

Entente de COOPÉRATION Canada - provinces de l'Atlantique sur la

Promotion

du commerce extérieur



**RAPPORT DE MI-PAROURS 2000-2002
SUR LES ACTIVITÉS ET LES RÉSULTATS**

« Pour façonner ensemble une culture commerciale au Canada atlantique »

table des matières

- I L'EPCE au service du Canada atlantique**
- II Promotion du commerce extérieur**
- III Recherche et planification**
- IV Information commerciale**
- V Formation et sensibilisation**

**Entente de COOPÉRATION
Canada provinces de l'Atlantique
sur la promotion du commerce extérieur**

Secrétariat
Agence de promotion économique du Canada atlantique
Siège social
C.P. 6051
Centre Croix bleue
644, rue Main
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 9J8
Tél. : (506) 851-2092
Fax : (506) 851-7403

**Ministère de l'Industrie,
du Commerce et du Développement rural**

Province de Terre-Neuve-et-Labrador
4^e étage, West Block
Édifice Confederation
C.P. 8700
St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)
A1B 4J6
Tél. : (709) 729-7483
Fax : (709) 729-3208

Nova Scotia Business Inc.

Province de la Nouvelle-Écosse
1800, rue Argyle, bureau 520
C.P. 2374
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 3E4
Tel: (902) 424-3971
Fax: (902) 424-0664

Expansion des affaires de l'Île-du-Prince-Édouard.

Province de l'Île-du-Prince-Édouard
94, rue Euston
C.P. 910
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7L9
Tél. : (902) 368-6311
Fax : (902) 368-6350

Entreprises Nouveau-Brunswick

Province du Nouveau-Brunswick
670, rue King
C.P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H1
Tél. : (506) 453-5399
Fax : (506) 453-3783

Pour commander

le présent rapport :

N° de catalogue : C89-1/5-2000

ISBN : 0-662-64796-3

APECA : 2003-09 P2

Canada


NEWFOUNDLAND
& LABRADOR


NOVASCOTIA


Prince
Edward
Island


Île-du-
Prince-
Édouard

New  Nouveau
Brunswick



L'EPCE au service du Canada atlantique

Le commerce mondial et l'économie régionale

Le commerce international est une force agissante du développement économique mondial.

Commerce et innovation vont de pair. Le commerce favorise l'échange d'idées et de talents ainsi que l'ingéniosité. Le commerce, c'est aussi la stabilité, la base de l'activité commerciale des collectivités, petites et grandes. Enfin, le commerce est créateur d'emplois : au Canada seulement, un million de dollars d'exportation représente 11 emplois.

Dans les provinces de l'Atlantique, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, à l'Île-du-Prince-Édouard et à Terre-Neuve-et-Labrador, comptes commerciaux est à l'origine d'un emploi à plein temps sur trois et de plus de 30 % du produit intérieur brut régional. Depuis 1992, la valeur des exportations régionales a presque triplé pour atteindre plus de 19 milliards de dollars par année.

Il ne faut donc pas s'étonner que la santé à long terme de l'économie

régionale soit tributaire de l'expansion des échanges commerciaux avec le reste du monde. C'est un fait également que plus de 60 % de tous les emplois créés dans la région de l'Atlantique sont le résultat de la détermination et de l'originalité des PME.

Il est tout à fait logique de procurer aux petites entreprises privées du Canada atlantique les outils et les compétences dont elles ont besoin pour réussir dans un contexte de concurrence mondiale. C'est d'ailleurs la raison d'être de l'Entente de COOPÉRATION Canada - provinces de l'Atlantique sur la promotion du commerce extérieur (EPCE).

Depuis 1994, l'EPCE a permis d'aider des centaines de sociétés du Canada atlantique à établir des relations d'affaires internationales, à obtenir des données commerciales utiles, à commencer à exporter sur les marchés étrangers et à accroître leur chiffre d'affaires actuel à l'international.

Les partenaires de l'EPCE sont les suivants : le gouvernement du Canada,



Americana 2001 : Une manne de possibilités!

