN, IRLANDE — 15-16 mai 2002 — The Energy Show. Pour renseignements : M. John Sullivan, ambassade du Canada en Irlande, john.sullivan@dfait-maeci.gc.ca

TOKYO, JAPON — 15-17 mai 2002 — Salon international des ingrédients et des additifs alimentaires International Food Ingredients and Additives Exhibition — 9-11 octobre 2002 — Foire des aliments diététiques Health Ingredients Japan. Agriculture et Agroalimentaire Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international organisent la participation canadienne à ces deux salons. Pour renseignements : M. Mike Price, Agriculture et Agroalimentaire Canada, (613) 759-7509, pricewm@em.agr.ca

STOCKHOLM, SUÈDE — 16-17 mai 2002 — Canadian Wireless Companies Mission - Journée de la Canadian Swedish Business Association (CSBA). Pour renseignements : www.csba.a.se

TÉHÉRAN, IRAN — 19-22 mai 2002 — Iran Agrofood 2002. Pour renseignements : Voir page 16 - Salons

Salons et conférences au calendrier

— Suite de la page 15

www.fairtrade-messe.de ou M. Ali Mir, ambassade du Canada à Téhéran, ali.mir@dfait-maeci.gc.ca

TEL AVIV, ISRAËL — 20-22 mai 2002 — Salon du bricolage DIY 2002. Pour renseignements : M^{me} Leora Elkies, Israel Trade Fairs and Convention Centre, leora@fairs.co.il ou www.israel-trade-fairs.com/2000 ou M^{me} Suzanne Szukits, ambassade du Canada à Tel Aviv, suzanne.szukits@dfait-maeci.gc.ca ou www.dfait-maeci.gc.ca/telaviv

LONDRES, R.-U. — 21-23 mai 2002 — International Wine Trade Fair. Pour renseignements : M. Ian Thomson, haut-commissariat du Canada à Londres, ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca

MONTRÉAL (QUÉBEC) — 23, 24 et 25 mai 2002 — Montreal International Interior Design Show (SIDIM). Pour renseignements : M^{me} Hélène Guinois, h.guinois@sidim.com

BRUNÉI DARUSSALAM — 27-30 mai 2002 — GASEX 2002, 7^e conférence-exposition pour l'échange d'informations sur le gaz. Pour renseignements : M^{me} Mew Yee Yap, haut-commissariat du Canada à Brunéi Darussalam, mewyee.yap@dfait-maeci.gc.ca ou www.gasex2002.com ou pour s'inscrire : michael@bruneibay.net

SYDNEY, AUSTRALIE — 28-30 mai 2002 — Salon CeBIT Australia. Pour renseignements : M. Robert Grison, Canadian Export Development Inc., (613) 825-9916, ou ccd@sympatico.ca

MELBOURNE, AUSTRALIE — 2-5 juin 2002 — Salon Designbuild. Pour renseignements : designbuild@ausexhibit.com.au ou www.designbuildexpo.com.au ou M. Kevin Skauge, consulat général du Canada à Sydney, kevin.skauge@dfait-maeci.gc.ca

TORONTO (ONTARIO) — 8-12 juin 2002 — Salon BIO 2002. Pour renseignements : www.bio2002.org ou M^{me} Yvonne Gruenthaler, MAECI, yvonne.gruenthaler@dfait-maeci.gc.ca

BIRMINGHAM, R.-U. — 9-11 juin 2002 — Salon de mets ethniques European Ethnic Food Show. Pour renseignements : M. Ian Thomson, haut-commissariat du Canada à Londres, ian.thomson@dfait-maeci.gc.ca

TÉHÉRAN, IRAN — 10-14 juin 2002 — Salon de la construction et de l'exploitation minière IranConMin. Pour renseignements : www.imag.de ou teran-td@dfait-maeci.gc.ca

HONG KONG — 11-14 juin 2002 — Asian Elenex 2002, 10^e exposition asiatique internationale sur l'électricité, le génie électronique, la technologie de l'éclairage, la ventilation et le chauffage, et Asian Securitex 2002, 7^e exposition-conférence asiatique internationale sur la sécurité, la prévention et la protection contre l'incendie. Pour renseignements : info@unilinkfairs.com ou www.unilinkfairs.com ou (613) 549-0404 ou M^{me} Eunice Wong, consulat général du Canada à Hong Kong, eunice.wong@dfait-maeci.gc.ca

ALGER, ALGÉRIE — 13-24 juin 2002 — Foire Internationale d'Alger (FIA), 35^e salon international d'Alger. Pour renseignements : www.safex.com.dz ou l'ambassade du Canada à Alger, alger-td@dfait-maeci.gc.ca

LE CAIRE, ÉGYPTÉ — 17-19 juin 2002 — Exposition-conférence Healthcare Middle East 2002 et exposition Beauty and Fitness 2002. Pour renseignements : info@trade-links.org ou www.trade-links.org ou M. Magdy Ghazal, ambassade du Canada au Caire, magdy.ghazal@dfait-maeci.gc.ca

FARMVILLE, VIRGINIE — 22-23 juin 2002 — Salon 2002 Arts Business Institute. Pour renseignements : www.americancraft.com ou (410) 889-2933 poste 224.

