



- DANS CE NUMÉRO**
- 2 Occasions d'affaires
 - 3 Exemple de réussite
Équipe Canada : le Collège
Holland de l'Î.-P.-É.
 - 4 Le marché des articles
et des vêtements de
sport en Suisse
 - 6 É.-U. : COMDEX 2001 et
MEDTRADE 2001
 - 7 CCC : Jonhson Controls
 - 8 Les trucs du métier :
Chreod Ltd.
 - 9 Les TIC en Chine
 - 10 Le marché tchèque des
TIC
 - 11 Mission Nexos 2001 aux
pays nordiques
 - 12 Chefs cuisiniers
japonais au Canada
 - 13 Pétrole et gaz : mission
en Asie du Sud-Est
 - 14 Mission de franchisage :
Philippines, Singapour
 - 15 Foires commerciales/
conférences
 - 16 Événements culturels
à retenir

Mission commerciale en Inde



Mission
commerciale
du Canada

Canada
Trade
Mission

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, qui dirigera une mission commerciale en Inde du 7 au 12 octobre 2001, invite les entreprises canadiennes à prendre part à cette visite. La mission se rendra dans trois des centres d'affaires les plus importants de l'Inde, soit New Delhi, Chennai (auparavant Madras) et Mumbai (Bombay). Dans chacune de ces villes, les participants se verront offrir un programme fait sur mesure, comprenant des colloques, des ateliers, des activités d'accueil et l'occasion d'établir des contacts.

La mission se déroule à un moment opportun. Le PIB indien s'est accru de plus de 30 % au cours des cinq dernières années, et nos exportations vers l'Inde ont grimpé de 20 % en 2000 et affichent déjà une croissance de 45 % après seulement cinq mois cette année. Comme en témoignent les exemples de réussite suivants, l'Inde offre des débouchés prometteurs dans divers secteurs, notamment les tech-

nologies de l'information et les télécommunications, l'énergie, les transports et l'infrastructure, ainsi que l'environnement.

Technologies de l'information et télécommunications

Les investissements dans ce secteur vont dans les deux sens. Sigma Systems Group de Toronto se propose de mettre en place un bureau de développement de logiciels en Inde pour renforcer la présence d'autres entreprises canadiennes comme Nortel Networks, CAE, C-MAC et OSS-Eftia. Certaines firmes indiennes (Infosys, WIPRO et Tata Consultancy Services, par exemple) se sont inspirées de ce modèle pour ouvrir des bureaux au Canada. Infosys a inauguré son Global Software Delivery Centre à Toronto en février.

Énergie : hydrocarbures et hydroélectricité

NOVA Chemicals, une entreprise de Calgary, a récemment conclu de nouveaux accords

Voir page 13 – Mission commerciale

On connaît les finalistes des Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2001

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a récemment rendu public le nom des finalistes des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2001**. Un maximum de 10 entreprises lauréates, dont une sera également nommée « Entreprise exportatrice de l'année », seront honorées à l'occasion d'un gala qui aura lieu à Montréal, le 24 septembre prochain. Le gala se déroulera à l'occasion du **Congrès annuel des Manufacturiers et Exportateurs du Canada**, du 23 au 25 septembre prochain.



« Les Canadiens et les Canadiennes ont exporté pour une valeur record de 474 milliards de dollars en 2000, soit une hausse de 15 % par rapport à l'année précédente, a déclaré le Ministre. Les entreprises finalistes de 2001 ont activement participé à cette croissance en générant des ventes à l'exportation d'une valeur de plus de 2 milliards de dollars. Elles ont également soutenu plus de 12 500 emplois d'un océan à l'autre du pays. »

Voir page 14 – Prix

Le Centre des occasions d'affaires

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) offre un service de jumelage entre les acheteurs étrangers et les entreprises canadiennes. Le Centre obtient de l'acheteur étranger des débouchés d'affaires opportuns, pertinents et ciblés, et les communique aux entreprises canadiennes.

Voici quelques-unes des occasions d'affaires offertes par le Centre. Pour en obtenir la liste, consulter le site internet www.iboc.gc.ca/webleads/webleads.asp

Les exportateurs canadiens qui ont besoin d'aide pour rédiger les documents exigés pour les appels d'offres internationaux peuvent avoir recours aux services de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et tirer profit de l'expertise de son personnel en matière de contrats internationaux. La CCC a ses bureaux au 50, rue O'Connor, bureau 1100, Ottawa (Ontario) K1A 0S6, tél. : (613) 996-0034, téléc. : (613) 995-2121.

CHYPRE — Centre d'appel et de contact avec la clientèle — L'Administration des télécommunications de Chypre a lancé un appel d'offres (n° 14/2001) pour la mise en œuvre d'un centre de contact avec la clientèle et la fourniture de modules de gestion des relations avec la clientèle. Ce projet vise la création d'une solution clés en main comprenant la conception du système, la fourniture du logiciel, l'installation, la personnalisation et le paramétrage de l'ensemble logiciel et matériel, l'interface et l'intégration, la documentation et la formation. Les exigences de fonctionnalité concernent la commutation, la mise en file d'attente et l'acheminement d'appels ainsi que l'intégration informatique-téléphonie (CTI), le système interactif de réponse vocale (IVR), la gestion des relations avec la clientèle (CRM), la gestion du flux de travaux, le courrier électronique et la connectivité au serveur Web ainsi que le contrôle du système et les statistiques. Garantie de soumission : 75 000 CYP. Coût des documents de soumission (deux pochettes) : 10 000 CYP plus TVA. Date de clôture : 12 octobre 2001. Les soumissions doivent rester valides dans les 180 jours qui suivent la date de clôture. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **010709-03317**. (Avis communiqué par le consul honoraire du Canada à Nicosie).

FINLANDE — FLIR d'armée et désignateur d'objectifs optique, Projet de poste de tir de missiles de défense aérienne

(AFOTAS) — Le quartier général de commandement du matériel des forces de défense a lancé un appel d'offres (n° 70/28.03.01) pour la fourniture de l'équipement suivant : 400–500 imageurs thermiques avec option pour 50–70 pièces; 70–100 télémètres laser; 90–125 gonio-mètres; 340–385 trépieds; 40–55 ordinateurs de désignation d'objectifs; et 40–50 dispositifs de commande à distance avec option pour 50–70 pièces. Date de livraison : 2002–2004. Date de clôture : **31 octobre 2001**. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **010706-03290**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Helsinki).

SYRIE — Étude pour la modernisation et le renouvellement d'un chemin de fer — Les Chemins de fer syriens sollicitent une étude (n° 51/2001) sur la modernisation et le renouvellement du chemin de fer reliant Al Sharghaya et la gare de Palmyre. Cautionnement de soumission : 50 000 \$ US. Cautionnement d'exécution : 10 % de la valeur contractuelle. Date de clôture : **8 octobre 2001**. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **010730-03632**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Damas).

BANGLADESH — Commutateur à huile pour condensateurs et câble souterrain — Dans le cadre du projet de modernisation du réseau électrique de Dhaka, le Conseil

d'électrification des zones rurales (Rural Electrification Board - REB) invite les pays membres de la Banque asiatique de développement (BASD) à présenter des soumissions pour la fourniture et la livraison d'un commutateur à huile pour condensateurs (contrat numéro IFB No ADB-07) et d'un câble souterrain (contrat numéro IFB No ADB-25). Coût du document de soumission (non remboursable) : 3 000 takas ou l'équivalent en \$ US. Garantie de soumission : minimum de 2 % du prix total de la soumission. Date de clôture : **15 octobre 2001**. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à Dhaka). 🌟

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

Rédacteur en chef : Bertrand Desjardins
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000
Tél. : (613) 996-2225
Téléc. : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Internet : www.infoexport.gc.ca/canadexport

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

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

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, 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

Lorsque M. Keith Dewar est arrivé en Chine avec les autres membres de la mission d'Équipe Canada, il avait déjà une connaissance solide du marché, un produit rentable qui arrivait au bon moment et six partenaires prêts à signer des contrats en présence du Premier Ministre. Son histoire pourrait servir de modèle dans un livre sur comment réussir dans les marchés d'exportation. Après tout, il est vice-président du Collège Holland, à l'Île-du-Prince-Édouard, et il vend des services d'enseignement. En vertu des contrats signés lors de la mission d'Équipe Canada, six collèges chinois offriront bientôt à leurs étudiants le très apprécié programme sur les technologies de l'information pour les entreprises du Collège Holland.

Fondé en 1969, l'unique collège communautaire de l'Île-du-Prince-Édouard, le Collège Holland, est un établissement d'enseignement axé sur l'industrie qui propose 75 programmes d'études de niveau post-secondaire à 2 400 étudiants à plein temps et 6 000 étudiants à temps partiel. La philosophie qui l'anime depuis sa création est celle de l'éducation axée sur les compétences, et il continue de mettre l'accent sur la formation professionnelle et sur l'acquisition des connaissances par des travaux pratiques.



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.



Réputation confirmée par l'ACDI

Cette approche convient parfaitement en Chine, où les réformes du système éducatif visent à amener les collèges à hausser la qualité des programmes et à rendre ces derniers plus pertinents pour

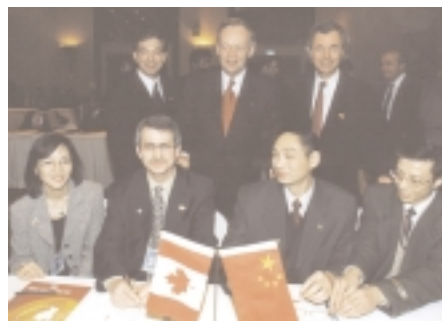
dirigeants du Collège Holland de se faire une bonne idée de l'environnement des entreprises et du contexte juridique en Chine.