Agri Plas Systems 2001
Austin Boyd, président
Stratford (I.-P.-É.)

Le plus grand problème auquel Austin Boyd doit faire face depuis sa participation à Americana 2001 en est un de surabondance. « C'est incroyable », souligne le président d'Agri Plas Systems 2001, dont le siège social est situé à Stratford, à l'Île-du-Prince-Édouard. « Je parviens à peine à répondre aux courriels qui ne cessent d'arriver. » En fait, Austin n'a que de bons mots relativement à la participation de sa société, parrainée par l'EPCE, à l'un des plus importants salons commerciaux au monde pour les entreprises de réacheminement et de bonification des déchets. Depuis sa participation au salon de Montréal en 2001, Agri Plas Systems – qui convertit des rebuts de plastique en nouveaux produits à valeur ajoutée, par exemple en emballages agricoles robustes – a été inondé de manifestations d'intérêt de la part de partenaires commerciaux potentiels de partout dans le monde, notamment de la Nouvelle-Angleterre, de la Californie et de la Nouvelle-Zélande. Aujourd'hui, alors qu'il se prépare à assister au salon de 2003, Austin est évidemment nerveux. Néanmoins, comme il aime à le répéter, le fait d'être trop occupé est un problème agréable : « Je suis en train de perdre la boule, mais notre participation au salon a donné de très bons résultats! »

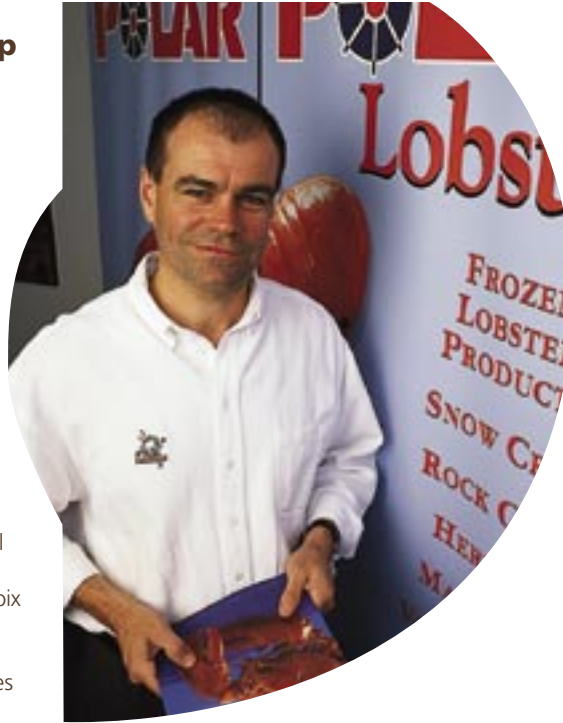


VISAS

European Seafood Show 2001 : Un bon coup de filet pour Polar Foods

Polar Foods International
Dana Drummond, vice-président
Charlottetown (Î.-P.-É.)

Le vice-président du marketing de Polar Foods International, Dana Drummond, est sans équivoque quant à l'importance de la participation de sa société au European Seafood Show 2001 grâce à l'appui de l'ECPE. « Il est évident que le salon a joué un rôle important pour l'entretien et l'établissement de bonnes relations d'affaires en Europe et partout dans le monde. » Ce n'est pas peu dire quand on sait que l'entreprise entretient déjà, depuis 1998, des liens d'affaires solides en Europe, aux États-Unis, au Japon, en Asie et en Amérique du Sud. Polar Foods exploite de nombreuses installations de transformation de fruits de mer dans la région de l'Atlantique et emploie, au temps fort de la saison, un total de 1 500 personnes. La société offre des homards congelés dans la carapace, de la chair de homard, des homards vivants et un vaste choix de crabe, de mollusques, de maquereau, de hareng, d'éperlan et de thon. « Depuis notre première participation en 2001, nous sommes retournés au European Seafood Show 2002 et nous serons à Bruxelles en 2003 », précise Dana.



représenté par l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada, ainsi que les quatre provinces de l'Atlantique, représentées par Nova Scotia Business Inc., Entreprises Nouveau-Brunswick, Expansion des affaires de l'Île-du-Prince-Édouard et le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Développement rural de Terre-Neuve-et-Labrador.