SANA'A, YÉMEN — 24-25 juin 2002 — Yémen International Oil and Gas Conference. Pour renseignements : www.ibcgulf.com/yemen ou M. Imad Arafat, ambassade du Canada à Riyad, imad.arafat@dfait-maeci.gc.ca

SHANGHAI, CHINE — 27-30 juin 2002 — Foire commerciale des technologies de l'information ELE/EXPO COMM SHANGHAI 2002. Pour renseignements : M. Murray King, consulat général du Canada à Shanghai, murray.king@dfait-maeci.gc.ca

ALGER, ALGÉRIE — 23-26 septembre 2002 — Salon Alger Telecom 2002. Pour renseignements : www.fairtrade-messe.de/uk/ ou M. Rachid Benhacine, ambassade du Canada à Alger, rachid.benhacine@dfait-maeci.gc.ca

DOUBAÏ, É. A. U. — 13-17 octobre 2002 — Salon pour les professionnels des technologies de l'information et des télécommunications GITEX DUBAI 2002. Pour renseignements : www.gitex.com/gitex2002.html ou M^{me} Jillian Shaw, jillian.shaw@dwtc.com ou M. Fouad Soueid, consulat du Canada à Doubaï, fouad.soueid@dfait-maeci.gc.ca

TÉHÉRAN, IRAN — 20-23 octobre 2002 — Iran Telecom 2002. Pour renseignements : www.fairtrade-messe.de ou M. Ali Mir, ambassade du Canada à Téhéran, ali.mir@dfait-maeci.gc.ca

TEL AVIV, ISRAËL — 21-24 octobre 2002 — Foire internationale pour le secteur du travail du bois Timber. Pour renseignements : www.stier.co.il/SG_ENG/timber/main_tim.htm ou expo@stier.co.il ou M^{me} Suzanne Szukits, ambassade du Canada à Tel Aviv, suzanne.szukits@dfait-maeci.gc.ca

DOUBAÏ, É. A. U. — 26-30 octobre 2002 — Salon de la construction Big 5. Pour renseignements : www.dmgindex.com/big5_pages/big5_home.html ou dmg@emirates.net.ae ou M^{me} Sanam Shahani, consulat du Canada à Doubaï, sanam.shahani@dfait-maeci.gc.ca

SINGAPOUR — 29 octobre-1^{er} novembre 2002 — Exposition-conférence internationale sur la technologie des hydrocarbures OSEA 2002. Pour renseignements : www.osea-asia.com ou le haut-commissariat du Canada à Singapour, chctrade@magix.com.sg ou www.infoexport.gc.ca/sg

CommunicAsia2002

La 14^e exposition-conférence internationale des technologies de l'information et des communications en Asie
www.communicasia.com

BroadcastAsia2002

La 8^e exposition-conférence internationale des technologies de la radiodiffusion et du multimédia en Asie
www.broadcast-asia.com

SINGAPOUR

Conférence : 17-21 juin 2002

Exposition : 18-21 juin 2002

CommunicAsia et BroadcastAsia sont des salons incontournables pour les entreprises canadiennes du secteur des technologies de l'information et des communications (TIC) s'intéressant à un marché comptant plus d'un demi-milliard de consommateurs. Singapour est considérée comme l'épicentre du commerce, des investissements et des TIC de ce marché. Des représentants de toute la région Asie-Pacifique prendront part à ces deux salons; des participants venus des immenses marchés de la Chine, du Japon et des États-Unis y sont aussi attendus. L'année dernière, plus de 50 entreprises canadiennes ont participé aux salons CommunicAsia et BroadcastAsia à titre de visiteur ou d'exposant.



Équipe Canada inc. • Team Canada Inc.

