



DANS CE NUMÉRO

- 2 Occasions d'affaires
- 4 Le marché de la télésanté et de la télémédecine dans le centre des É.-U.
- 6 Faire des affaires avec les É.-U.
- 7 La GSA : un marché de plus de 100 milliards de \$US
- 9 Concours canadien de la coupe culinaire au Japon
- 10 L'Allemagne bâtit à la canadienne
- 11 La construction résidentielle en Russie
- 13 Secteur pétrolier et gazier de l'Inde
- 14 Foires et missions commerciales
- 15 Salons et conférences à retenir

La science et la technologie (S-T) : de bons outils Comment appuyer les sociétés canadiennes

Le Canada s'efforce d'étendre sa réputation d'économie du savoir parmi les plus avancées au monde, par un certain nombre de mesures bien planifiées qui ont déjà été prises. Par une série de missions et de tournées de présentation (voir plus bas) qui doivent avoir lieu prochainement, le Programme de la science et de la technologie du MAECI compte aider le Canada à tisser de nombreux liens internationaux qui renforceront son rôle de partenaire mondial hautement estimé dans les domaines de la recherche et des affaires.

Par les mesures qu'il prend pour favoriser la coopération internationale en recherche-développement (R-D) entre les secteurs public et privé et à l'intérieur de ceux-ci, et en introduisant les PME canadiennes en R-D aux sources de capitaux étrangers pour qu'elles puissent prendre de l'expansion sur les marchés étrangers, le Programme s'efforce d'entretenir un milieu propice à la



De gauche à droite : le président du CNRC, M. Arthur Carty; la ministre allemande de l'Éducation et de la Recherche, M^{me} Edelgard Bulman; et le secrétaire d'État canadien, Sciences, Recherches et Développement, M. Gilbert Normand, suite à la signature de la Déclaration commune et du Protocole d'entente, à Bonn.

S-T au Canada. L'automne de 2001 était une période d'activité particulièrement intense marquée par la coordination de

Voir page 3 – La S-T

Un grand exemple de réussite canadienne

Exportations canadiennes de TIC vers la Chine

Par Dale Forbes, gestionnaire, Direction de la Chine et de Hong Kong, Industrie Canada

Tandis que la télévision, la radio et la presse écrite internationales continuent de présenter des reportages sensationnalistes sur le déclin de l'industrie des technologies de l'information et des communications (TIC), un sujet qui n'a pas encore fait la manchette est l'énorme succès que connaissent les exportateurs canadiens de TIC en Chine. En dépit du recul de l'industrie des

TIC à l'échelle mondiale, le pays du dragon attise les exportations canadiennes dans ce secteur, qui ont augmenté de 200 % au cours des six premiers mois de 2001.

L'annonce presque quotidienne de marchés conclus avec la Chine et son accession imminente à l'Organisation mondiale

Voir page 12 – Succès

Le Centre des occasions d'affaires

THAÏLANDE — Ligne de transporteur pour système d'élimination des cendres et du plâtre

L'Autorité de production d'électricité de la Thaïlande (EGAT) invite les intéressés à présenter des soumissions scellées (appel d'offres n° EGAT 22/2544-MM0028) pour la reconstruction de la ligne de transporteur 1, utilisée pour le système d'élimination des cendres et du plâtre aux unités 4-13 de la centrale électrique de Mae Moh. Les travaux comprennent la conception, la fabrication, la livraison et l'aide à la supervision au cours de la construction et de la mise en service. Coût des documents de soumission (non remboursable) : 90 \$ US. Date de clôture : **16 janvier 2002**. Pour obtenir les documents de soumission (disponibles jusqu'au 4 janvier 2002), communiquer avec M. Niramorn Chotikunchorn, Autorité de production d'électricité de la Thaïlande, pièce 350, immeuble TOR 100, Bang Krui, Nonthaburi 11130, Thaïlande, tél. : (011-662) 433-9774, téléc. : (011-662) 433-6317 ou (011-662) 436-6556. Communiquer avec M. Surin

Thanalertkul, agent commercial, ambassade du Canada à Bangkok, téléc. : (011-662) 636-0568 ou courriel : surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca en mentionnant le n° de dossier **011030-04929**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Bangkok).

JORDANIE — Transformateurs, réacteurs et matériel auxiliaire

La National Electric Power Company (NEPCO) invite les intéressés à soumissionner (appel d'offres n° 22/2001) des travaux aux sous-stations d'Amman Nord et de Qatrana, travaux à exécuter dans le cadre d'un seul contrat. À Amman Nord : (a) 2 autotransformateurs de 400 MVA, 400/132/33 kV, équipés de changeurs de prises en charge et de matériel auxiliaire, (b) 2 transformateurs auxiliaires/de mise à la terre de 315 kVA, 33/0,4 kV. À Qatrana : (a) 2 autotransformateurs de 240 MVA, 400/132/33 kV, équipés de changeurs de prises en charge et de matériel auxiliaire, (b) 2 transformateurs auxiliaires/de mise à la terre de 315 kVA, 33/0,4 kV, (c) 2 réacteurs shunt de 25 MVA, 33 kV. Les travaux comprennent la conception, la fabrication, l'essai, l'emballage, la livraison et le déchargement sur les lieux, l'installation, la mise en service et la garantie. Coût des documents de soumission : 1 000 \$ US. Date de clôture : **15 janvier 2002**. Pour obtenir les documents de soumission et le dossier d'appel d'offres, communiquer avec le Service des approvisionnements, National Electric Power Company, C. P. 2310, Amman 11181, Jordanie, tél. : (011-962-6) 585-8615, téléc. : (011-962-6) 581-8336. Communiquer avec M^{me} Hala Helou, agente de commerce principale, ambassade du Canada à Amman, téléc. : (011-962-6) 567-3088 ou courriel : hala.helou@dfait-maeci.gc.ca en mentionnant le n° de dossier **011024-04850**. (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Amman).

THAÏLANDE — Réacteurs pour les sous-stations de Chom Bung — L'Autorité de production d'électricité de la Thaïlande (EGAT) invite les intéressés à présenter des soumissions scellées (appel d'offres

no IPPW-S1-R) pour la fourniture de réacteurs de 500 kV pour les sous-stations de Chom Bung, dans le cadre du projet de système de transport de 500 kV pour des producteurs d'électricité indépendants. Coût des documents de soumission : 44 \$ US. Date de clôture : **10 janvier 2002**. Pour obtenir les documents de soumission (disponibles jusqu'au 28 décembre 2001), communiquer avec le Service des achats et des contrats, pièce 506, immeuble T 101, Bang Krui, Nonthaburi 11130, Thaïlande, tél. : (011-66-2) 436-2780, téléc. : (011-66-2) 433-6317/5523/434-4064. Pour plus de renseignements, cliquer sur www.egat.or.th/procure et communiquer avec M^{me} Veena Ngaoharoenchitr, agente commerciale, ambassade du Canada à Bangkok, téléc. : (011-66-2) 636-0568 ou courriel : veena.ngaoharoenchitr@dfait-maeci.gc.ca en mentionnant le n° de dossier **011025-04874**. (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Bangkok).