L'entente initiale a été signée en 1994, puis prolongée pour une période de trois ans en 1997 et de quatre ans en 2000. Les 13 millions de dollars consacrés à l'Entente proviennent à hauteur de 70 % de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et de 30 % des quatre

provinces de l'Atlantique.

Grâce à cette entente, le gouvernement du Canada et les quatre provinces ont uni leurs efforts pour coordonner les activités de promotion des exportations dans l'ensemble de la région de l'Atlantique. Pour y parvenir, quatre programmes sont prévus par l'EPCE :

Activités de promotion du commerce extérieur – Ces activités de développement des marchés doivent appuyer les exportateurs du Canada atlantique sur des marchés étrangers particuliers et dans certains secteurs commerciaux. Les activités récentes comprennent des missions sectorielles, l'accueil de missions d'acheteurs et des activités de développement commercial liées à des foires commerciales internationales.

Planification et recherche – La promotion des exportations au Canada atlantique passe par la compréhension des difficultés auxquelles sont confrontées les entreprises de la région et des possibilités qui s'offrent à elles lorsqu'elles poursuivent des intérêts commerciaux internationaux. Les activités de planification et de recherche réalisées dans

le cadre de l'EPCE comprennent des ateliers annuels pour les agents de commerce du gouvernement, l'élaboration de stratégies d'exportation sectorielles et la réalisation d'études de recherche appliquée.

Information commerciale – Les sociétés de la région de l'Atlantique désireuses d'exporter internationalement doivent disposer de renseignements commerciaux précis et opportuns. L'EPCE facilite la diffusion de renseignements utiles aux entreprises de la région grâce à des activités comme des séances d'information animées par des délégués commerciaux internationaux et l'étude des possibilités qu'offrent certains marchés.

Formation et sensibilisation à l'exportation – Diverses activités sont organisées pour promouvoir l'exportation comme moyen d'expansion commerciale et fournir aux sociétés les renseignements et la formation dont elles ont besoin pour réussir sur les marchés internationaux. On a organisé récemment des séances de formation en prévision de missions commerciales et des ateliers de sensibilisation à l'exportation pour les exportateurs et aspirants exportateurs du Canada atlantique.

Le présent rapport dresse un aperçu des activités et des réalisations de l'EPCE de 2002 à 2002.

This passport contains 24 pages.
Ce passeport contient 24 pages.

Activités de promotion du commerce extérieur

Depuis 2000, la principale composante de programme de l'EPCE vise les activités de promotion du commerce extérieur.

Un exportateur peut consacrer des mois, voire des années à l'obtention d'un nouveau marché. La participation aux foires commerciales internationales et l'accueil de missions d'acheteurs offrent aux exportateurs des moyens privilégiés d'explorer de nouveaux marchés et de décrocher de nouveaux contrats. La composante Promotion du commerce extérieur de l'EPCE permet d'appuyer de telles activités, qui donnent l'occasion aux exportateurs du Canada atlantique de rencontrer individuellement des acheteurs, des distributeurs et des agents éventuels.

En mars 2002, douze entreprises du Canada atlantique ont exposé leurs produits au plus important

salon commercial en science et en technologie maritimes au monde, **Oceanology International 2002**. Les fonds de l'EPCE ont permis de réserver 1 000 pieds carrés pour le pavillon du Canada atlantique, d'assurer des services de jumelage d'entreprises et d'organiser une réception de réseautage. Les entreprises participantes sont revenues avec plus de 200 pistes de clients éventuels, 20 nouveaux clients, neuf nouveaux contrats de services d'agents et plus de 700 millions de dollars en nouvelles ventes à l'exportation.