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

CommunicAsia2002

La 14^e exposition-conférence internationale des technologies de l'information et des communications en Asie
Conférence : 17-21 juin 2002, exposition : 18-21 juin 2002

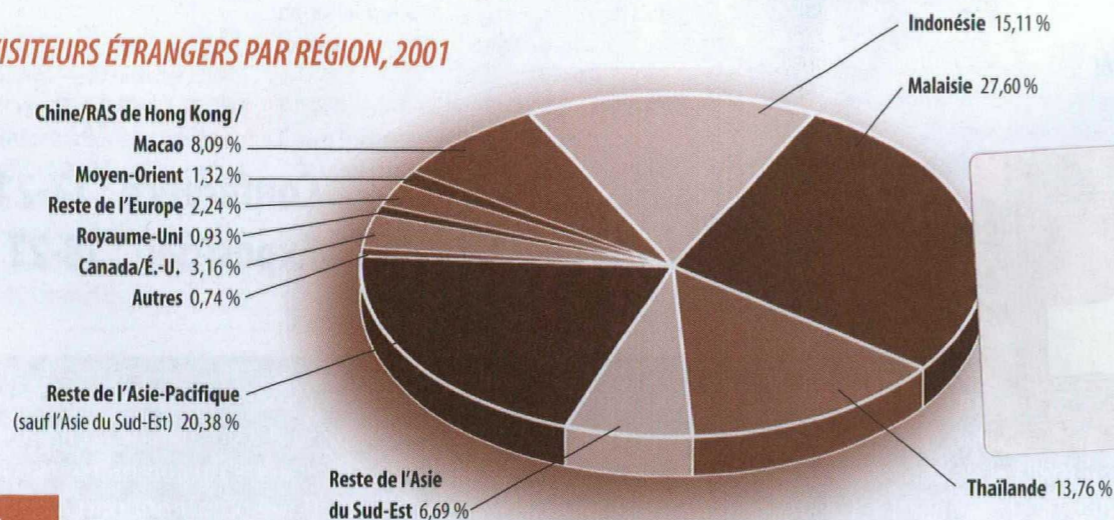
L'année dernière, **CommunicAsia** a connu le plus grand succès de son histoire. Dépassant tous les records précédents, il a attiré 48 883 visiteurs commerciaux. Originaires de 54 pays, 2 371 participants y ont présenté leurs toutes dernières technologies.

CommunicAsia 2002 aura lieu encore cette année à Singapour et les produits de pointe qui y seront exposés éblouiront les représentants de l'industrie des technologies de l'information et des communications.

Il est prévu que le marché des services de téléphone fixes de la région Asie-Pacifique connaîtra un taux annuel de croissance de 9 % au cours des quelques prochaines années pour atteindre 208 milliards de dollars américains d'ici 2005. Le marché des télécommunications de l'Asie-Pacifique sera alors plus grand que celui de l'Europe et équivaldra aux deux tiers de celui des États-Unis. Le marché du commerce électronique de l'Asie-Pacifique devrait valoir 7 milliards de dollars américains d'ici 2005. Quel que soit le domaine de ce secteur qui vous intéresse, le potentiel du marché de l'Asie-Pacifique est tel que **CommunicAsia 2002** est un événement à ne pas manquer.

CommunicAsia 2002 se tiendra au centre Singapore Expo.

VISITEURS ÉTRANGERS PAR RÉGION, 2001



INVITATION

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Patrimoine canadien et Industrie Canada encouragent le secteur canadien des technologies de l'information et des communications à participer aux salons **CommunicAsia** et **BroadcastAsia 2002**.

Les avantages en sont notamment :

- une excellente occasion de présenter les toutes dernières innovations canadiennes à des acheteurs internationaux intéressés;
- la chance de participer à un forum de mise en partenariat avec d'autres entreprises faisant déjà des affaires sur les marchés étrangers, tant en Asie du Sud-Est qu'ailleurs;
- la possibilité d'acquérir du capital-risque provenant de marchés étrangers.

Les services suivants seront mis à la disposition des entreprises de la mission d'Équipe Canada inc participant aux salons **CommunicAsia/BroadcastAsia 2002** : appui sur place fourni par le Service des délégués commerciaux du Canada, tournée préliminaire de la région en vue de prospecter le marché, rencontres individuelles organisées au préalable avec des partenaires asiatiques potentiels, et « réception Fête du Canada » à l'intention des membres de la délégation canadienne ainsi que d'acheteurs, d'investisseurs, de partenaires et de fonctionnaires asiatiques choisis.

BroadcastAsia2002

La 8^e exposition-conférence internationale des technologies de la radiodiffusion et du multimédia en Asie
Conférence : 17-21 juin 2002, exposition : 18-21 juin 2002

Le secteur de la radiodiffusion en Asie est en pleine évolution et a pris beaucoup d'envergure ces dernières années. Le progrès rapide et la convergence des technologies sont à l'origine de changements remarquables. Au cours des 12 derniers mois, des commandes considérables de mise à niveau ont été effectuées, des nouveaux projets ont été entrepris et des initiatives pour ouvrir les marchés de la radiodiffusion à d'importants investissements étrangers ont été lancées.