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



Le Centre des occasions d'affaires internationales

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

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

Rédacteur en chef :
Suzanne Lalonde-Gaëtan
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Internet : www.infoexport.gc.ca/canadexport

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

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

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

— Suite de la page 1

réunions importantes visant à confirmer des engagements passés et futurs et par la tenue d'un forum permettant aux dirigeants dans les domaines de la recherche scientifique et technologique et de la politique en matière de S-T de se réunir et d'échanger des idées.

La filière française

La France, quatrième économie à l'échelle mondiale et un des piliers de l'Union européenne (UE), est un chef de file dans certains domaines de R-D, dont l'aérospatiale, l'agriculture, les télécommunications, la médecine et la biotechnologie.

La France porte un intérêt spécial à l'aptitude particulière du Canada de constituer de solides réseaux avec les différents intervenants dans le processus d'innovation — entreprises, universités, gouvernements et organismes catalyseurs. Un excellent exemple est la collaboration actuelle entre un conseiller en technologie industrielle rattaché au Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du Conseil national de recherches du Canada (CNRC) et un homologue français de l'Agence nationale de valorisation de la recherche (ANVAR).

Au cours de la dix-septième réunion de la Commission mixte culturelle, scientifique et technologique Canada-France, tenue les 18 et 19 octobre 2001 à Paris, des représentants d'instituts, d'organismes et d'association de S-T de la France et du Canada se sont réunis pour examiner les progrès réalisés au cours des trois dernières années dans la mise en œuvre de l'Accord bilatéral signé en 1965. Les deux pays, qui entretenaient déjà de fructueuses relations en R-D, ont convenu de coopérer, à l'avenir, dans les domaines des sciences de la vie et de la santé, des ressources naturelles, de l'agriculture et de l'agroalimentaire, de la science des matériaux, ainsi que des technologies de l'information et des communications, et d'utiliser pleinement le Fonds de recherche France-Canada pour appuyer la collaboration en R-D.

Partenariat Canada-Allemagne

L'Allemagne, troisième puissance économique au monde, est le principal partenaire européen du Canada en R-D. Elle offre la possibilité de conclure des alliances de R-D dans les domaines de l'aérospatiale, de la biotechnologie, des produits de soins de santé, des machines industrielles, des matériaux nouveaux et de la photonique.

De nombreuses missions ont déjà eu lieu, dont la tournée de présentation de 10 jeunes entreprises canadiennes lors de la foire bien connue de Hanovre, le printemps dernier : une entreprise canadienne de technologie a attiré l'intérêt de la société Siemens dont il a obtenu un appui financier. Un développement à suivre ainsi que d'autres contrats à annoncer.

- Une mission de novembre, qui a pour thème le partenariat en biotechnologie et le capital-risque dans les domaines de la génomique et de la protéomique, a commencé en Allemagne à **BIO Europe**, la plus importante conférence européenne sur la biotechnologie. Dans le cadre de la mission, il y avait des ateliers de coopération réunissant

La S-T bénéficie au Canada

Les célébrations du trentième anniversaire de la conclusion de l'Accord de coopération bilatérale en S-T ont culminé le 24 octobre à Bonn avec la signature par M. Gilbert Normand, secrétaire d'État canadien, Sciences, Recherche et Développement, et M^{me} Edelgard Bulman, ministre fédéral allemand de l'Éducation et de la Recherche (BMBF), d'une Déclaration commune visant une plus grande coopération entre le Canada et l'Allemagne qui s'étendra à de nouveaux secteurs ainsi qu'aux jeunes scientifiques et entrepreneurs.

Depuis 1971, plus de 500 projets de recherche conjoints ont été exécutés et 100 autres projets sont en cours. Et ce nombre augmentera certainement à la suite de la signature, durant les célébrations, d'un protocole d'entente entre le CNRC et les centres nationaux de recherches Hermann von Helmholtz (HGF) comprenant la création d'un fonds conjoint de 1,5 million de dollars par an.

L'avenir

Le Programme en R-D du MAECI est décidé à suivre un rythme soutenu et entraînant en continuant de faciliter le jumelage international entre des partenaires commerciaux canadiens et allemands en R-D et des investisseurs concernés, en coordonnant des missions à l'étranger.

Parmi les activités récentes au Canada et à l'étranger, signalons :

- Le symposium **BIOCONTACT**, tenu à Québec en octobre dernier, qui a attiré des délégations de 8 pays et a été le point de rencontres privées entre des entreprises canadiennes et d'éventuels partenaires étrangers dans le domaine de la technologie. Une séance sur le financement international a permis de souligner les débouchés aux États-Unis, en Suisse et en Allemagne.

quelque 14 entreprises qui ont fait connaître leurs technologies, et 5 sociétés de capital-risque. La tournée s'est terminée avec des visites en France, au Royaume-Uni et en Espagne. Une tournée de présentation semblable le printemps dernier en Italie, en Suisse et en Suède, a eu un grand succès. Une des entreprises participantes a récemment annoncé la conclusion d'un deuxième tour de financement de 12 millions de dollars. D'autres négociations sont en cours, et il est question de recourir, dans trois cas, plutôt à la Bourse de Suisse qu'à la Bourse de Toronto.

Ce ne sont que deux exemples parmi plus de 12 missions organisées par le Programme qui ont permis à des entreprises canadiennes de réunir du capital-risque étranger d'environ 200 millions de dollars. De futures missions seront annoncées au cours de l'année qui vient.

Pour plus de renseignements sur les accords de coopération bilatérale en S-T et sur la Direction de la science et de la technologie du MAECI, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/science 🍁

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



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

LE CENTRE DES ÉTATS-UNIS

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 de la télésanté et de la télémédecine

Évalué à 1,4 billion de dollars en 1999, le marché américain des soins de santé figure parmi les plus importants et les plus modernes au monde. Les chefs de file mondiaux de la technologie médicale de pointe en font d'ailleurs partie. Dans ce contexte, il n'est pas étonnant de voir les sociétés internationales à l'avant-garde dans le domaine des soins de santé se tourner vers les États-Unis pour faire la promotion de leurs produits et services.

Aperçu du marché

Le centre des États-Unis, qui se compose du Michigan, de l'Indiana, du Kentucky et de l'Ohio, représente approximativement 11 % du marché total des services de santé américains. La valeur estimative du marché de la télémédecine du centre des États-Unis est de 18 millions de dollars. Près de 50 % des dépenses totales de la région en soins de santé ont été consacrées aux soins hospitaliers, aux soins à domicile et aux soins en maison de repos — des domaines qui offrent le plus grand potentiel pour les applications télémédicales.

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

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

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les industries de la santé aux États-Unis.



CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

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

www.infoexport.gc.ca

La région compte 15 programmes de télémédecine d'État et 116 stations actives, ce qui représente près de 10 % du total américain. Parmi les services fournis grâce à ces programmes, mentionnons la téléradiologie, les téléconsultations entre médecin et patient, le soutien professionnel, les soins d'urgence et la formation professionnelle.