L'été dernier, le Collège avait engagé de sérieuses négociations avec six collèges. Les négociations ont avancé

Une leçon d'exportation en Chine

Un collège de l'Î.-P.-É.

qu'ils aillent dans le sens de la nouvelle économie du pays. « C'est du fait de notre philosophie, entre autres, que nous nous sommes retrouvés en Chine il y a environ 11 ans, explique M. Dewar. Nous y avons passé beaucoup de temps à aider des collèges chinois à concevoir des programmes d'enseignement axés sur les compétences et orientés vers l'industrie. »



Signature officielle, à Beijing, de l'entente conjointe entre le Collège polytechnique de Chongqing et le Collège Holland. Assis, de gauche à droite : M^{me} Jolene Chan, représentante, et M. Keith Dewar, vice-président, Collège Holland; M. Liu Yu De, secrétaire du CCPC et M. Zhou Qihui du Collège polytechnique de Chongqing. Debout, de gauche à droite : le premier ministre de l'Î.-P.-É., M. Pat Binns; le premier ministre du Canada, M. Jean Chrétien; et le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew.

Les premiers projets réalisés par le Collège étaient financés par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et offerts via l'Association des collèges communautaires du Canada (ACCC) dans le cadre du Programme de partenariat des collèges canadiens (PPCC).

En revoyant ses travaux effectués en 1997 sur la scène internationale, le Collège a déterminé d'aller vers des projets qui génèrent ses propres profits. Les échanges avec des fonctionnaires chinois et de hauts fonctionnaires à l'ambassade du Canada à Beijing et au consulat à Chongqing ont permis aux

grâce à M^{me} Jolene Chan, née à Hong Kong et embauchée par le Collège pour agir à titre d'agent de projets en Chine.

Équipe Canada : un catalyseur

La mission d'Équipe Canada à Beijing, à Shanghai et à Hong Kong est arrivée au bon moment en février 2001. « Les Chinois valorisent beaucoup la hiérarchie, explique M. Dewar. Nous avons pu leur donner l'occasion de signer l'entente dans un contexte officiel en présence du Premier ministre du Canada. »

Selon les six ententes officielles, le Collège Holland continuera de décider du contenu du programme d'études, tandis que les collèges chinois auront la responsabilité des installations, de l'équipement et de la prestation de la formation à proprement parler.

L'enseignement, ça rapporte

Selon M. Dewar, les services d'enseignement doivent être traités comme n'importe quelle autre activité commerciale. « Il faut maintenir la qualité et l'uniformité. Pas question d'offrir 75 programmes en Chine. Nous n'en proposons que trois ou quatre, où nous sommes très forts. »

M. Dewar ne peut s'empêcher de glisser un mot sur les avantages éducatifs. « Nos étudiants tant chinois que canadiens auront l'occasion de collaborer à des projets Internet, ce qui leur permettra de vivre l'expérience de la culture de leur partenaire. »

Dans l'économie mondiale actuelle, l'expérience internationale est tout un atout.

Pour renseignements, communiquer avec M. Keith Dewar, vice-président, Collège Holland, tél. : (902) 566-9520, téléc. : (902) 629-4268, courriel : kdewar@hollandc.pe.ca internet : www.hollandcollege.com

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique Équipe Canada : exemple de réussite.)

S U I S S E

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

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

www.infoexport.gc.ca



Le marché des articles et des vêtements de sport

Les articles et les vêtements de sport se vendent de mieux en mieux en Suisse. Bien que le marché des articles pour les sports d'hiver ait enregistré une baisse ces dernières années, celui pour les sports d'été et de quatre saisons a connu une hausse. En 1999, le marché suisse des articles et des vêtements de sport s'est accru de 8 % afin d'atteindre 1,67 milliard de dollars (excluant les bicyclettes) en 2000.

Aperçu du marché

Les Suisses sont de grands fervents de sport, et la majorité de la population participe à une activité sportive de façon régulière. La Suisse compte environ 2 millions de skieurs alpins, 530 000 skieurs de fond et 470 000 adeptes de la planche à neige qui dépensent quelque 522 millions de

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

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



Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie des produits de consommation en Europe.



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

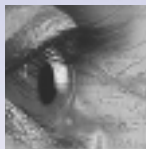
www.infoexport.gc.ca

dollars par année en équipement. La Suisse affiche les meilleures ventes de planches à neige en Europe, et on s'attend à ce que la demande continue de croître à un rythme annuel de 10 %.

En 2000, les articles et les vêtements de sports d'hiver formaient 42 % du marché, soit 700 millions de dollars. La vigueur de ce secteur est toutefois largement tributaire des conditions météorologiques et d'enneigement au début de chaque saison. Le marché des articles et des vêtements de sports d'été et de quatre saisons détenait pour sa part 58 % du marché en 2000, pour un total de 970 millions de dollars. Les sports d'été les plus populaires sont le soccer, la randonnée pédestre et le golf.

Tendances du marché

L'industrie des articles de sport a développé nombre de produits nouveaux et novateurs ces dernières années, ce qui a maintenu sa croissance. Ainsi, les planches à neige, les « skis paraboliques » de même que les skis acrobatiques et de vitesse sont maintenant très en vogue. Les consommateurs sont également à l'affût de nouveaux modèles et tissus pour les prochaines saisons.



Sur le marché des articles pour les sports d'été, les nouvelles tendances qui alimenteront sans doute la croissance sont les patins à roues alignées, l'équipement de golf, les trottinettes, les planches à roulettes et le matériel haut de gamme pour la randonnée pédestre et le camping. En ce qui concerne le secteur des vêtements de sport, la tendance n'est plus tant aux tenues spécifiques à un type d'activité qu'aux

vêtements décontractés qui conviennent à divers sports. En outre, la demande de textiles de pointe qui respirent bien et qui sont légers, imperméables et coupe-vent est à la hausse, pour l'été comme pour l'hiver.

Débouchés

Sur le marché suisse des articles de sport, les sociétés canadiennes pourront trouver des débouchés pour les articles et les vêtements de golf, l'équipement de hockey, les patins, l'équipement de curling et les tissus de pointe. Par ailleurs, la participation accrue des femmes aux sports d'équipe et à d'autres activités sportives offre de nombreuses occasions d'affaires.

Le Canada jouit d'une bonne réputation à l'étranger pour la qualité de son équipement de hockey. Malgré l'intensification de la concurrence internationale, la réputation du Canada dans ce secteur s'appuie sur des progrès technologiques appliqués aux patins et à l'équipement. Les sociétés canadiennes bénéficient donc d'une présence solide sur le marché suisse.

Concurrence

En Suisse, la production d'articles et de vêtements de sport représente une fraction du marché et a été évaluée à quelque 100 millions de dollars en 1999.

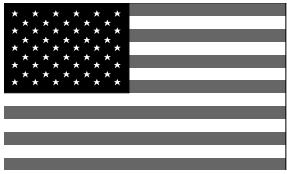
Le Canada est relativement peu connu en Suisse comme

producteur d'articles de sport de qualité. À l'exception de l'équipement de hockey, le marché est plutôt négligé par les fabricants canadiens. Grâce au soutien de l'ambassade du Canada en Suisse et à la participation constante du Canada aux grands salons commerciaux comme SWISSPO, BESPO et ISPO, des sociétés canadiennes productrices d'articles de sport se font maintenant connaître sur ce marché.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur les débouchés, la concurrence et les stratégies de pénétration de ce marché, consultez le rapport intitulé *Le marché des articles et vêtements de sport en Suisse*. Pour obtenir gratuitement ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché, visitez le site Web du service des délégués commerciaux à : www.infoexport.gc.ca

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



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.

COMDEX Fall 2001

LAS VEGAS — 12-16 novembre 2001 — **COMDEX Fall 2001** (www.key3media.com/comdex/fall2001) arrive à grands pas! La grande exposition commerciale annuelle est considérée à juste titre comme la plus grande foire des technologies de l'information au monde. Les chiffres en disent long : plus de 200 000 revendeurs, spécialistes et chefs d'entreprise assistent à cet événement, représentant un pouvoir d'achat global de plus de 125 milliards de dollars.



Plus de 35 000 participants viennent des quatre coins du monde en quête de technologies de réseau et de télé-technologies, d'ordinateurs domestiques, y compris de solutions mobiles et sans fil, d'outils et de technologies pour serveur Web, de plate-formes et de solutions logicielles, d'innovations en matière de médias numériques et publications Web, et de services de TI.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) (www.dfait-maeci.gc.ca), en collaboration avec Key3Media (www.key3media.com) (les organisateurs de COMDEX), cette année encore, prête son concours au Pavillon du Canada, qui occupe un emplacement de choix au rez-de-chaussée du Sands Expo and Convention Centre. Toutes les entreprises qui exposent leurs produits et services au Pavillon du Canada auront accès aux services d'un expert-conseil en techniques de communications commerciales afin de préparer un plan de commercialisation et une stratégie média pour cet événement. Ces services très utiles sont fournis gratuitement par le MAECI. Chaque exposant recevra des renseignements sur

les tendances du marché et les débouchés, et pourra se faire aider dans la mise au point de stratégies d'entrée sur le marché. Cette fois encore, une conférence de presse sera organisée afin de donner plus de visibilité à l'événement aux États-Unis et au Canada.