BroadcastAsia 2002 mettra en vedette une gamme complète des meilleurs produits de médiatique. Principal salon de l'Asie dans ce domaine, **BroadcastAsia** exposera les plus récentes technologies liées, entre autres, à la télévision interactive, à la transmission à large bande, aux séquences médias, aux appareils photo numériques, aux câblesélecteurs et aux commutateurs. Si votre entreprise veut faire des affaires en Asie, participez à **BroadcastAsia 2002**!

En 2001, **BroadcastAsia** a attiré 10 196 acheteurs. Suite à l'immense succès remporté l'année dernière, la portée de l'événement sera élargie encore davantage en 2002. Il s'agit du plus important rassemblement en Asie des principaux décideurs de l'industrie de la radiodiffusion.

BroadcastAsia 2002 se tiendra au centre international des congrès et des expositions Suntec Singapore.

Pour plus de renseignements sur ces événements et d'autres à venir, communiquez avec la Direction de l'Asie du Sud-Est du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en composant le (613) 996-5824 ou le 995-1189, ou consultez notre site Web (www.dfait-maeci.gc.ca).

ÉQUIPE CANADA INC OFFRE DE NOMBREUX AUTRES AVANTAGES!

Consultez le site sur les technologies de l'information et des communications d'Équipe commerciale Canada : www.ttcinfotech.com

Ce site offre de l'aide aux entreprises qui font leurs premières armes en matière d'exportation ainsi qu'à celles qui se préparent à exporter ou qui souhaitent élargir leurs marchés internationaux.

Cet outil vous fournit de l'information sur les marchés, une liste d'activités incluant les foires commerciales et les missions vers des marchés spécifiques, des contacts importants et des liens utiles. Par exemple, vous pouvez y trouver de l'information au sujet du salon ITU Telecom Asia 2002, qui se tiendra à Hong Kong du 2 au 7 décembre 2002.

CommunicAsia2002

MobileCommAsia2002

New! SatComm2002

CommunicAsiaOnline

eBiz2002

NetworkAsia2002

BroadcastAsia2002

Professional AudioTechnology2002

CableSat2002

ComGraphics & Animation2002

CommunicAsia2002



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

BroadcastAsia2002

Singapour / 17-21 juin 2002

RÉSERVEZ MAINTENANT!

- CommunicAsia 2002 BroadcastAsia 2002

À QUEL TITRE PARTICIPEREZ-VOUS À CA/BA 2002? (COCHER UNE CASE OU PLUS)

- Exposant au salon* Visiteur Membre éventuel d'Équipe Canada inc

TYPE DE PRODUITS, SERVICES OU NOUVEAUX MÉDIAS TIC

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="radio"/> Électronique grand public | <input type="radio"/> Matériel de télécommunications | <input type="radio"/> Matériel informatique |
| <input type="radio"/> Composants électroniques | <input type="radio"/> Fils et câbles de transmission | <input type="radio"/> Instrumentation |
| <input type="radio"/> Télévision par câble | <input type="radio"/> Services de télécommunications | <input type="radio"/> Logiciels et services informatiques |
| <input type="radio"/> Vente en gros de TIC | <input type="radio"/> Location de machines de bureau | <input type="radio"/> Télévision/Télévision interactive |
| <input type="radio"/> Animation | <input type="radio"/> Contenu pour applications sans fil | <input type="radio"/> Élaboration de logiciels en 2D/3D |

PRIORITÉS EN MATIÈRE D'EXPORTATION (PAYS/RÉGION VISÉS)

SECTEUR DU MARCHÉ

DÉCRIVEZ VOTRE EXPÉRIENCE EN MATIÈRE D'EXPORTATION

NOM DE LA PERSONNE-RESSOURCE TITRE COMPAGNIE/ORGANISME

ADRESSE POSTALE VILLE PROVINCE/TERRITOIRE CODE POSTAL

TÉLÉPHONE () TÉLÉCOPIEUR () COURRIEL ADRESSE WEB

Prière de réserver MAINTENANT par téléphone ou télécopieur auprès de la :

Direction de l'Asie du Sud-Est, Commerce • Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international • Télécopieur : (613) 944-1604 • Téléphone : (613) 996-5824

*Si cela vous intéresse d'exposer au salon **CommunicAsia 2002** ou au salon **BroadcastAsia 2002**, cliquez sur www.unilinkfairs.com/flyers/comasiaapp.pdf ou www.unilinkfairs.com/flyers/basiaapp.pdf, ou communiquez directement avec M. Derek Complin d'UNILINK, tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528.

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