Débouchés

Il existe des débouchés pour les entreprises du secteur de la télésanté et de la télémédecine dans les domaines suivants :

- **Conception des programmes** — Des cliniques et des services de santé nécessitent de l'aide afin de mettre en œuvre les infrastructures nécessaires pour les applications reliées à la télésanté ainsi qu'améliorer les réseaux actuellement en place pour qu'ils puissent répondre à la demande sans cesse croissante.
- **Soins à domicile** — Quelque 300 000 patients du centre des États-Unis ont besoin de soins de santé à domicile en raison d'une maladie grave. La plupart de ces patients pourraient bénéficier de services de surveillance à distance ou d'autres technologies associées à la télésanté.
- **Soins de santé dans les régions rurales** — La majorité des régions américaines rurales ou éloignées manquent de spécialistes et d'équipement de pointe pouvant aider à établir un diagnostic fiable. Grâce aux technologies télémédicales, les dispensateurs de soins dans ces régions peuvent consulter des spécialistes qui exercent dans des établissements plus modernes et accéder rapidement et facilement à des connaissances médicales d'actualité.
- **Établissements correctionnels et prisons** — Des études ont démontré que la télésanté était rentable et qu'elle représentait un moyen peu risqué de traiter des détenus violents ou qui pourraient s'échapper s'ils devaient être transportés hors du milieu carcéral pour recevoir des soins. Les établissements correctionnels font plus de 4 000 téléconsultations par an.
- **Information médicale grand public** — À l'échelle des États-Unis, on parvient à répondre à la demande croissante de la population pour de l'information médicale par l'entremise de divers médias, dont des babillards électroniques et des kiosques, et grâce à l'ordinateur et au téléphone. Des débouchés s'offrent aux entreprises canadiennes qui veulent agir comme fournisseurs de technologie, gestionnaires de systèmes de télésanté et dispensateurs de contenu informatif.
- **Enseignement professionnel** — Des possibilités s'offrent aux entreprises en mesure d'élaborer des modules d'information et de formation pour le volet éducatif des services de télésanté. Il existe également des débouchés afin de former les organisations à l'utilisation des technologies télémédicales.
- **Périphériques** — Dans le centre des États-Unis, les périphériques les plus couramment utilisés pour les téléconsultations sont les appareils à rayons X et les numériseurs, les caméras numériques et de transmission de documents, les appareils ultrasoniques,



les électrocardiographes et les moniteurs de signes vitaux.

Nous incitons les fournisseurs canadiens de services de télésanté ou de technologies d'information et de communications (TIC) reliées au domaine médical à former des partenariats avec des entreprises américaines ou d'autres sociétés étrangères présentes dans la région. Le marché américain des soins médicaux est extrêmement concurrentiel, et les alliances avec d'autres fournisseurs de services ou de TIC peuvent offrir un avantage sur les concurrents du point de vue des prix, de la distribution et de la promotion des produits.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire *Le marché de la télésanté et de la télémédecine dans le centre des États-Unis*. Pour obtenir ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché, consulter le site Web du Service des délégués commerciaux à :

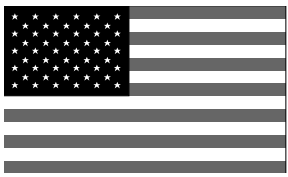
www.infoexport.gc.ca

www.infoexport.gc.ca

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

Le marché de la télésanté et de la télémédecine

Consultez nos études de marché



Carrefour États-Unis

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

Principes de l'approvisionnement

Faire des affaires avec les É.-U.

Le gouvernement américain s'adresse à ses alliés pour s'approvisionner en les meilleurs produits et services du monde entier dans sa lutte contre le terrorisme. Pendant l'étape de secours qui suit une catastrophe, on a immédiatement besoin d'expertise dans certains domaines tels que la construction et la technologie de l'information. À long terme, une riposte américaine prolongée au terrorisme dans le monde va sans doute créer de nouveaux débouchés. Ce qui suit vise à aider les entreprises canadiennes à commercialiser leurs produits et leurs services aux États-Unis en leur indiquant des liens utiles avec des personnes clés et des sources d'information importantes.

Secours aux sinistrés

Les entreprises qui ont actuellement des contrats avec les autorités responsables des secours aux sinistrés sont celles qui sont le mieux placées pour assurer la première vague de secours. C'est maintenant que ces entreprises doivent se préparer pour l'avenir, en se renseignant sur la manière de fonctionner de chaque ministère et sur ses principaux entrepreneurs et en utilisant cette information pour établir des liens.

Pour connaître les responsabilités de chaque ministère et organisme du gouvernement américain, cliquer sur le site internet FirstGov du gouvernement des États-Unis www.firstgov.gov sous la rubrique « Doing business with... ». Cette section indique les appels d'offres à venir et les formalités correspondantes; et elle donne

souvent la liste des principaux entrepreneurs et des conseils en vue d'une commercialisation efficace.

Les entreprises canadiennes doivent en particulier savoir comment le gouvernement fédéral américain organise les secours en cas de catastrophe, notamment connaître le rôle des organisations gouvernementales et non gouvernementales au palier des États et au palier local. Pour avoir un excellent aperçu de la coordination des secours en cas de désastre, cliquer sur la U.S. Federal Emergency Management Agency (FEMA) : www.fema.gov/r-n-r/dec_guid.htm

Les bureaux locaux de la FEMA ont une grande autorité dans l'élaboration et l'application de plans de secours au niveau régional. Pour plus de détails, se renseigner à : www.fema.gov/about/regoff.htm

Pour de bons conseils sur la FEMA (ou toute autre organisation de secours en cas de désastre), passer en revue leurs 25 principaux conseils à : www.fema.gov/ofm/market.htm

Besoins à long terme

Il faudra, sur le front de la lutte contre le terrorisme, plus de personnel civil et militaire qui aura la tâche de débusquer les réseaux de terroristes au moyen de la cueillette et de l'analyse de renseignements.

Les entreprises (et leurs partenaires et sous-traitants) qui ont certains types de contrats (par exemple des clauses d'option

prévoyant la réorientation de la production en période de pointe pour répondre aux besoins militaires urgents de matériel spécialisé) ou qui ont avec la General Services Administration (GSA) des contrats ouverts (schedule contracts) comme, par exemple, le programme canadien d'offres à commandes pour les biens et les services disponibles sur le marché, seront les

premières à être sollicitées lors de l'accroissement des achats dans les domaines suivants :

- technologie et systèmes de détection des menaces et de protection contre ces menaces (nucléaires, biologiques ou chimiques, systèmes de détection du métal et des explosifs et matériel de détection pour la fouille des personnes)
- systèmes disponibles dans le commerce susceptibles d'être rapidement adaptés au traitement de renseignements provenant d'interceptions électroniques (pour le traitement de renseignements sur les transmissions, SIGINT, ou de renseignements électroniques, ELINT)
- sécurité des systèmes informatiques et des systèmes de télécommunications
- produits médicaux et biotechnologiques, dont les vaccins contre le charbon bactérien et contre la variole.