Profitez de cette excellente occasion pour étendre vos activités sur le marché américain. En exposant vos produits et services au Pavillon du Canada, vous êtes mieux en mesure de vous concentrer sur votre stratégie afin d'atteindre votre objectif principal : accroître vos ventes et trouver de nouveaux clients.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Pat Fera, direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : (613) 944-9475, téléc. : (613) 944-9119, courriel : pat.fera@dfait-maeci.gc.ca ✪

PRENEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE AVEC EXPORT É.-U.

Le bureau commercial du consulat général du Canada à Silicon Valley organise un programme spécial d'information et de formation à l'intention des représentants d'entreprises canadiennes de TI qui assistent pour la première fois à la foire COMDEX. Ce programme pratique, intitulé Exportateurs aux États-Unis (EXEU), fait partie de la série des programmes Export É.-U. Il s'adresse aux entreprises qui connaissent déjà le marché américain mais qui n'ont pas encore mis en place un véritable programme de commercialisation visant les États-Unis.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Jeane Weaver, agent de promotion commerciale, San José, tél. : (408) 289-1157, poste 23, téléc. : (408) 289-1168, courriel : jweaver@cdntrade.com

Exposition et conférence MEDTRADE 2001

NOUVELLE-ORLÉANS — 23-25 octobre 2001 — Le consulat général du Canada à Dallas accueillera une mission d'exportateurs d'équipements médicaux dans le cadre de **MEDTRADE 2001**.

MEDTRADE est devenu l'un des événements de premier plan pour l'industrie des soins de santé à domicile et des soins de convalescence. L'an dernier, des représentants de plus de 4 000 entreprises venus de plus de 100 pays ont visité l'exposition. Ils ont pu prendre connaissance de plus de 250 000 produits et services de santé présentés par 1 200 exposants, sans oublier les quelque 200 colloques et ateliers.

Pour compléter le programme des activités prévues de MEDTRADE, la mission d'exportateurs d'équipements médicaux organisera des réunions individuelles et une séance de réseautage avec des acheteurs et des distributeurs des États-Unis, ainsi que des colloques adaptés aux besoins spécifiques des nouveaux exportateurs canadiens.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec M^{me} Dorothy Campbell, Dallas, tél. : (214) 922-9812 poste 3351, courriel : dorothy.campbell@dfait-maeci.gc.ca ✪

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

Quand les systèmes de **Johnson Controls** sont à l'œuvre, nul ne le remarque, et c'est normal. Le leader technologique, et pionnier, de l'industrie des systèmes de régulation de bâtiments gère des systèmes de contrôle de l'environnement intérieur de bâtiments, notamment pour les forces aériennes de l'Allemagne à la 5^e Escadre Goose Bay.

la régulation de bâtiments et les systèmes automobiles. Elle compte des succursales dans 53 pays. C'est Johnson Controls SSNA qui gère les activités de régulation de bâtiments de l'entreprise.

Depuis 1995, la succursale terre-neuvienne de Johnson Controls SSNA, dont le siège se trouve à St. John's, avait réussi, dans le cadre d'un processus d'appels d'offres, à obtenir

Partenaire en parfaite harmonie avec la CCC

Johnson Controls

Quand le client allemand a choisi, l'an passé, d'attribuer à Johnson Controls Systems and Services North America (SSNA) un contrat exclusif pour la prestation de services de maintenance et de soutien, la succursale terre-neuvienne de l'entreprise a pris contact avec la **Corporation commerciale canadienne (CCC)**, et ce fut le début d'une relation dont l'efficacité égale celle des systèmes installés dans le hangar des forces aériennes.

Johnson Controls a été fondée en 1885, à Milwaukee, au Wisconsin, par le professeur Warren Johnson. Celui-ci avait inventé un thermostat électrique d'intérieur qui donna naissance à l'entreprise (qui s'appelait alors Johnson Electric Service Company) et à toute l'industrie des systèmes de régulation de bâtiments. Rebaptisée Johnson Controls, Inc. en 1974, l'entreprise, dont le chiffre d'affaires atteignait 17,2 milliards de dollars US en 2000, est devenue un leader dans deux secteurs industriels, soit

des contrats de trois ans pour la prestation de services de maintenance et de soutien pour le système de régulation de bâtiments qu'elle avait fourni et installé au nouveau hangar de l'aviation allemande à la 5^e Escadre Goose Bay, le centre d'entraînement pour les vols à basse altitude des forces alliées de l'OTAN (www.nato.int). En 2000, souhaitant éviter les délais du processus d'appel d'offres, le client a demandé que Johnson Controls devienne son fournisseur exclusif.

En vertu d'un accord international, l'aviation allemande doit se procurer des services de ce genre par l'entremise du ministère de la Défense nationale (MDN) (www.dnd.ca) et de la CCC. « La CCC agit en qualité d'agent pour l'acheteur par l'intermédiaire du MDN, M^{me} Suzanne Gougeon, gestionnaire de projet principale à la Corporation. L'acheteur, en l'occurrence les forces aériennes allemandes, était manifestement satisfait des services fournis par Johnson. »

Un rôle de facilitation

Le rôle de la CCC consistait à négocier le contrat au nom de l'entreprise. « Nous n'avions jamais fait appel aux services de la CCC, dit M. Norman Tobin, chargé de compte, mais c'est une démarche qui s'imposait si nous voulions mettre ce contrat en place. Parfois, ces démarches supplémentaires peuvent se révéler très laborieuses — elles entraînent beaucoup de travail additionnel qui semble inutile. Mais grâce à la CCC, tout le processus s'est déroulé sans heurt. Son personnel a collaboré avec celui de l'aviation allemande afin de déterminer l'ampleur du travail et avec le personnel de notre entreprise pour négocier les modalités du contrat. Nous avons eu notre contrat, et il était parfait. »

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, courriel : info@ccc.ca internet : www.ccc.ca

Ce contrat « parfait » est d'une durée de trois ans et porte sur la prestation de services de soutien et de maintenance pour les systèmes de chauffage, ventilation et climatisation du hangar dont se servent les aviateurs allemands. La durée du contrat s'étend du 1^{er} décembre 2000 au 30 novembre 2003. Assorti de deux options de renouvellement d'un an, le contrat pourrait se prolonger jusqu'en 2005.

« Le personnel de la CCC a fait preuve d'une excellente connaissance des transactions internationales tout au long des négociations, ajoute M. Tobin. Ces gens-là ont sans contredit une vaste expérience. M^{me} Gougeon a travaillé d'arrache-pied et avec assiduité pour nous. »

Devancer les besoins du client

M^{me} Gougeon reconnaît que c'était agréable de travailler avec les gens de l'entreprise. « Tout s'est bien déroulé pendant les négociations. Je comprends pourquoi l'aviation allemande souhaite confier à Johnson Controls ce contrat de fournisseur exclusif : c'est une entreprise qui met tout en œuvre pour répondre aux besoins de ses clients. »

Johnson Controls a pu elle aussi voir à l'œuvre une organisation qui s'applique à

Voir page 9 – Johnson Controls

COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

Rendez-vous au site internet de l'ambassade du Canada à Washington (D.C.) (www.ambasadeducanada.org) et consultez, dans la section Promotion du commerce, l'encadré Marchés publics du gouvernement américain.

Vous pouvez également consulter les appels d'offres au site internet de la General Services Administration (GSA) (www.gsa.gov), organisme qui facilite les achats du gouvernement américain (le premier consommateur au monde), et au site de l'Electronic Posting System (www.eps.gov).

Si vous êtes prêt à tirer parti de ces occasions d'affaires, la Corporation commerciale canadienne (www.ccc.ca) peut vous aider à mieux comprendre le système d'approvisionnement du gouvernement américain ou à faire en sorte que votre entreprise, en tant qu'entreprise canadienne, soit agréée à titre de fournisseur.

Le président de Chreod, M. Edward Leman, qualifie, en plaisantant à moitié, son entreprise d'Ottawa « d'entreprise chinoise dotée d'un bureau de représentation au Canada ». Pourquoi ? Parce que les projets financés par les institutions financières internationales (IFI) en Chine représentent 95 % des activités de ce fournisseur de services de planification économique et de planification du développement. Les premiers pas n'ont cependant pas été faciles.

Contacts, cohérence et crédibilité

Créer un avantage concurrentiel en Chine

Il a fallu trois ans pour établir un premier contact. Cherchant à exploiter des perspectives de développement urbain en Chine en 1985, **Chreod Ltd.**, qui fournit des services de planification économique et de planification du développement à des clients du secteur public et privé, n'a établi un premier contact sur ce marché très intéressant que trois ans plus tard.

Engagée en 1988 par la Fédération canadienne des municipalités et l'administration municipale de Shanghai, Chreod a conçu et mis en œuvre un programme de formation en gestion de l'espace urbain à Shanghai. C'est en 1990 toutefois que la Chine a ouvert plus grand ses portes, quand l'Agence canadienne de développement international (ACDI) a misé, par l'entremise de son programme de coopération (ACDI Inc), un demi-million de dollars sur Chreod, encore qu'une petite entreprise qui n'avait toujours pas vraiment fait ses preuves.