L'EPCE a également servi à appuyer la participation de délégations du Canada atlantique à divers salons internationaux : le **European Seafood Exhibition 2002** à Bruxelles, en Belgique; **Americana 2001**, un congrès international

portant sur les technologies environnementales, à Montréal; le **Salon international de l'alimentation (SIAL)**, un rassemblement mondial de l'industrie de l'alimentation; **EnviroExpo 2002**, la plus importante foire et exposition commerciales de l'industrie environnementale de la Nouvelle-Angleterre, à Boston; et **BIO 2001 et 2002**, le plus important salon commercial de la biotechnologie aux États-Unis.



Salon international de l'alimentation (SIAL) : Le goût de la réussite internationale

Taste of Nova Scotia Quality Food Program
Murray Gouin, directeur général
Dartmouth (N.-É.)

Murray Gouin s'est donné pour mission de convaincre le monde entier de se rendre à l'évidence que la cuisine de la côte Est du Canada est sans égal. C'est pourquoi il affirme qu'il est si important de participer à des rencontres internationales comme celles administrées par l'organisation du secteur des aliments et des boissons qui a son siège à Paris, le SIAL. « Nous avons un stand au SIAL de 2001, à Montréal », mentionne le directeur général du Taste of Nova Scotia Quality Food Program. « Je suis très satisfait de l'intérêt généré par les produits des membres de notre association qui étaient à Montréal. » En effet, même si aucun marché n'a été conclu, il affirme que les fournisseurs d'aliments et de boissons de qualité de la Nouvelle-Écosse qui ont participé au SIAL grâce à l'EPCE ont pu se faire connaître et acquérir une expérience inestimable. « Nous avons des choses à communiquer au reste du monde, et le SIAL nous permet de le faire avec toute l'éloquence voulue. »

Planification et recherche

Les gens d'affaires de la région de l'Atlantique qui exportent ou qui songent à exporter doivent pouvoir compter sur des recherches et de l'information fiable portant sur les conditions, les tendances et les possibilités commerciales pour prendre des décisions avisées.

L'engagement à l'égard de la planification et de la recherche dans le cadre de l'EPCE prévoit notamment une information commerciale pour les entreprises privées et l'amélioration des activités d'élaboration de programme de l'Entente même.

Chaque année, l'EPCE prévoit l'organisation d'**ateliers pour les agents sectoriels** à l'intention des agents de commerce fédéraux et provinciaux. Ces ateliers visent l'échange d'information



entre le gouvernement fédéral et les provinces, la recherche de moyens communs de maximiser les possibilités d'exportation des entreprises régionales et la

coordination des activités de promotion des exportations à l'échelle de la région de l'Atlantique. Ils ont d'ailleurs donné lieu à diverses stratégies et à plusieurs



Oceanology 2000 : La technologie océanique du Canada atlantique à l'étranger

Open Seas Instrumentation
Dan Wellwood, président
Musquodoboit Harbour (N.-É.)

Dan Wellwood ne pouvait espérer un meilleur accueil pour sa gamme d'instruments pour le travail en grande profondeur. Selon le président d'Open Seas Instrumentation, de Musquodoboit Harbour, en Nouvelle-Écosse, le congrès international Oceanology 2000, auquel il a participé grâce à l'EPCE, a permis à son entreprise de conclure des marchés au Royaume-Uni, en Europe centrale, en Asie et au Brésil. « Des pistes de clients éventuels en Angleterre et en Allemagne ont également mené à des ventes, souligne-t-il. Nous avons de plus signé un contrat intéressant en Amérique du Sud et nos produits sont maintenant représentés en Asie et en Europe. » Dan, dont la société fabrique des instruments de protection devant améliorer le rendement des techniques océanographiques pour l'amarrage en grande profondeur, affirme qu'il ne s'attendait pas à générer tant d'intérêt à Oceanology 2000, le plus important salon commercial et congrès de cette industrie. « Il s'agit d'une activité haut de gamme tenue tous les deux ans. Il y avait là-bas au moins 12 000 professionnels de l'industrie en 2000.