On a proposé de consacrer les budgets suivants (en \$US) à la lutte contre le terrorisme à l'échelle mondiale :

- FBI : 485 millions pour les enquêtes contre le terrorisme et d'autres activités

Voir page 8 – Faire des affaires



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.

Si vous avez quelque chose à vendre, il y a des chances que le gouvernement fédéral américain soit acheteur! Avec des marchés de plusieurs milliards de dollars par an, l'État fédéral américain est le plus important acheteur de produits et de services au monde.

Comment pénétrer ce marché de plus de 100 milliards de dollars par an? Il y a bien des façons de s'y prendre, mais l'une des

Le plus important acheteur au monde

Un marché de plus de 100 milliards de \$US

meilleures est de s'inscrire auprès de la U.S. General Services Administration (GSA).

Faire des affaires avec la GSA

La GSA est un organisme indépendant de l'administration fédérale américaine. Son mandat est comparable à celui de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC), en ce sens qu'elle lance des appels d'offres pour l'administration fédérale tout entière et crée des outils pour simplifier les achats des ministères fédéraux.

La GSA aide les organismes fédéraux à obtenir, auprès d'autres organismes fédéraux ou auprès d'entreprises commerciales, des locaux, des produits ainsi que des services et des conseils dont ils ont besoin. Les achats de produits et de services qu'elle effectue pour les organismes fédéraux représentent des milliards de dollars. Par ailleurs, la GSA vend au public des biens excédentaires dont l'État fédéral américain veut se défaire, par exemple des terrains et des véhicules.

Priorité aux fournisseurs de la GSA

Pour acheter des produits ou des services, beaucoup d'acheteurs de l'administration fédérale américaine préfèrent s'adresser à des fournisseurs qui ont des contrats ouverts (schedule contracts) avec la GSA. Quand des acheteurs vous demandent si vous avez un « numéro » ou si vous avez reçu l'approbation de la GSA, c'est qu'ils veulent savoir si vous avez un contrat avec le Federal Supply Service de la GSA, lequel

ressemble aux offres à commandes principales de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Les marchés de la GSA sont des marchés négociés qui fixent les conditions dans lesquelles les fournisseurs s'engagent à fournir des biens et des services aux acheteurs fédéraux, à un prix convenu, pour une période déterminée. En raison de la facilité de ce mode d'approvisionnement, ce genre de marché est celui que

privilégient les acheteurs du gouvernement américain, en particulier ceux du département de la Défense (DoD).

Il faut normalement six mois environ pour négocier ce genre de contrat avec la GSA. Mais une fois le contrat négocié, le traitement des commandes se fait en moyenne en 14 jours, comparativement à 270 jours pour un appel d'offres ordinaire. Le facteur temps ne constitue qu'une des

raisons pour lesquelles les acheteurs du gouvernement fédéral américain préfèrent les marchés de la GSA à tout autre type de marché.

Achats faits à travers la GSA

La GSA offre plusieurs méthodes d'approvisionnement à ses clients. Elle simplifie le processus d'approvisionnement au sein de l'administration fédérale en négociant d'importants marchés avec des fournisseurs multiples — marchés ouverts de la GSA et marchés pour les produits à valeur ajoutée des technologies de l'information (TI) — et, compte tenu des volumes, elle réussit à obtenir des prix avantageux.

Les organismes fédéraux peuvent ainsi placer leurs commandes dans le cadre de ces marchés de beaucoup de façons — en s'adressant aux conseillers à la clientèle de la GSA ou en utilisant ses catalogues, par téléphone ou par télécopieur, par carte d'achats à crédit, par système de commande électronique, en personne dans les ventes aux enchères, par l'internet ou en s'adressant directement aux fournisseurs. Par ailleurs, la GSA offre diverses méthodes

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

de commande électronique, notamment GSA Advantage!, Wireless Store (pour les achats de systèmes de communication sans fil), Buyers.gov (cyberenchères inversées pour des achats importants dans le secteur des TI) et GSAAuctions (cyberenchères pour les biens excédentaires de l'administration fédérale).

La GSA donne aussi à ses clients les moyens de gérer leurs propres approvisionnements en ligne, avec l'outil E-Buy pour les demandes de prix en ligne ainsi que le babillard électronique FedBizOpps où elle peut afficher ses appels d'offres.

Comment en savoir davantage ?

Les prochains marchés de la GSA sont annoncés sur les sites internet suivants :

- The Electronic Posting System (www.eps.gov) — Vous pouvez vous inscrire pour recevoir directement par courriel les appels d'offres qui vous intéressent.
- Le site internet de la GSA (www.gsa.gov) — La GSA y affiche les prévisions d'achat de l'administration fédérale américaine pour le prochain exercice. Le site contient aussi des renseignements utiles sur la façon de faire des affaires avec la GSA ainsi que sur le magasin électronique

Voir page 8 – Un marché



FAIRE DES AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN

— Suite de la page 6

ayant trait à la sécurité nationale.

- Aide à la justice : 364 millions en subventions dans le cadre de programmes de lutte contre le terrorisme
- bureau de l'Attorney General : 23 millions pour le financement d'une nouvelle fonction de procureur général adjoint pour combattre le terrorisme au pays
- sécurité des ports : 40 millions pour la lutte contre le terrorisme et la drogue, etc.
- programmes diplomatiques et consulaires : jusqu'à 4 millions pour des récompenses reliées à la lutte contre le terrorisme et pour des mesures d'évacuation d'urgence
- activités juridiques : 6,9 millions pour les poursuites judiciaires reliées au terrorisme et à la criminalité violente
- protection judiciaire : hausse de 2,5 millions par rapport à l'exercice 2001 pour financer la protection, par le U.S. Marshals Service, des juges qui ont présidé au procès de l'attentat à la bombe contre le World Trade Center
- sécurité informatique : 17,7 millions pour des dispositifs de protection du système informatique général de classification du gouvernement américain contre le cyber-terrorisme

Principaux contacts canadiens

Bien que le Canada et les États-Unis aient fait preuve de coopération extrêmement étroite dans leur riposte contre le terrorisme international, il n'en reste pas moins que les entreprises canadiennes doivent faire face à un processus fédéral américain complexe en matière d'approvisionnement, processus qui pourrait, dans certains cas, constituer des obstacles. La plupart des problèmes peuvent cependant être surmontés, si la planification est soignée.

Pour s'informer, cliquer sur www.canadianembassy.org/sell2usgov ou bien choisir une région géographique et cliquer sur www.infoexport.gc.ca pour trouver le délégué commercial responsable de votre produit ou service dans cette région.

Au moment de développer les perspectives qui vous intéressent, cliquer sur la **Corporation commerciale canadienne (CCC)** (www.ccc.ca) pour savoir comment elle peut vous aider à donner suite à un appel d'offres et à exécuter et gérer votre contrat de manière efficace.