Grâce aux résultats obtenus lors de ce premier contrat financé par l'ACDI Inc (réaliser une étude suivant la stratégie de gestion de l'espace urbain de Shanghai) l'ACDI Inc et les IFI, dont la Banque asiatique de développement et la Banque mondiale, ont renouvelé leurs commandes.

« Pour obtenir des contrats des IFI, il faut leur offrir les meilleures ressources possibles », affirme M. Leman. « Dans les domaines où nous ne possédons pas le savoir-faire nécessaire, nous faisons appel à d'autres intervenants. Nous avons travaillé avec un certain nombre de partenaires, canadiens et étrangers, dans le cadre de nos projets. » Par exemple, l'établissement d'une coentreprise a aidé Chreod à obtenir un contrat à Pudong, où une entreprise

australienne avait les compétences sur place que ne possédait pas Chreod.

Selon Chreod, parmi les nombreuses difficultés qu'entraîne le travail sur un nouveau marché, il y en a deux importantes : pénétrer le marché et y maintenir sa présence.

« Pour réussir à pénétrer en Chine, vous devez y consacrer une année, vous y rendre à quatre reprises (pour au moins trois semaines chaque fois) pour établir de nouveaux contacts et pour vous familiariser avec le marché. C'est ainsi que vous allez acquérir la crédibilité nécessaire pour aider votre client », recommande M. Leman.

M. Derek Ireland, un économiste et l'un des administrateurs, ajoute : « Pour débiter, une nouvelle entreprise pourrait chercher à obtenir certaines petites tâches de très courte durée (des cours de formation ou un exposé dans une conférence), ce qui pourrait être à la solde, par exemple, du PNUD. Cela aide une entreprise à établir sa crédibilité, ses qualifications et des contacts ».

Il faut s'engager

Établir un premier contact est une chose, qui n'est cependant pas facile. Pour garder ce contact, il faut, sans relâche, travailler très fort, se familiariser avec le marché et les gens, établir des contacts et réitérer son intérêt et son engagement pour le marché. Pour y maintenir sa présence, selon M. Leman, « les cadres de l'entreprise doivent être prêts à prendre un engagement à long terme à l'égard de la Chine, à se familiariser avec le pays et à y affecter les ressources nécessaires ».

Apprendre à connaître la Chine est une tâche en soi non négligeable, compte tenu de ses changements rapides.

« Imaginez l'importance du marché,

ajoute M. Leman. Il y a 16 millions d'habitants à Shanghai (la moitié de la population du Canada) à notre portée. Ils font leur chemin, et vite! »

Une première sur le plan statistique

Pays immense, la Chine offre par sa nature une grande diversité : géographique, économique et sociale. Cette diversité, Chreod est en train de la capter dans une première base de données complètes sur la Chine. Cette vaste base de données géographiques et statistiques repose sur des renseignements que les membres de l'équipe recueillent depuis leur arrivée en Chine. Le bureau de Chreod à Shanghai compte quatre employés qui travaillent à temps plein à la saisie de nouvelles données et de données actualisées.

« Grâce à cette base de données, l'entreprise dispose d'un important avantage concurrentiel », affirme M. Ireland. Les données permettent d'effectuer des analyses en profondeur qui n'étaient pas possibles jusqu'alors. Les IFI, le gouvernement de la Chine et le secteur privé peuvent bénéficier de cette base de données. Par exemple, en mars dernier, Chreod a analysé les données démographiques et économiques des 910 comtés et villes du bassin du Yangtze. La Banque mondiale se servira de cette analyse des tendances dans le développement urbain et régional pour évaluer (avec le gouvernement de la Chine) le développement éventuel du bassin.

Pour renseignements, joindre la Direction du financement des exportations, MAECI, tél. : (613) 995-7251, courriel : ifinet@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/ifinet ou M. Edward Leman, président, Chreod Ltd., tél. : (613) 238-3954, courriel : leman@chreod.com internet : www.chreod.com

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique *Les institutions financières internationales.*)



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

La Chine... Ce seul nom évoque toujours une foule d'images et d'impressions : les rizières, la Grande Muraille, Mao Ze Dong et la Révolution communiste... Or, à ces symboles s'ajoute de plus en plus l'image d'une nouvelle Chine, celle qui sera le prochain grand marché commercial, une corne d'abondance pour les gens d'affaires du monde entier. Voici certains éléments essentiels à prendre en considération avant de décider de se lancer sur le marché chinois des technologies de l'information et des communications (TIC).

Aujourd'hui, on peut décrire la Chine « communiste » comme une économie de marché en voie d'émergence au sein d'un régime totalitaire. L'entreprenariat y est présent et vigoureux, comme en témoigne le PIB chinois qui est aujourd'hui près de six fois plus élevé qu'il ne l'était en 1978. Cette croissance devrait se poursuivre avec la même vigueur au cours des prochaines années, soit à un taux annuel de 7 %. L'économie chinoise a continué de croître alors même que celles des pays voisins étaient aux prises avec la crise « asiatique » il y a quelques années. Aujourd'hui, la Chine est le seul pays épargné par le marasme qui sape tout le secteur mondial de la haute technologie.

Des occasions en or

La population de la Chine se chiffre à environ 1,3 milliard d'habitants, mais son infrastructure de télécommunications est très peu développée, laissant entrevoir des débouchés exceptionnels. Ainsi, le taux de pénétration de la téléphonie cellulaire n'est que de 3 % (environ 75 % pour Hong Kong ou Singapour). Or, la Chine est déjà le deuxième plus important utilisateur de téléphones cellulaires au monde, ce secteur ayant connu un taux de croissance annuel moyen de 100 % depuis le début des années 1990!

Le potentiel que recèle le marché est encore plus extraordinaire quand on songe aux taux de pénétration dans d'autres secteurs comme la télédensité des lignes téléphoniques fixes (8,6 %) ou l'internet (1 %). Enfin, il faut souligner que, compte tenu de l'accession imminente de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce, la croissance du secteur des télécommunications ne peut que s'accroître, croissance qui y a fait naître une industrie vigoureuse.

Quelques ombres au tableau

De nombreuses entreprises canadiennes savent cependant que la Chine connaît actuellement des difficultés importantes

en raison de ses efforts pour passer d'une économie planifiée à un système de marché ouvert sur le monde. La protection de la propriété intellectuelle n'est qu'un exemple parmi d'autres. Bien qu'on ait mis des règlements en place pour assurer cette protection, le concept même de

Le marché est-il fait pour vous?

Les TIC en Chine



propriété intellectuelle est étranger aux traditions chinoises. Le système judiciaire ne répond donc pas aux normes occidentales et les lois ne sont pas appliquées de façon rigoureuse ni uniforme.

Dans les pays de l'Ouest, les relations entre les membres de la société sont régies par la suprématie du droit. En Chine, par contre, tout comme dans de nombreux autres pays de l'Asie, les relations personnelles (« guanxi ») importent beaucoup plus. Ne comptez donc pas sur les tribunaux pour faire respecter votre contrat et ne vous attendez pas à ce que les règles soient immuables! Quand les choses se consent, vous devez faire confiance à l'intégrité et au sens de l'engagement de vos partenaires ou associés, et apprendre à accepter certaines différences de culture pour mériter leur respect et loyauté.

En général, il est beaucoup plus difficile d'obtenir un contrat important en Chine que dans les pays de l'Ouest vu le nombre d'organisations visées et des liens étroits entre le gouvernement et le secteur privé. Aussi devrez-vous faire valoir les mérites de votre produit ou de vos services non seulement auprès des principaux décideurs de l'entreprise mais aussi auprès des personnes clés au sein du gouvernement de la province ou de l'État, car l'entreprise leur appartient tout au moins en partie et ils contrôlent les entrées et sorties de devises.

La situation se complique encore davantage du fait qu'en raison du manque de transparence, les processus décisionnels peuvent souvent paraître flous et difficiles à saisir, et il n'est pas rare que des complications liées aux règlements en place viennent brouiller les cartes. On conseille donc aux sociétés canadiennes de s'associer à une entreprise chinoise (ce qui implique un transfert de technologie et un apport de fonds) ou d'établir leurs

propres installations de production et de distribution en Chine.

Malgré tous ces défis, la Chine se transforme et se développe rapidement, devenant un marché important où des entreprises en pleine croissance se lancent déjà sur les marchés mondiaux. Elle

pourrait se révéler une corne d'abondance ou un abîme sans fond. Pour éviter d'y perdre et de vous y perdre, renseignez-vous et planifiez bien votre projet, envisagez le marché dans une optique régionale et veillez à établir de bons liens. Car la Chine n'est pas un marché pour les amateurs, les timides ou les dilettantes.

Pour renseignements, joindre M. Dale Forbes, direction de la Chine et Hong Kong, Industrie Canada, tél. : (613) 990-9092, téléc. : (613) 990-4215, courriel : forbes.dale@ic.gc.ca ou M. Marcel Belec, délégué commercial, direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 995-6962, téléc. : (613) 943-1068, ourriel : marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca 🌟

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique Pleins feux sur la Chine et Hong Kong.)