Nous avons certainement bien fait de nous y rendre, car les résultats en valaient nettement la peine. »



Produits à valeur ajoutée pour le marché japonais

Steeves Maples Canada
Eugene Landry, président
Elgin (N.-B.)

Le président de Steeves Maples Canada, Eugene Landry, d'Elgin, au Nouveau-Brunswick, n'a jamais même rêvé de percer un marché aussi difficile que le Japon. Puis un jour, il a fait la connaissance de Pat Ellis de Promark Sourcing, de Vancouver. « Ce gars-là m'a dit qu'il pensait que notre produit serait bien accueilli en Extrême-Orient. Alors je lui ai répondu, allons-y. »

C'était il y a huit mois et depuis, Eugene a vendu 36 caisses de son sirop d'érable et de ses sauces à l'érable de

qualité supérieure à des clients japonais par l'intermédiaire de son consultant/

agent appuyé par l'EPCE. « Il n'est pas facile de se tailler une place sur le marché japonais, fait remarquer Eugene. Il faut d'abord établir des relations. Pat est un expert dans ce domaine et il parle japonais. Il sait de quoi il parle quand il fait des affaires dans la région Asie-Pacifique. » Quant à Eugene, il espère que sa percée sur ce marché entraînera d'autres ventes plus importantes et lucratives.

outils pour le Canada atlantique, notamment :

La **stratégie visant la capacité du secteur des TI et l'exportation** sert à cerner les possibilités – et les lacunes – liées à l'industrie de l'information et des communications au Canada Atlantique. La définition des occasions commerciales dans le secteur des TI pour les entreprises de la région axées sur le savoir est une composante clé de cette stratégie.

Le **plan stratégique d'exportation des matières plastiques du Canada atlantique** prévoit un examen sommaire des sociétés productrices de matières plastiques de la région pour compiler des données de référence et élaborer éventuellement une stratégie d'exportation.

Le **Répertoire des services commerciaux**, offert en ligne, dresse le profil des entreprises et des organisations du Canada atlantique qui offrent des services commerciaux internationaux.

Information commerciale



Pour réussir dans l'économie mondiale, les exportateurs doivent avoir accès à l'information commerciale la plus exacte possible.

L'EPCE doit permettre aux entreprises du Canada atlantique qui s'aventurent sur le marché international de connaître la situation

économique et commerciale d'autres pays ainsi que la réalité sur le terrain et les tendances qui influent sur leur croissance et leur développement.

C'est pourquoi les activités de collecte d'information commerciale de l'EPCE se font à grande échelle et de façon exhaustive. Depuis 2000, ce

travail est étroitement lié aux besoins des entreprises qui participent aux diverses activités de promotion du commerce extérieur.

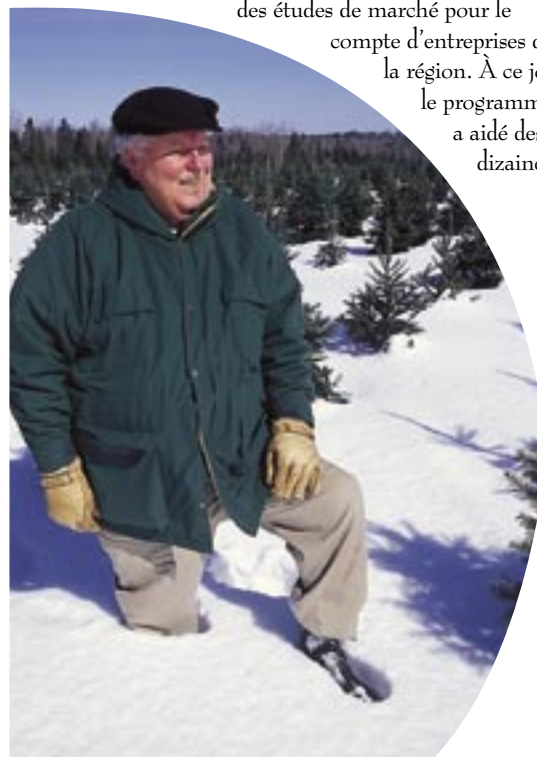
Le **Programme de stage** continue de permettre d'affecter des étudiants au MBA du Canada atlantique à des postes dans les consulats du Canada à l'étranger, où ils réalisent des études de marché pour le

compte d'entreprises de la région. À ce jour, le programme a aidé des dizaines

Programme de stage de 2002 : Pour conclure de bonnes affaires

Keyword Enterprises
Gordon Young, président
Fredericton (N.-B.)