Contacts fédéraux américains

Pour s'informer des besoins commerciaux et de ceux des organisations caritatives, commencer par cliquer sur la FEMA (www.fema.gov) puis appeler au **1 800 801-8092** pour avoir un entretien détaillé. Tous les contrats d'une valeur de plus de 25 000 \$ relatifs aux activités de ministères du domaine civil ou militaire du gouvernement fédéral américain sont affichés au babillard des marchés publics FedBizOpps (www.fedbizopps.gov).

Si votre entreprise offre des produits et des services commerciaux au gouvernement fédéral des États-Unis, cliquer sur la GSA (www.gsa.gov) et la Defense Logistics Agency (www.dla.mil).

Ces deux organismes administrent l'une et l'autre des contrats pour des milliers d'acheteurs du secteur civil et du secteur de la défense dans les domaines comme le matériel de construction, la consultation, la technologie de l'information et les services d'ingénierie.

Contacts locaux et dans les États

Bien que les dispositions de l'ALENA sur les marchés publics n'obligent pas les

États américains et leurs municipalités à traiter les offres canadiennes de biens et de services sur un pied d'égalité avec les offres américaines, beaucoup de contrats des États et des municipalités ouvrent leur processus d'approvisionnement aux entreprises étrangères. Les entreprises canadiennes devraient donc étudier la réglementation de l'État visé qui s'applique à tout débouché qui les intéresse.

Les adresses internet suivantes donnent des renseignements sur les grandes questions d'approvisionnement de l'État de New York et des administrations locales de la région des trois États (Tri-State region : Connecticut, New Jersey, New York).

- Bureau des contrats du maire de New York (New York City Mayor's Office of Contracts) : www.nyc.gov/html/moc
- Bureau des services généraux (Office of General Services), État de New York : www.ogs.state.ny.us/purchase/default.asp
- Bureau des achats de l'État du New Jersey, Département du Trésor (State Purchase Bureau, Department of Treasury — Procurement) : www.state.nj.us/treasury/purchase/
- Association nationale des agents d'achat des États (National Association of State Procurement Officials) : www.naspo.org/directory/#anchornj

Pour la région des trois États, les entreprises canadiennes peuvent aussi communiquer avec M. André LeBlanc, consul et délégué commercial, tél. : (212) 596-1670.

Pour plus de renseignements, joindre M^{me} Judy Bradt, directrice, ambassade du Canada à Washington DC, tél. : (202) 682-1740, téléc. : (202) 682-7795 ou (202) 682-7619, courriel : judy.bradt@dfait-maeci.gc.ca ou M. Gerard Brathwaite-Sturgeon, secrétaire commercial, ambassade du Canada à Washington DC, courriel : gerard.brathwaite-sturgeon@dfait-maeci.gc.ca 🌸

Un marché de plus de 100 milliards de \$US

— Suite de la page 7

de la GSA (GSA Advantage!) où vous pouvez prendre connaissance des prix et des modalités des concurrents.

Pour plus de renseignements sur la façon d'obtenir un contrat ouvert avec la GSA, voir *Doing Business with the GSA* et *FSS Contractor Guide*, publiées par la GSA (<http://pub.fss.gsa.gov/vendorguide>).

Outre les contrats ouverts avec la GSA, il

existe d'innombrables voies d'accès aux marchés de l'État fédéral américain. On trouvera d'autres débouchés à www.firstgov.gov et le guide complet de passation des marchés publié par le gouvernement fédéral américain à www.arnet.gov

Pour renseignements sur la façon de faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain, joindre M. Linton, agent

principal de développement des affaires, Corporation commerciale canadienne (CCC) (www.ccc.ca), tél. : (613) 995-0140.

Organisme de vente à l'exportation et de passation de marchés appartenant au gouvernement fédéral, la CCC est chargée depuis 1946 d'administrer toutes les ventes de plus de 100 000 dollars américains au DoD et à la National Aeronautics and Space Administration (NASA). Elle est spécialiste des exportations et des marchés publics dans le monde entier. 🌸

Saucisse au faisan, préparée dans un vin de glace canadien primé... Filets de porc à la bière du Canada atlantique... Voilà quelques-uns des délices présentés par 20 jeunes chefs cuisiniers japonais au 9^e Concours canadien de la coupe culinaire qui a eu lieu à Tokyo, le 6 octobre dernier. Ce concours annuel, qui comprend la Finale de Kyushu, s'est avéré la recette parfaite pour amener les chefs japonais à « penser canadien » lorsqu'ils choisissent des ingrédients pour leurs créations culinaires.

Le concours à Tokyo et les activités qui l'ont précédé sont le fruit des efforts des missions canadiennes au Japon et de la All-Japan Chefs Association en vue de faire connaître les produits alimentaires canadiens auprès de la nouvelle génération de chefs japonais.

Bleuets, homard et riz sauvage

La première Finale de Kyushu, organisée par le consulat du Canada à Fukuoka et par la section de Kyushu de la All-Japan Chefs Association, aura permis de choisir, parmi 50 concurrents, celui qui représenterait la région au Concours canadien de la coupe culinaire à Tokyo. Au cours des épreuves du concours, qui se sont déroulées pendant trois jours en juin dernier au salon **Hotel Restaurant & Bakery Show** (dans le cadre du **Festival Pensez Canada 2001**), 30 jeunes semi-finalistes de Kyushu ont créé des plats en y intégrant des ingrédients canadiens obligatoires, à savoir porc, bleuets, riz sauvage et huile de canola. Les concurrents ont été divisés en équipes, lesquelles ont tour à tour préparé leurs créations dans une cuisine modèle aménagée gratuitement par l'organisateur du salon, le bureau de l'Ouest du Japon du journal d'affaires *Nikkan Kogyo Shinbun*.

Dans un deuxième concours, 33 jeunes chefs locaux ont fait montre de leur talent en préparant des plats de homard tout simplement magnifiques.

Un plaisir pour yeux et palais

Les plats ont été jugés pour leur goût et leur présentation par un jury composé d'un représentant du consulat et des chefs de cuisine de grands hôtels et restaurants de Kyushu. Le chef Kenji Toguchida, de l'hôtel Kagoshima Kokusai Kanko, a été choisi pour représenter Kyushu au Concours canadien de la coupe culinaire. Les plats primés — de vrais chefs-d'œuvre culinaires — ont été exposés au stand du Canada

tout à côté, le long des échantillons et des brochures de promotion de produits canadiens, tels que du sirop d'érable, du bœuf, du riz sauvage, du vin de glace et de la bière.

Un ingrédient spécial...

L'esprit de collaboration qui s'est établi entre les organisateurs du concours était un ingrédient clé du succès de la Finale de

lazariuk@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/business/kyushu_main-e.asp

La crème de la crème à Tokyo

Dix-neuf jeunes finalistes se sont joints au chef de cuisine Kenji (gagnant de la Finale de Kyushu) au 9^e Concours canadien de la coupe culinaire qui a eu lieu à Tokyo le

L'Est et l'Ouest se rencontrent

Concours canadien de la coupe culinaire au Japon



Kyushu. Le consulat a noué une excellente relation avec les représentants de la All-Japan Chefs Association et avec les chefs de cuisine des plus grands hôtels de Kyushu qui faisaient partie du jury.