Johnson Controls

— Suite de la page 7

répondre aux besoins de ses clients. Lorsqu'il s'agit de contrats de cette nature, la CCC recouvre habituellement ses coûts sur chaque facture, mais cette fois-ci, elle a accepté de ne percevoir le pourcentage qu'une fois par année pour se plier aux procédures comptables internes de l'entreprise. « Nous apprécions la souplesse de la CCC », déclare M. Tobin, qui ajoute que l'entreprise serait ravie de travailler de nouveau avec la CCC.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Norman Tobin, chargé de compte, Johnson Controls, tél. : (709) 579-8751, fax : (709) 579-9015, courriel : norman.g.tobin@jci.com internet : www.johnsoncontrols.com 🌟

Il y a beaucoup à dire au sujet du marché des technologies de l'information et des communications (TIC) en République tchèque... Ce pays est l'un de ceux où les dépenses liées aux technologies de l'information et des communications sont les plus élevées en pourcentage du PIB (2,9 %), et aussi celui où l'on retrouve la plus forte pénétration de téléphones mobiles dans la

marché, signale déjà une percée importante dans ce pays.

Que réserve l'avenir?

En dépit du recul du marché mondial des TIC, les experts sont généralement d'avis que la croissance du marché tchèque des télécommunications devrait se poursuivre. La valeur de ce marché devrait

formalités juridiques, financières et en matière d'importation en vigueur au pays. Le partenaire idéal variera en fonction du type d'entreprise, mais règle générale, il est recommandé aux entreprises d'appliquer, au moment de choisir que ce soit un agent, un représentant ou un distributeur tchèque, les mêmes critères qu'au Canada.

Pour être bien branché

Le marché tchèque des TIC

région, ce qui en fait l'un des plus importants marchés de TIC en Europe centrale. À vrai dire, les dépenses en ce domaine sont presque équivalentes à celles engagées par la plupart des pays d'Europe de l'Ouest et se chiffraient à 151 \$US par habitant en 1999.

Aperçu du marché

La valeur du marché des TIC a atteint 1,56 milliard \$US en 1999, affichant un taux de croissance annuel frôlant les 7 %. On s'attendait à ce que ce taux double presque en 2000 et à ce que les dépenses grimpent jusqu'à 1,75 milliard \$US. S'il est vrai que cette croissance s'explique largement par les dépenses accrues au chapitre des logiciels et des services, le matériel informatique représente, encore aujourd'hui, le gros des échanges sur ce marché. En effet, malgré la hausse de la demande liée au développement de solutions technologiques, le matériel de base comptait pour 47 % des dépenses totales effectuées en 1999 dans le domaine des TIC, les services 37,9 % et les logiciels 15 %.

Sur le marché des communications mobiles en Europe de l'Est, la République tchèque occupe aussi le premier rang. Environ 40 % des habitants de la République tchèque possédaient un téléphone mobile en 2000, comparativement à 25 % en Hongrie et en Slovaquie, et à 16 % en Pologne. La technologie GPRS (General Packet Radio Service) a déjà été introduite sur ce marché et un appel de candidatures en vue de l'attribution de licences pour l'exploitation de services UMTS (système universel de télécommunication mobile) devrait être lancé à l'automne 2001. La société Cesky Mobil, qui appartient à des intérêts canadiens et qui vient tout juste d'établir sa présence commerciale sur ce

atteindre 3,27 milliards \$US d'ici 2004, celle du marché du service fixe 1,52 milliard \$US et celle du marché du service mobile 1,75 milliard \$US en 2001.

Divers facteurs influenceront sur cette expansion future, et en particulier la demande croissante de la population tchèque pour des services liés aux TIC, dont



l'accès à Internet. Les entreprises étant de plus en plus nombreuses à utiliser des réseaux aux fins du partage des ressources et du commerce électronique, la demande de logiciels devrait augmenter. De même, comme l'accent est mis actuellement sur la production moins polluante, la gestion des déchets, la gestion de l'énergie, le traitement de l'eau et des eaux usées et les changements climatiques, les investissements dans la modernisation de l'infrastructure en place pour la communication de données et les télécommunications devront augmenter.

Entre 2001 et 2003, le marché du service fixe sera libéralisé et les sociétés Cesky Telecom et Ceske Radiokomunikace, privatisées. Ces mesures, conjuguées à l'appel de candidatures pour l'attribution de licences UMTS en 2001, ouvriront la voie à un marché des TIC plus concurrentiel en République tchèque.

Choisir un partenaire

Il est recommandé aux entreprises canadiennes qui souhaitent piloter efficacement leurs affaires en République tchèque de s'associer avec un partenaire tchèque, car celui-ci sera au fait des pratiques commerciales, des caractéristiques du marché et de la façon de procéder, sans oublier les

Les intervenants sur le marché des TIC en République tchèque

De grandes sociétés allemandes, néerlandaises, françaises, britanniques, scandinaves et américaines œuvrent déjà en République tchèque. Les sociétés KPN Royal Dutch Telecom, RWE Telliance, TeleDanmark, GTS (Global TeleSystem), Atlantic West, TIW, C-Mobil, Nokia, Erickson et Siemens figurent parmi les principales sociétés présentes dans le sous-secteur des télécommunications.

Du côté des fournisseurs de services internet, les principaux acteurs sont Telecom Austria, Nextra, Star One, Tiscali et TeleDanmark.

Les principaux fournisseurs de matériel et de logiciels pour les TIC sont Libra, Vikomt, AT Computers, Microsoft, Novell, Linux, SAP, Minerva, Oracle, Intentia, Navision Software, GEAC et Celestica.

Adresses utiles sur l'internet

- Czech Invest : www.czechinvest.org
- Czech Trade : www.czechtrade.cz
- Ministère de l'Industrie et du Commerce : www.mpo.cz
- Czech and Moravia Electrical and Electronic Association : www.electroindustry.cz
- Forum Internet World de Prague : www.internetworld.cz
- INVEX, le plus grand salon des TIC en Europe centrale : www.invex.cz

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Ella Stenroos, agente commerciale, ambassade du Canada à Prague, tél. : (011-42-2) 7210-1862, téléc. : (011-42-2) 7210-1894, courriel : ella.stenroos@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/~prague 🌐

Les sections commerciales des ambassades du Canada dans quatre pays nordiques feront équipe pour aider les fabricants canadiens d'équipement et de vêtements de plein air à conquérir les marchés de la Finlande, de la Suède, de la Norvège et du Danemark lors de la mission **Nordic Nexos 2001**, du 3 au 11 novembre.

La Scandinavie — une région qui ressemble beaucoup au Canada

En Scandinavie, tout comme au Canada, le milieu naturel se prête admirablement bien à la pratique de l'exercice et du sport. Avec les 1 257 308 kilomètres carrés de terrain nordique accidenté et les milliers de rivières et de lacs à leur disposition, il

suédoise précise même que toutes les terres doivent être accessibles gratuitement, ce qui contribue sans aucun doute à la popularité du camping et de la randonnée pédestre à l'échelle nationale.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

- M^{me} Tania Groth, agente de promotion

Les pays nordiques recherchent le matériel et les vêtements de plein air MISSION COMMERCIALE NEXOS 2001

Nordic Nexos 2001 s'adresse principalement aux fabricants de vêtements de plein air prêts à l'exportation et en quête de nouveaux marchés. La clientèle cible se compose de personnes jeunes — ou à tout le moins jeunes de cœur — et dynamiques, à la recherche d'équipement et de vêtements pour les sports extrêmes, le camping, la randonnée pédestre, l'escalade, le canot ou le kayak. Ce type de consommateur recherche de la marchandise de très grande qualité — et est prêt à y mettre le prix.

Les sections commerciales des ambassades du Canada de chacun des pays hôtes mettront tout en œuvre pour faciliter la conclusion de partenariats entre les participants au Nexos. En plus du voyage organisé, les ambassades se chargeront de l'accueil, de présenter les représentants d'entreprises à des gens du milieu du plein air et d'organiser des visites personnalisées.

Les faits saillants du voyage comprendront l'**Expo Sport (Ski)** à Helsinki et le **Banff Mountain Film Festival** à Copenhague, où un espace sera mis à la disposition des fabricants qui voudraient présenter des produits fabriqués au Canada.

Pour une évaluation préalable du potentiel d'un produit sur les marchés de la Finlande, de la Suède, de la Norvège ou du Danemark, communiquer avec l'une des personnes dont le nom apparaît ci-dessous. Pour plus de renseignements concernant l'aide financière offerte dans le cadre du PDME aux sociétés qui souhaitent participer à la mission, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/outreach/itc-f.asp ou communiquer avec le Centre du commerce international de votre région.

n'est guère étonnant que les Scandinaves — au nombre de quelque 24 millions — attachent une très grande importance à la santé et au plein air. En fait, un tiers des Suédois sont membres d'une association sportive quelconque.