Pour Gordon Young, qui a plus de 30 ans d'expérience de l'exportation des arbres de Noël, la chose la plus stimulante de son commerce, c'est de travailler avec les jeunes gens brillants sur qui il compte depuis trois ans. Le tout dernier, Gerry Wong, un étudiant au programme de MBA de l'Université Dalhousie à Halifax, a passé un mois à Atlanta, dans le cadre du Programme de stage appuyé par l'EPCE, afin de trouver des acheteurs éventuels pour le produit très particulier de Gordon. « Gerry a fait un excellent travail pour nous, raconte Gordon, président de Keyword Enterprises de Fredericton. Il était chargé d'effectuer des recherches sur le terrain aux États-Unis. Nous vendons nos produits en Amérique du Nord, en Amérique centrale et en Amérique du Sud, mais nous souhaitons vraiment accroître notre part de marché aux États-Unis. » Selon Gordon, Gerry a recueilli suffisamment de données sur le marché et repéré assez de personnes-ressources pour établir des pistes fiables, qui ont depuis donné lieu à des ventes. « Nous sommes satisfaits sur toute la ligne et je n'hésiterais pas à faire de nouveau appel au Programme de stage. »



d'entreprises de la région de l'Atlantique à mieux comprendre les occasions et les difficultés que présentent certains marchés internationaux.

En prévision des missions commerciales d'Équipe Canada Atlantique aux États-Unis, des **rapports sectoriels** ont été élaborés grâce à l'EPCE. Ces rapports énoncent les diverses possibilités et difficultés liées aux marchés et aux secteurs industriels nouveaux et prometteurs.

Des **missions de reconnaissance** ont également été organisées pour orienter la programmation de certains projets de promotion du commerce extérieur. En 2002, l'EPCE a permis d'appuyer une mission d'information aux États-Unis pour y recruter des acheteurs devant participer au volet international de la Conférence et remise des prix de l'Association de la musique de la côte est de 2003.

Dans le cadre du **programme de consulat Atlantique/États-Unis**, des représentants de plusieurs missions du Canada aux États-Unis sont venus à Halifax pour assister à la Foire commerciale artisanat

atlantique et communiquer aux exposants des renseignements à jour sur les principaux marchés américains. En octobre 2001, grâce à l'EPCE, des délégués commerciaux internationaux des consulats du Canada au Cameroun, au Chili et en Russie sont venus participer à des séances d'information commerciale pour les industries de l'aérospatiale et de la défense.

Deux études, la première visant les **produits à valeur ajoutée sur le marché japonais** et la seconde, les **produits du bois en Italie**, ont porté sur les besoins de ces marchés particuliers. En outre, ces études ont permis d'analyser les capacités des fabricants du Canada atlantique dans ces secteurs et d'élaborer des recommandations pour une planification stratégique.

BIO 2002 : La biotechnologie de pointe de la région

A/F Protein Canada

**Garth Fletcher, président
St. John's (T.-N.-L.)**

Pour Garth Fletcher, nulle part ailleurs dans le monde est-on aussi déterminé à développer les technologies et les compétences de pointe en aquaculture qu'au Canada atlantique. Voici d'ailleurs son message pour l'industrie et les gouvernements : « Maintenez le cap. » Le président de A/F Protein Canada, de St. John's, et de sa société affiliée, Aqua Bounty Canada, est un ardent défenseur du type de mesures appuyées par l'EPCE, des mesures comme celle qui lui a permis de se rendre à Toronto pour prendre part à BIO 2002 en compagnie de quatre de ses employés.