M^{me} Josiane Simon, consul et déléguée commerciale, consulat du Canada à Fukuoka, avec le Chef Kenji Toguchida, à Kyushu.

On peut donc affirmer avec assurance que, pour lancer les produits alimentaires canadiens, le salon et le concours sont un duo gagnant, pour avoir été extrêmement appétissant aux yeux des amateurs quelque 27 000 personnes qui y ont assisté.

Pour plus de renseignements sur les possibilités offertes par le marché de Kyushu dans le secteur agroalimentaire, communiquer avec M^{me} Josiane Simon ou M. Uemura Kazuhiro, consulat du Canada à Fukuoka, tél. : (011-81-92) 752-6055, téléc. : (011-81-92) 752-6077, courriel : fkoka@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka ou avec M. Robert Lazariuk, délégué commercial, direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 992-6185, téléc. : (613) 944-2397, courriel : robert.lazariuk@dfait-maeci.gc.ca

6 octobre dernier. Le grand jour a commencé à 9 heures à l'École de cuisine de Tokyo et s'est terminé bien des plats plus tard à l'ambassade du Canada où a eu lieu une présentation et la remise des prix aux trois premiers finalistes. Takashi Miyahara, du Lapin Agile Kawasemi, s'est vu décerner le premier prix, après délibération finale du jury, qui réunissait l'ambassadeur du Canada au Japon, M. Robert G. Wright, et des représentants des ministères japonais de la Santé, du Travail et du Bien-Être, des Infrastructures terrestres et des Transports, et des Affaires étrangères.

La cérémonie de remise des prix du Concours canadien du pain au blé entier, qui a également eu beaucoup de succès, s'est déroulée le même jour.

L'année prochaine marquera le 10^e anniversaire du Concours canadien de la coupe culinaire et l'ambassade du Canada a l'intention de nous mitonner quelque chose de plus spectaculaire encore où seront mis à l'honneur des produits canadiens qui n'ont pas été présentés cette année. C'est un événement qui promet de ne pas manquer de piquant!

Pour plus de renseignements sur le Concours canadien de la coupe culinaire, communiquer avec M. Noboru Shimizu, section commerciale, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6482, téléc. : (011-81-3) 5412-6247, courriel : tokyo.fn@dfait-maeci.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 ».)

Les maisons à ossature de bois style canadien deviennent de plus en plus populaires en Allemagne parce qu'elles sont moins chères et plus faciles à construire et que le mode de vie et les attentes de l'Allemand typique changent. Beaucoup d'Allemands qui viennent au Canada ou en reviennent ont eux-mêmes vécu les avantages offerts par ces maisons et ils s'attendent à retrouver ce type de construction dans leur pays.

L'ossature de bois s'érige bien

L'Allemagne bâtit à la canadienne

Aperçu du marché

L'Allemagne a construit 410 000 nouvelles habitations en 2000, dont presque un cinquième était constitué d'ossatures de bois. Il est certain qu'avec l'introduction progressive des nouveaux règlements en Allemagne sur la conservation de l'énergie, l'utilisation de l'ossature de bois, qui a augmenté de 15 % par rapport à la dernière décennie, va devenir encore plus populaire que la brique ou la pierre employées dans la construction traditionnelle allemande.

Plusieurs tendances en construction en Allemagne vont favoriser les fournisseurs de logements canadiens :

- La conformité au nouveau milieu de la réglementation est plus facile à observer avec l'ossature de bois qu'avec la construction en brique ou en pierre.
- La pratique de plus en plus en usage en Allemagne d'engager des entrepreneurs pour construire sur les lieux va privilégier les fournisseurs canadiens par rapport aux grandes entreprises de grandes sections préfabriquées.
- Les entreprises qui ont adopté les dimensions et les techniques de construction nord-américaines (ou équivalentes) pour les logements en ossature de bois ont haussé leur part de marché à presque 50 % au cours de la dernière décennie, ce qui prouve que cette méthode est très concurrentielle et qu'elle est bien acceptée par les consommateurs. Autant de bonnes nouvelles pour les fournisseurs canadiens!

L'accès au marché

Problèmes techniques — Il n'existe pas de barrières infranchissables au marché du logement en Allemagne, mais les exporta-

teurs doivent toutefois tenir compte des problèmes d'ordre technique suivants :

- exigences phytosanitaires pour certaines espèces de bois
- règlements concernant les permis de bâtir, les visas et les permis de travail
- la réglementation du travail sur les équipes de travail. Les entreprises partenaires allemandes ou le consulat du Canada à Hambourg (www.kanada.de) peuvent donner plus de renseignements.



Entreprises partenaires — La clé du succès est de choisir une entreprise partenaire locale pour s'occuper des tâches, telles que trouver des acheteurs ou régler des questions d'ordre technique. Ces entreprises sont en général exploitées dans une région géographique restreinte de sorte que les exportateurs canadiens collaborent souvent avec plusieurs entreprises pour accroître leur étendue du marché. Le consulat du Canada à Hambourg peut aider les fournisseurs à se trouver des entreprises partenaires convenables.

Concurrence importante

Le marché des maisons unifamiliales et des duplex en Allemagne occidentale se stabilise à un haut niveau, bien que la construction d'immeubles à logements multiples soit en baisse. La plupart des nouveaux logements (tous types de construction) en Allemagne sont construits par des entreprises allemandes, y compris le segment du marché des ossatures de bois qui est en plein essor.

En 1998, les constructeurs locaux ont fourni la plupart des quelque 40 000 mai-

sons en ossature de bois qui sont érigées en Allemagne. La part de marché des entreprises canadiennes dans ce secteur est minime et, comme l'euro a commencé à baisser en 1999, les produits canadiens sont devenus de 20 % à 30 % plus chers. Malgré ce désavantage causé par les prix, plusieurs nouveaux exportateurs canadiens ont terminé cette année leurs premiers projets en Allemagne.

Les constructeurs allemands sont très flexibles, ils améliorent constamment leurs produits et sont toujours prêts à adopter les nombreuses techniques, conceptions et dimensions standard de construction nord-américaines. Aussi, pour rester à la hauteur de ce milieu compétitif, les fournisseurs canadiens doivent-ils continuer à offrir des conceptions architecturales originales et des matériaux et des systèmes innovateurs de construction.

Salons commerciaux et hyperliens

Salons biennaux (pour la plupart) :

Bau (www.bau-muenchen.de/english/index.html), Munich — janvier 2003 — le salon allemand le plus important des matériaux et des systèmes électriques et mécaniques du bâtiment.

Interzum (www.interzum.com), Cologne — mai 2003 — le plus grand salon mondial des produits du bois, pour producteurs de matériaux et de systèmes et spécialistes de la conception et de la promotion d'habitations style nouveau.