En hiver, à peu près tout le monde profite du grand air, que ce soit sur les pentes de ski, dans les sentiers de ski de fond ou sur les patinoires. Le patinage de fond, qui connaît beaucoup de succès depuis de nombreuses décennies, attire de plus en plus d'adeptes. En été, les plans d'eau de la région permettent la pratique de la voile, du kayak et du canotage. La loi

commerciale, ambassade du Canada à Copenhague, tél. : (011-45) 3348-3239, téléc. : (011-45) 3348-3221, courriel : tania.groth@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.dk

- M^{me} Astrid Haaeman, tél. : (011-45) 3348-3251, courriel : astrid.haaeman@dfait-maeci.gc.ca
Autres contacts dans les ambassades
- M^{me} Maria Stenberg (Suède), courriel : maria.stenberg@dfait-maeci.gc.ca
- M. Johan Nyman (Finlande), courriel : johan.nyman@dfait-maeci.gc.ca
- M. Bjorn Hansen (Norvège), courriel : bjorn.hanssen@dfait-maeci.gc.ca 🇳🇴

Contrat décroché

Bétonel affiche ses couleurs en Indonésie

Les sociétés montréalaises **Bétonel Ltée** et indonésienne **P.T. Putramataram Coatings International** ont ouvert leur premier magasin commun en mai dernier à Jakarta. Ce nouveau partenariat, connu sous le nom de **Bétonel Indonesia**, doit donner naissance à plus de 20 magasins semblables à travers l'Indonésie, un marché ciblé de 20 millions d'habitants. Cette croissance devrait générer des ventes annuelles d'environ 100 000 litres par magasin, soit 1 million \$ de chiffres d'affaires. Cette quantité de peinture serait suffisante pour couvrir entièrement la tour Eiffel 40 fois, soit 2 fois par magasin. M. Ken Sunkuist, l'ambassadeur du Canada au moment de la cérémonie d'inauguration, a remercié les deux entreprises pour leur confiance vis-à-vis de la consommation indonésienne, soulignant au passage que les investissements canadiens en Indonésie avaient repris



L'ambassadeur du Canada, M. Ken Sunkuist (à gauche), à l'ouverture de **Bétonel Indonesia**, en compagnie de son président, M. Freddy Pankey. au cours de l'année dernière les niveaux qu'ils avaient avant la crise.

Pour plus d'information, contacter M. Daniel Pellerin, tél. : (514) 273-8855, téléc. : (514) 273-7391, courriel : dpellerin@betonel.com internet : www.betonel.com ou l'ambassade du Canada à Jakarta, courriel : jkrta-td@dfait-maeci.gc.ca 🇳🇮

Consumé aux carottes parfumé au gingembre, rouleau au saumon fumé et aux crevettes épicées, salade tiède de faisan Flintshire Farms, carré de porc de l'Ontario dans sa croûte aux pacanes, farci aux petits fruits d'hiver et sa sauce au cidre de pomme... Voilà quelques-uns seulement des plats succulents qui composaient le menu d'un dîner de gala de cinq plats, mettant les aliments et les vins canadiens à l'honneur, menu qui a été préparé par une équipe de chefs cuisiniers de l'Ontario et du Japon réunis à l'Institut culinaire du Niagara du Collège Niagara en avril dernier. La réponse enthousiaste des chefs japonais, lauréats du 8^e Concours canadien de la coupe culinaire, témoigne largement — et concrètement — de l'exportabilité des aliments et des vins canadiens.

Un « séjour d'apprentissage » L'appétit vient en ... cuisinant



Accompagnés du chef principal Tokio Kamimura de l'association des cuisiniers japonais All Japan Cooks Association (AJCA), les trois lauréats du concours — le chef cuisinier M. Masahiro Fujita du Royal Hall Yokohama, le chef cuisinier M. Hitoshi Nishimiya du Royal Park Hotel à Tokyo, et la chef cuisinière M^{me} Sumie Shinohara, chef du personnel enseignant au Seishin Cooking College à Tokyo — sont arrivés en Ontario le 21 avril dernier pour recevoir leur prix — un « séjour d'apprentissage » d'une semaine à l'Institut culinaire du Niagara du Collège Niagara, à Niagara Falls.

Les trois chefs étaient les finalistes du 8^e Concours canadien annuel de la coupe culinaire, qui s'est déroulé à Tokyo en octobre dernier sous les auspices de l'ambassade du Canada en collaboration avec l'AJCA. Ce concours s'inscrit dans le cadre du Programme de découvertes gastronomiques du MAECI, qui fait la promotion des boissons et des produits agro-alimentaires canadiens sur le marché japonais.

Niagara : attraits gastronomiques

Parmi les nombreuses activités figuraient des visites dans des fermes et des vignobles de la région, dont Pillitteri Estates, des présentations de produits par Canada Porc International, Ontario Commercial Fisheries Association et Flintshire Farms de Kingston, et des repas gastronomiques aux restaurants des vignobles Cave Springs Cellars, Vineland Estates et Hillebrand Estates ainsi qu'au restaurant Table Rock, à Niagara Falls.

« J'avais apporté les produits dont je pensais que nous aurions besoin et j'avais tracé les grandes lignes du menu, mais nous avons laissé les chefs japonais prendre les choses en main pour que la présentation et les saveurs soient vraiment les leurs »,



Le dessert est servi par l'équipe des chefs japonais invités et ceux de l'Institut culinaire du Niagara. De gauche à droite : M^{me} Mary Moore, M^{me} Sumie Shinohara, M^{me} Vincenza Smith, M. Masahiro Fujita, M. Tokio Kamimura, M. Mark Hand et M. Hitoshi Nishimiya.

explique M. Mark Hand, chef principal et gérant de la restauration à l'Institut culinaire du Niagara, qui a passé toute la semaine avec les invités japonais.

Les Japonais adorent nos aliments

La semaine a été une expérience d'apprentissage tant pour les participants japonais que pour les Canadiens. « J'avais une idée préconçue que nos produits ne seraient pas à la hauteur des leurs, admet M. Hand. Mais à voir l'expression sur le visage des chefs japonais quand je leur ai montré les produits avec lesquels nous allions travailler, j'ai vite compris que nous pouvons être fiers de ce que nous possédons. Ils ont adoré nos produits. »

Le fait que les chefs apprécient les aliments et les vins canadiens a des conséquences importantes sur les possibilités d'exportation canadiennes. « Ces chefs sont comme des vedettes du rock au Japon, précise M. Hand. S'ils adoptent un certain produit, celui-ci gagnera en popularité et se vendra rapidement. »

D'ailleurs, le chef principal de l'AJCA a fait des démarches pour utiliser du faisan des fermes Flintshire Farms dans le cadre de l'édition de cet automne de la Coupe culinaire, et les chefs ont demandé des renseignements supplémentaires sur la coréogone.

Tisser des liens avec l'étranger

C'est la première fois que le « séjour d'apprentissage » du Programme de découvertes gastronomiques se déroule au Collège Niagara. En outre, la participation du Collège à ce concours cadre bien avec son mandat et ses activités sur la scène internationale.

Ces six dernières années le Collège, qui encourage le commerce, l'éducation et la création de partenariats dans un contexte international, a géré et coordonné des projets dans plus de 30 pays. De plus, il a signé des accords lors de la mission commerciale d'Équipe Canada en Chine en février dernier.

« Nous considérons l'éducation comme un produit hautement commercialisable », explique la vice-présidente, Services aux entreprises et aux étudiants, M^{me} Martha Casson. « Cette célébration du succès culinaire, conjuguée à la mise en valeur de produits et de vins canadiens, est une façon de plus pour nous de nouer des liens avec l'étranger, » affirme M^{me} Casson.

Pour renseignements, joindre M^{me} Kyla Pennie, spécialiste des projets internationaux, Collège Niagara, tél. : (905) 735-2211, poste 7805, téléc. : (905) 735-2413, courriel : kpennie@niagarac.on.ca internet : www.niagarac.on.ca ou M. Robert Lazariuk, délégué commercial, direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 992-6185, téléc. : (613) 944-2397, courriel : robert.lazariuk@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca

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



**Forum pour la formation
en commerce international**

FITT

Des experts offrent des procédés pratiques, étape par étape, sur les meilleures façons de faire des affaires à l'échelle internationale.

Tél. : 1 800 561-3488, internet : www.fitt.ca

ASIE DU SUD-EST — 4-16 novembre 2001 — Profitez d'une excellente occasion d'explorer le marché du pétrole et du gaz en Asie du Sud-Est, lors d'une mission commerciale cet automne. Cette région recèle certains des gisements de pétrole et de gaz les plus riches et les plus abondants dans le monde. La mission aura sa base à l'exposition **ASCOPE 2001** (www.ascope2001.com/), qui aura lieu du 5 au 8 novembre à Kuala Lumpur. ASCOPE (ASEAN Council on Petroleum) est une grande exposition et conférence nationale tenues tous les quatre ans.

Après ASCOPE, la mission se transporte à Bandar Seri Begawan, capitale de Brunéi, puis à Jakarta, en Indonésie, où les entreprises canadiennes pourront participer à une série de séances de liaison et de constitution de réseaux ainsi qu'à des rencontres avec des représentants officiels du pays et avec des Canadiens qui ont l'expérience du marché.

Cette mission offre diverses possibilités :

- La **MALAISIE** (4 au 10 novembre) pos-

sède des réserves prouvées de gaz de 81,7 trillions de pieds cubes, et les investissements envisagés pour la période 1998-2003 dépassent 13 milliards de dollars US dans le pétrole et le gaz.

formation et l'acheminement du gaz naturel. On prévoit la construction d'un corridor pour le transport du gaz près de Palembang (le sud de Sumatra), et d'un pipeline traversant le Sud-Est

Mission pétrole et gaz Asie du Sud-Est

- Il y a à **BRUNÉI** (11 et 12 novembre) deux coentreprises canadiennes de pétrole et de gaz qui exploitent un projet d'une valeur de 750 millions de dollars US pour améliorer des installations de production de GNL. Il y a des débouchés en aval pour la transformation des produits du pétrole et du gaz et pour la vente de matériel et de machines pour la production de pétrole.
- L'**INDONÉSIE** (13 au 16 novembre) a besoin de technologies pour la trans-

asiatique pour alimenter la Chine et l'Inde.