« Nous avons participé au plus gros et au plus important congrès annuel international en biotechnologie en Amérique du Nord », précise-t-il. Garth, dont l'entreprise cherche à améliorer l'aquaculture grâce au génie génétique et au perfectionnement des aliments du poisson, a établi des contacts à Taïwan et en Malaisie. Mais surtout, il a réussi à imposer le savoir-faire de sa compagnie sur le marché international à un moment où l'innovation et la production à valeur ajoutée peuvent à elles seules faire pencher la balance et assurer le succès dans la pêche commerciale.



Formation et sensibilisation à l'exportation

Pour réussir sur les marchés internationaux, les exportateurs doivent être conscients des possibilités et savoir comment les saisir.

L'engagement pris dans le cadre de l'EPCE à l'égard de la formation et de la sensibilisation à l'exportation a donné lieu à diverses activités pour les entreprises du Canada atlantique ces deux dernières années. Depuis 2000, les activités de formation et de sensibilisation sont en grande partie intégrées aux activités de promotion du commerce extérieur de l'EPCE. Par exemple, la plupart des missions commerciales à l'étranger prévoient maintenant une formation juste à temps pour aider les sociétés participantes à se préparer.

Les délégués des sociétés du Canada atlantique ont eu droit à des séances de formation et d'information en prévision des missions à BIO 2002, à la foire commerciale EnviroExpo 2002, à Boston, et à Softworld 2002, une foire commerciale des TI à Charlottetown, à l'I.-P.-É. De même, les sociétés qui ont participé aux missions d'Équipe Canada atlantique aux États-Unis ont pu suivre une formation préparatoire.

L'EPCE a également permis de parrainer des activités de formation adaptées aux besoins particuliers de l'industrie, comme des ateliers visant les douanes canado-américaines et des séances de formation portant sur les établissements financiers internationaux.

Par ailleurs, il s'est avéré très utile d'accueillir des spécialistes des marchés internationaux pour former les entrepreneurs du Canada atlantique relativement à des exigences commerciales particulières. En 2002, une séance d'information visant les produits de



Le Marché mondial de l'éducation (WEM) 2001 : La région en vedette

Distance Learning Alliance

Erin Keough, coprésidente
St. John's (T.-N.-L.)

Pour Erin Keough, il n'est pas nécessaire de toujours revenir d'un salon commercial international avec un contrat en poche. Parfois, ce sont les rencontres qui sont importantes. « Il ne faut pas sous-estimer l'importance de faire connaître au monde ce que nous avons à offrir dans les provinces de l'Atlantique », souligne la coprésidente de la Distance Learning Alliance, de St. John's. C'est là au moins un des objectifs qu'elle s'était fixés pour sa participation, grâce à l'aide de l'EPCE, au Marché mondial de l'éducation (WEM) 2001, à Vancouver. Il s'agit d'un forum de réseautage et d'achats pour les fournisseurs de produits et services éducatifs et les bailleurs de fonds. La Distance Learning Alliance réunit quatre groupes du secteur public et dix entreprises privées qui travaillent à l'élaboration de nouveaux programmes d'apprentissage en ligne pour le secteur de l'éducation. L'Alliance a fait un tabac au WEM. « Nous sommes parvenus à nous faire beaucoup mieux connaître, souligne Erin. Nous avons maintenant la possibilité de prendre part à un projet de 600 millions de dollars du gouvernement de Jordanie pour développer des compétences en apprentissage en ligne dans ce pays. »

consommation, offerte par un délégué commercial d'Atlanta, en Géorgie, a été offerte à des sociétés de ce secteur avant qu'elles ne se rendent à Atlanta en mission commerciale.

L'EPCE a également permis d'appuyer le volet international du Festival du film de l'Atlantique en invitant des spécialistes à animer des colloques et des ateliers sur « les moyens » d'exporter les talents des Canadiens de la région de l'Atlantique sur les marchés internationaux.