Deubau (http://deubau.messe-essen.de/e_000.html), Essen — janvier 2002 — un salon extrêmement vaste, axé sur le marché des systèmes et des produits domotiques en Allemagne occidentale.

Bautec (www.bautec.com), Berlin — février 2002 — le plus grand salon en Allemagne orientale mettant en vedette les éléments et les systèmes du bâtiment, tels que portes et fenêtres.

Holzbau (www.holzbau.info-web.de), Nürnberg — avril 2002 — salon et conférence sur la construction en bois.

Pour des rapports détaillés sur ce secteur, cliquer sur www.infoexport.gc.ca

Pour renseignements, joindre M. Thorsten Henke, agent commercial, ambassade du Canada à Berlin, tél. : (011-49-30) 20312 0, téléc. : (011-49-30) 20312-115, courriel : thorsten.henke@dfait-maeci.gc.ca internet : www.kanada.de 🌟

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

La réforme du logement, une plaque tournante du programme de la Fédération de Russie pour reconstruire son économie depuis 1992, continue d'être une plate-forme centrale dans la politique sociale et économique du gouvernement russe.

vernementale Canada-Russie (CWG IEC), formée en 1995. Les principaux partenaires sont la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et le Comité d'État de la Fédération de Russie sur la construction et les complexes résidentiels (Gosstroy),

de construction varient de 5 % à 20 %, et une taxe sur la valeur ajoutée (TVA) de 20 % est perçue sur toutes les importations. Certains types de matériaux de décoration pour la construction sont assujettis à la taxe d'accise russe. Pour les articles

La construction résidentielle bat son plein Pour bien bâtir en Russie

Aperçu du marché

Le secteur de la construction russe est en train de se remettre de la crise financière d'août 1998. En 2000, les investissements dans le secteur atteignaient 22 milliards de dollars américains, soit une augmentation de 10 % par rapport à 1999. Cette tendance devrait probablement continuer dans un avenir prévisible tandis que la Russie continue d'appliquer des politiques d'économie de marché.

Les volumes de vente des matériaux de construction et de décoration intérieure ainsi que des systèmes mécaniques du bâtiment vont de pair avec la hausse de la construction des maisons résidentielles privées (augmentation de 15 % en 2000). La préférence est donnée aux matériaux importés parce que les produits domestiques ont tendance à être inférieurs en qualité tout en valant presque le même prix que les produits étrangers. Ces ventes ont aussi été influencées par la mise en place de nouveaux programmes de logement fédéraux ainsi que par l'accroissement de la demande de locaux commerciaux modernes.

Malgré les nouvelles initiatives du gouvernement, le secteur de la construction en Russie est toujours assailli par des problèmes comme le financement instable, davantage de factures non payées, un système d'amortissement inefficace, des opérations bancaires peu fiables et un régime fiscal défectueux.

Coopération Canada-Russie

Le Canada a exporté des matériaux d'une valeur de 40,5 millions de dollars à la Russie en 2000, et de 25,3 millions de dollars jusqu'à la fin d'août 2001. La coopération entre le Canada et la Russie dans le secteur de la construction s'insère dans le cadre du Groupe de travail sur la construction de la Commission économique intergou-

avec la participation active de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et de la Société pour l'expansion des exportations (SEE).

Les deux pays ont déjà commencé à atteindre les objectifs principaux fixés dans le protocole d'entente (PE) conclu entre les membres du CWG IEC. Ces objectifs consistent à concilier les codes et les normes du bâtiment du Canada et de la Russie, à favoriser les technologies du logement à ossature de bois et à mettre sur pied des programmes de formation à l'intention des travailleurs et des gestionnaires de la construction en Russie.

Débouchés

Les entreprises canadiennes trouveront des débouchés dans les activités suivantes :

- établir des centres régionaux de distribution de matériaux de construction canadiens
- établir en coentreprise des usines de production qui utilisent des matières premières locales, la main-d'œuvre du pays et la capacité industrielle non exploitée
- terminer les initiatives de logement déjà lancées par la SCHL et l'ACDI
- accroître la participation des compagnies de construction canadiennes au programme de construction de maisons canadiennes au nombre de 10 000 pour la Russie
- aider la Russie à fonder un régime de financement d'hypothèques et d'assurance-prêt
- participer aux projets de construction industrielle financés par des institutions financières internationales (IFI).

Considérations sur l'accès au marché

Les droits de douane à l'importation en Russie sur les matériaux et les équipements

comme les maisons préfabriquées, les portes, les fenêtres et les serrures de porte, il faut détenir un certificat de conformité aux normes ainsi que l'approbation technique officielle régissant les matériaux nouveaux ou importés avant de pouvoir les employer dans un chantier de construction.

Principaux concurrents

Plusieurs entreprises de construction canadiennes œuvrent en Russie.

- Ferguson Simek Clark (www.fsc.ca/ferguson_simek_clark_engineers_.htm), Yellowknife.
- Thomas Cochren International Homes (www.thomascochrenhomes.com), Toronto.
- Canstroy Group, Toronto.
- Les Batisses Foret Argente Inc., Québec.
- Kanadastroy, Québec.
- Canada North Projects Ltd., Yellowknife.
- NASCOR Incorporated (www.nascor.com/homes.html), Calgary.
- Colours of Canada Group, Québec.

Pour obtenir des rapports détaillés sur ce secteur, cliquer sur www.infoexport.gc.ca

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Michael Reshitnyk, délégué commercial, direction de l'Europe de l'Est, MAECI, tél. : (613) 996-7701, téléc. : (613) 995-1277, courriel : michael.reshitnyk@dfait-maeci.gc.ca ou M. Valery Makarov, agent de promotion commerciale, ambassade du Canada à Moscou, tél. : (011-7-095) 956-6666, téléc. : (011-7-095) 232-9949, courriel : valery.makarov@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/ru 🍁

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

— Suite de la page 1

du commerce permettent de penser que l'essor des exportations canadiennes de TIC à destination de la Chine se poursuivra. Comme il a été signalé au cours de la mission d'Équipe Canada dirigée par le premier ministre en février, pendant laquelle

Succès canadiens en Chine

ont été annoncés des contrats de TIC d'une valeur de plus de un milliard de dollars, tant les multinationales que les PME concourent au succès du Canada.

La Chine est un marché stratégique prioritaire pour **Nortel Networks** (www.nortelnetworks.com) de Brampton, qui a annoncé une série d'importants marchés visant la fourniture de matériel d'accès multiple par répartition de code (CDMA) et de réseau mondial de téléphonie mobile (GSM).

En affaires sur le continent chinois depuis les années 1970, **Teleglobe** (www.tele-globe.com) de Montréal était la première entreprise d'Amérique du Nord à établir des liens directs de télécommunications avec la Chine. La société a ouvert un bureau permanent à Beijing il y a deux ans et elle fournit actuellement 30 % de l'accès internet international en Chine.

« D'ici 2006, le PIB de la Chine doublera, passant à 2 billions de dollars américains, dont l'industrie de l'information représentera plus de 7 %, part qui devrait croître à un taux annuel composé (TAC) de 20 %, » affirme M^{me} Lily Zhang, administratrice déléguée de **Téleglobe Chine**.