Pour plus d'information sur cette occasion unique pour le secteur canadien du pétrole ou pour vous renseigner sur l'aide financière qui pourrait être offerte, communiquer avec M^{me} Barbara Tink, déléguée commerciale, direction du Sud-Est asiatique, MAECI, tél. : (613) 992-0959, téléc. : (613) 944-1604, courriel : barbara.tink@dfait-maeci.gc.ca internet : <http://infoexport.gc.ca/> 🌟

Mission commerciale en Inde — Suite de la page 1

de concession de licences en technologie, valant plus de 50 millions de dollars US, avec Reliance Industries et la Gas Authority of India Ltd. (GAIL). Après avoir obtenu de la GAIL un contrat de 3,2 millions en 1997, **Global Thermoelectric Inc.**, de Calgary, vient d'en décrocher un autre de plus de 19 millions. **SNC-Lavalin**, qui œuvre depuis longtemps dans le secteur énergétique de l'Inde, poursuit ses efforts en vue d'obtenir de nouveaux contrats pour des projets hydroélectriques, tout comme **GE Hydro** de Montréal et **Foundation Company** de Scarborough. Ensemble, les entreprises canadiennes représentent 10 % de la puissance hydroélectrique installée en Inde.

Transports et infrastructure

International Road Dynamics (Saskatoon) qui fabrique des systèmes de gestion et de surveillance des autoroutes, a été choisie pour fournir des systèmes automatisés de vérification pour postes de péage. **Dynaire** (Richmond, C.-B.), fournit du matériel servant à la construction de routes en Inde, tandis que **Chalmers Suspension International Inc.** (Mississauga) et **Jaycee Coach Builders Ltd.** (Chandigarh), ont créé une coentreprise qui fabrique des systèmes avancés de suspension des ressorts en

caoutchouc. **CANAC**, une compagnie montréalaise, cible le marché indien de la sécurité ferroviaire.

Environnement

La société torontoise **R. V. Anderson Associates Limited** a obtenu un contrat de 8 millions de dollars, financé par la Banque mondiale, pour mener une étude de deux ans et demi sur le fonctionnement et l'entretien du système d'égout de Mumbai. Une vingtaine d'autres entreprises canadiennes, dont **Vaughan Engineering** (Halifax), **ADI Engineering** (Fredericton), ont entrepris ou terminé des projets environnementaux en Inde. La valeur totale du marché des produits environnementaux de 3,1 milliards de dollars US devrait atteindre 7 milliards d'ici 2010.

Et bien d'autres...

L'Inde offre d'autres débouchés qui débordent largement les secteurs prioritaires cités ci-haut et qui, souvent, se présentent sous la forme de coentreprises. Par exemple, **Diamonds North Ltd.** (Yellowknife) et **Mahendra Brothers** (Mumbai) ont mis sur pied une coentreprise, **Atthee Diamonds Inc.**, qui taille et polit les diamants à Yellowknife. En 1998, **Cubex** (Winnipeg) a

formé une coentreprise avec une firme privée de Hyderabad en vue de produire une machine de forage souterrain spécialement conçue pour répondre aux besoins de l'Inde. Les partenaires se sont rencontrés lors d'une foire minière à Calcutta grâce au conseiller commercial du haut-commissariat du Canada à New Delhi.

La mission présente une excellente occasion de mieux connaître le marché dynamique de l'Inde tout en faisant la promotion des produits, des services et des technologies du Canada; ainsi que de renforcer vos liens avec les compagnies locales, de rencontrer de nouveaux clients, de mieux faire connaître votre entreprise en Inde et de concrétiser vos projets commerciaux.

Pour plus de renseignements, cliquez sur www.tcm-mec.gc.ca ou téléphonez au (613) 995- 2194. 🌟



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

Le secrétaire d'État (Asie et Pacifique), M. Rey Pagtakhan, qui dirigera du 12 au 21 septembre 2001 une mission commerciale en Asie du Sud-Est consacrée au franchisage, invite les franchiseurs canadiens à y prendre part.

Franchisage

Mission commerciale aux Philippines et à Singapour

Le Canada joue un rôle majeur sur le marché mondial du franchisage, se situant au deuxième rang après les États-Unis. Les franchiseurs canadiens se sont déjà implantés sur le marché lucratif de l'Asie du Sud-Est, et des entreprises comme **Beavertails**, **Saint Cinnamon**, **Cinzeo**, **Yogenfruz** et **Country Style Donuts** récoltent déjà les fruits de leur perspicacité.

Les participants assisteront aux deux principales manifestations internationales dans le domaine du franchisage en Asie, soit **Franchise Asia 2001**, qui se déroulera

à **Manille** du 12 au 16 septembre, et **Global Franchising 2001**, une foire qui aura lieu à **Singapour** du 19 au 21 septembre. Vu que ces deux événements se suivent de près donnera aux participants la possibilité d'avoir accès au marché du

Sud-Est asiatique, de se familiariser avec ses pratiques commerciales et d'établir des contacts en vue de former d'éventuelles coentreprises avec des firmes de cette région.

Le franchisage se développe rapidement en Asie du Sud-Est. Aux Philippines, par exemple, le nombre de franchises est passé d'environ 50 en 1994 à plus de 500 à l'heure actuelle. On attend environ 250 000 visiteurs à la foire **Franchise Asia 2001**. L'ambassade du Canada aux Philippines attache une importance prioritaire à

ce secteur en raison des débouchés qu'il offre aux compagnies canadiennes.

À Singapour, le marché actuel du franchisage reflète aussi cette expansion phénoménale; il offre en outre l'avantage d'attirer des franchisés d'Indonésie et de Malaisie. Le haut-commissariat du Canada a pris des mesures pour que les participants à la mission puissent tirer parti de la croissance de ce secteur.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) ont mis sur pied un Pavillon du Canada dans chacune des deux foires pour faire valoir les entreprises qui participent à la mission qu'ils appuient sans réserve.

On trouvera sur l'internet de plus amples renseignements sur les deux foires commerciales : **Franchise Asia 2001/Manille** (www.franchiseasia2001.com) **Global Franchising 2001/Singapour** (www.gfranchising.com)

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec M. Jai Mathu, premier délégué commercial, direction de l'Asie du Sud-Est, MAECI, tél. : (613) 995-7659, téléc. : (613) 944-1604, courriel : jai.mathu@dfait-maeci.gc.ca 🌟

Prix d'excellence à l'exportation — Suite de la page 1

Depuis 1983, plus de 200 entreprises ont été reconnues pour le succès qu'elles remportent au Canada et sur les marchés étrangers. « La variété des secteurs d'où proviennent les lauréats démontre clairement à quel point le Canada a su diversifier son économie, a souligné M. Pettigrew. Les finalistes de cette année poursuivent certainement cette tradition, s'étant démarquées dans les domaines de la technologie du savoir, de l'alimentation, de la fabrication et de la prestation de services. »

Le Ministre a également salué la participation des commanditaires aux Prix d'excellence. « L'engagement des commanditaires nous permet de célébrer les réalisations de nos exportateurs et d'encourager encore davantage les entreprises canadiennes à élargir leurs activités sur les marchés d'exportations », a-t-il déclaré.

Les commanditaires suivants se joindront au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international pour célébrer le succès des entreprises d'ici : la

Société pour l'expansion des exportations (SEE), Pratt & Whitney Canada, Développement économique Canada pour les régions du Québec, la **Financière Sun Life**, le **National Post** et les **Manufacturiers et Exportateurs du Canada**.

Voici les finalistes pour l'année 2001, d'Est en Ouest :

TERRE-NEUVE

- Grand Atlantic Seafoods, St. John's

NOUVELLE-ÉCOSSE

- Mermaid Theatre of Nova Scotia, Windsor
- The Shaw Group Limited, Halifax

NOUVEAU-BRUNSWICK

- Spielo Gaming International, Dieppe

QUÉBEC

- Accessair Systems Inc., Ste-Catherine
- Fieldturf Inc., Montréal
- Groupe ADF Inc., Terrebonne
- LAUZON, Planchers de bois exclusifs, Papineauville
- R/D Tech inc., Québec
- Thorburn Equipment Inc., Pointe-Claire
- VisuAide inc., Longueuil

ONTARIO

- Entrust Technologies Inc., Ottawa
- Lakefield Research Limited, Lakefield
- Normerica Inc., Toronto
- Northern Digital Inc., Waterloo
- Open Text Corporation, Waterloo
- Teknion Corporation, Toronto
- The Pressure Pipe Inspection Company Ltd., Mississauga
- Wescam, Burlington

SASKATCHEWAN

- Kitsaki Meats Limited Partnership, La Ronge

ALBERTA

- Alterna Technologies Group Inc., Calgary
- Global Thermoelectric Inc., Calgary
- Matrikon Inc., Edmonton
- SMART Technologies Inc., Calgary

COLOMBIE-BRITANNIQUE

- Fincentric Corporation, Richmond

Pour plus d'information au sujet des Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2001, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/awards-prix 🌟

Salons et conférences au calendrier

Pour plus de détails sur les événements ci-dessous, voir [canadexport](http://canadexport.gc.ca) en direct à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Foires et Missions commerciales » ou « Conférences/Colloques/Réunions ».

TORONTO — 19 septembre 2001 — Le **Deuxième Forum des Affaires Canado-Colombien**, présenté par le Conseil canadien pour les Amériques et par la Chambre de commerce Canada-Colombie, poursuit la lancée fructueuse de sa dernière édition tenue l'an dernier à Bogota. Les ministres canadien et colombien du Commerce international seront présents.

VANCOUVER — 11-12 octobre 2001 — Le second **Sommet Asie Pacifique**, qui est organisé tous les ans par la Fondation Asie Pacifique du Canada, vous renseignera sur les défis présentés par le commerce en Asie et sur les stratégies à adopter dans cette région dynamique. Des dirigeants d'entreprises, des décideurs principaux, des ambassadeurs et des experts en recherche viendront des deux côtés du Pacifique.

BEYROUTH, LIBAN — 13-17 octobre 2001 — Le **VIII^e Forum francophone des affaires (FFA)**, qui précédera le Sommet des chefs d'États de la Francophonie, regroupera des gens d'affaires de plus de 55 pays dans le domaine économique francophone et fournira une occasion unique de faire du réseautage avec les 800 participants attendus de tous les horizons de la Francophonie.

LEIPZIG, ALLEMAGNE — 24-28 octobre 2001 — La **Foire de Leipzig sur la construction (BauFach)** est l'une des plus importantes foires d'Europe consacrée au secteur de la construction. Elle couvre toutes les gammes de produits, de technologies et de services en construction résidentielle, commerciale et industrielle. L'Allemagne représente plus de 25 % du volume de la construction en Europe, ce qui en fait le premier marché européen pour la construction résidentielle et les produits de construction. (Pour obtenir une liste complète des foires commerciales prévues en Allemagne jusqu'en 2002, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/canadexport).

LA HAVANE, CUBA — 28 octobre-4 novembre 2001 — La plus grande foire de Cuba, la **FIHAV** (foire commerciale internationale de La Havane), est une foire multisectorielle réunissant notamment les

secteurs du tourisme, de l'énergie et de l'électricité, des transports, de l'agriculture et de l'alimentation. Plus de 1 400 exposants venus de 62 pays et plus de 200 000 visiteurs ont participé à cette foire l'an dernier.

LE CAIRE, ÉGYPTE — 6-9 novembre 2001 — L'**exposition et conférence du Moyen-Orient sur l'électricité et l'énergie (ELECTRIX)** est le principal événement annuel au Moyen-Orient et en Afrique du Nord sur l'électrotechnique, l'électricité, l'énergie solaire et l'énergie renouvelable.

CHICAGO — 11-13 novembre 2001 — Le **Salon de la Private Label Manufacturers Association (PLMA)** est la plus importante activité annuelle en Amérique du Nord pour le commerce des produits d'alimentation vendus sous marques privées de distributeur.

ANTOFAGASTA, CHILI — 20-24 novembre 2001 — **Exponor 2001**, une importante foire commerciale internationale du secteur minier se tiendra en plein cœur de la région minière du Chili.

PADOUE, ITALIE — 28 novembre-1^{er} décembre 2001 — **Bionova** est l'unique exposition italienne sur la biotechnologie et la bio-ingénierie du secteur de la santé. Le consulat général du Canada à Milan vous propose quelques activités visant à favoriser l'établissement de partenariats entre entreprises canadiennes, italiennes et internationales de biotechnologie. **Date limite pour l'inscription : 30 septembre.**

ROTORUA, NOUVELLE-ZÉLANDE — 12-16 mars 2002 — La **Forest Industries International Conference and Exhibition - FI 2002** sera l'événement le plus important et le plus innovateur de l'industrie forestière de la Nouvelle-Zélande. Ce pays est sur le point de devenir un chef de file international dans l'exploitation de plantations forestières. Pour réaliser cette expansion, l'industrie devra investir beaucoup dans de nouvelles installations de transformation, ce qui créera des occasions d'affaires pour les fabricants canadiens de machines pour l'exploitation forestière et la transformation du bois.

VENEZ NOUS RENCONTRER!



LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Débouchés d'exportation :

Laissez-nous faire les présentations!

Le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) est un réseau de 500 professionnels en poste dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde.

Nous aidons des entreprises canadiennes comme la vôtre à explorer de nouveaux marchés et à accroître leurs exportations.

Plusieurs membres du SDC en poste aux États-Unis, en Amérique latine, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie-Pacifique participeront à l'**Assemblée annuelle de l'Association des industries aérospatiales du Canada** (www.aiac.ca/about/calendar/events.AnnualGeneral.html) le **30 septembre** et le **1^{er} octobre 2001** à Toronto.

Rencontrez-les et découvrez des débouchés sur les marchés étrangers pour ces produits et services.

Pour renseignements, joindre Mark Richardson, tél. : (613) 996-3644, courriel : AIAC@dfait-maeci.gc.ca

Consultez nos études de marché pour l'industrie aérospatiale et contactez notre réseau de professionnels à :

www.infoexport.gc.ca

TORONTO — 17-19 avril 2002 — La **Conférence et foire commerciale chinoise**, le premier événement du genre organisé au Canada, fait suite au succès remporté par la mission commerciale d'**Équipe Canada 2001** en Chine et mettra l'accent sur les débouchés en Chine et sur les possibilités d'investissement et de développement d'entreprises au Canada. 🍁

Événements culturels à retenir

ARTS VISUELS

BERLIN, ALLEMAGNE — 3-7 octobre 2001 — **Art Forum Berlin** (www.art-forum-berlin.com) : parmi les foires internationales à vocation artistique les plus avant-gardistes.

TORONTO — 11-15 octobre 2001 — **Le Toronto International Art Fair** (www.tiafair.com) : œuvres d'art multimédia couvrant la période allant des impressionnistes aux contemporains, tout en mettant en relief les plus récents développements de l'art sur la scène internationale.

FILM, VIDÉO, TÉLÉVISION ET RADIODIFFUSION

TORONTO — 6-15 septembre 2001 — **Le Toronto International Film Festival and Trade Forum** (www.e.bell.ca/filmfest/2001/default.asp) : le deuxième plus important festival du film au monde, après Cannes. Il attire des décideurs du monde entier.

HALIFAX — 14-22 septembre 2001 — **Le Atlantic Film Festival** (www.atlanticfilm.com) : une superbe collection de longs et courts métrages canadiens et internationaux. Cette année, la **Conférence des partenaires stratégiques** s'intéressera avant tout à l'Espagne et à l'Amérique latine (15-17 septembre).

CANNES, FRANCE — 8-12 octobre 2001 — **Le MIPCOM** (www.mipcom.com), « marché » du film et de la programmation destinés à la télévision, la vidéo, le câble et le satellite met en scène des contenus adaptés pour l'industrie mondiale de la télévision.

MONTRÉAL — 11-21 octobre 2001 — **Le Festival international du nouveau cinéma et des nouveaux médias de**

Montréal (www.fcmm.com) : une occasion unique de voir des créations cinématographiques numériques et médiatiques.

VANCOUVER — 26 septembre-12 octobre 2001 — **Le 16^e Annual Vancouver International Film Festival and Trade Forum** (www.viff.org) réunira des experts considérés comme les « éminences grises » du monde du cinéma et de la télévision. Plus de 135 000 personnes attendues, quelque 400 visionnements de 300 films de plus de 50 pays.

ARTISANAT CONTEMPORAIN

CHICAGO — 4-7 octobre 2001 — **SOFA Chicago** (www.sofaexpo.com/chicago/indexchi.htm) : l'une des meilleures expositions internationales sur l'art décoratif et les beaux-arts contemporains.

MULTIMÉDIA

MONTRÉAL — 3-5 octobre 2001 — **Rendez-vous au 8^e Marché International du Multimédia (MIM)** (www.mim.qc.ca) : on peut s'informer sur les plus récents développements en technologie de l'information (partenariats stratégiques, investisseurs, contacts internationaux).

BADDECK (NOUVELLE-ÉCOSSE) — 10-13 octobre 2001 — **Le Baddeck International New Media Festival** (www.baddeckfest.com/index.php) : créateurs, acheteurs et vendeurs de nouveaux contenus médiatiques.

ÉDITION

FRANCFORT, ALLEMAGNE — 10-15 octobre 2001 — **La Foire du livre de Francfort** (www.frankfurt-book-fair.com) : la plus grande et la plus importante foire annuelle de l'industrie du livre et de l'édition, (surtout pour les droits et licences internationaux).



PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION (PDME)

Le PDME offre de l'aide pour exploiter de nouveaux marchés à l'exportation.

Critères d'admissibilité

1. Stratégie de développement des marchés (jusqu'à 50 000 \$).
2. Entreprises novices à l'exportation (jusqu'à 7 500 \$).
3. Soumissions pour projets d'immobilisations (jusqu'à 50 000 \$).

Pour plus de renseignements, communiquer avec le Centre du commerce international de votre région ou cliquer sur notre site internet : www.infoexport.gc.ca/programs-f.asp

(Voir l'annonce du PDME dans *CanadExport*, numéro du 3 juillet et du 16 juillet 2001.)

Plus de 120 maisons et agents d'édition canadienne y participeront.

GUADALAJARA, MEXIQUE — 24 novembre-2 décembre 2001 — **Le Guadalajara International Book Fair (FIL)** (www.fil.com.mx/mexplaza_e.html) : l'événement vedette du livre et de l'édition en Amérique centrale et du Sud.

Pour renseignements, joindre la direction de la Promotion des Arts et des industries culturelles, tél. : (613) 944-ARTS, internet : www.dfait-maeci.gc.ca/arts 🍁

Service des renseignements

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

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047