« L'installation du service sur fil nécessitera un investissement annuel moyen de 12,5 milliards de dollars américains; ce service doit augmenter à un TAC de 14 % et représentera entre 250 et 300 millions d'abonnés. La mise en place du service de téléphonie mobile nécessitera un investissement annuel de 7,23 milliards de dollars américains; ce service doit croître à un TAC de 26 % et représentera entre 250 et 290 millions d'abonnés. Le nombre d'utilisateurs d'internet doit atteindre plus de 90 millions et croître à un TAC de 34 %. En voilà des occasions d'affaires! »

Voies de la réussite

Les entreprises canadiennes qui entrent sur le marché chinois peuvent préférer de s'implanter à Hong Kong, où les affaires sont menées à la manière occidentale, où les marchés sont soumis à la primauté du

droit et où l'anglais est une langue officielle. En raison de ses liens historiques étroits avec la Grand-Bretagne et son économie de marché, Hong Kong permet aux entreprises canadiennes de ne pas se sentir dépaysées pendant qu'elles s'établissent dans la région.

Par exemple, **Positron Public Safety Systems** (www.positron911.com), fournisseur montréalais de solutions de classe mondiale dans le domaine des communications de sécurité publique, a formé des partenariats et des alliances pour exploiter des occasions d'affaires auprès des services de police et d'incendie de Hong Kong. La société s'appuie sur ce succès pour faciliter son implantation sur le continent où la concurrence est féroce. D'après M. Claude Neunlist, directeur de l'expansion des affaires de Positron, « Hong Kong est un moyen pour Positron de se faire connaître dans la région. »

D'autres entreprises, telles que **AuDigital Hearing Care and Technologies** (www.zhutingqi.com/eng/eng.htm), de Toronto (filiale de **International Audiology Centre of Canada Inc.**), ont réussi à s'implanter sur le marché par voie directe. Établie à Chengdu, l'entreprise, qui possède une technologie avancée, est un fournisseur d'appareils auditifs de haute qualité depuis 1998. Selon son président, M. Tao Jiang, **AuDigital** pourrait mettre jusqu'à dix ans pour exploiter pleinement les possibilités, pendant que la Chine met en place l'infrastructure nécessaire pour l'enseignement et la formation.

L'entreprise **Entrust** (www.entrust.com) d'Ottawa, chef de file dans les services avancés de sécurité sur l'internet, a aussi choisi la voie directe pour entrer sur le marché chinois. Selon M. Brian O'Higgins, responsable de la technologie de Entrust, « Nous avons vite reconnu qu'en Chine, l'utilisation de l'internet afficherait une croissance exponentielle. Grâce aux travaux préparatoires auprès de la People's Bank of China (PBOC) et à notre participation à diverses missions d'Équipe Canada, nous avons renforcé des relations d'affaires et trouvé d'importants débouchés. »

Conseils pour réussir

Bien que les stratégies de commercialisation puissent varier entre entreprises, il

existe des pratiques optimales que les sociétés devraient adopter pour réussir.

« Les entreprises devraient d'abord rassembler des renseignements préliminaires sur le marché. Elles ne devraient pas investir en Chine ou à Hong Kong sans bien connaître les débouchés et sans avoir repéré des besoins ou des projets concrets, » conseille M. Claude Neunlist de Positron.

M^{me} Lily Zhang de **Téleglobe** souligne que les entreprises doivent viser le monde mais agir localement. Selon elle, il faut engager des gens qui connaissent la culture chinoise et les Chinois et qui ont aussi une expérience internationale et, ensuite, donner à l'équipe responsable du marché en Chine plein pouvoir.

M. Tao Jiang de **AuDigital** croit que « les entreprises occidentales doivent faire preuve de patience dans l'exploitation des débouchés et à l'égard des formalités administratives. »



M. Brian O'Higgins de **Entrust** conseille aux entreprises qui viennent s'implanter sur le marché de « recourir aux services de ministères canadiens comme le MAECI et Industrie

Canada qui peuvent offrir leur entremise à votre entreprise à l'étranger au moyen de missions comme celles d'Équipe Canada, de rencontres avec des gens d'affaires locaux ou de visites pour les médias. » Il conseille aux entreprises de « protéger leur propriété intellectuelle (PI), de comprendre la réglementation pertinente ainsi que le processus de délivrance des permis. »

Comme les entreprises canadiennes connaissent déjà un énorme succès sur ce vaste marché des TIC et que les perspectives d'avenir sont très séduisantes, il n'y a pas de fin en bout de ligne pour cet exemple de réussite canadienne!

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Dale Forbes, gestionnaire, Direction de la Chine et de 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, courriel : 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 ».)

L'Inde occupe le sixième rang dans le monde sur le plan de la consommation d'énergie. Selon les prévisions, la demande indienne de pétrole devrait augmenter de 6,3 % par année et passer à 179 millions de tonnes en 2006-2007. Pour répondre à cette demande, il faudra investir 150 milliards de dollars canadiens au cours des 10 à 12 prochaines années. Faute de nouveaux investissements, la part de marché occupée par la production indienne de pétrole brut, actuellement de 33 %, pourrait tomber à 25 %. Les possibilités de prospection et de production sont pourtant énormes, étant donné des réserves existantes de près de 7 milliards de tonnes (dont seulement 2,5 sont récupérables à l'heure actuelle) et des réserves estimées d'environ 28 milliards de tonnes.

Invitation aux entreprises étrangères

Le gouvernement de l'Inde a adopté une nouvelle politique de délivrance de permis de prospection (NELP B New Exploration Licensing Policy), qui donne aux entreprises étrangères la possibilité de participer à la prospection, activité longtemps réservée aux sociétés d'État indiennes. Les entreprises appartenant entièrement à des intérêts étrangers sont admissibles, même dans le secteur du raffinage. Récemment encore, les sociétés d'État étaient les principaux importateurs de matériel d'exploitation pétrolière et gazière. Maintenant, les entreprises privées jouent aussi un grand rôle. Comme de nouvelles politiques ont été adoptées, les entreprises étrangères sont maintenant bien accueillies en qualité aussi bien d'investisseurs que de fournisseurs et peuvent exploiter les possibilités offertes.

- Le coût estimé de la remise en valeur du champ pétrolifère en mer de Bombay High est de 2,65 milliards de dollars canadiens. Le projet d'une durée de cinq ans devrait inclure les ouvrages suivants : 223 nouveaux puits, 21 plates-formes puits, 1 plate-forme de transformation, 1 plate-forme d'injection, 1 plate-forme de compression du gaz, modification de 50 plates-formes et 15 structures « fixables ».
- La plus longue canalisation pour GPL au monde (1 270 km), reliant le Gujarat et l'Uttar Pradesh, sera construite au coût de 410 millions de dollars canadiens. Plus de 12 000 km d'oléoducs

et de gazoducs doivent être construits au pays.

- Dans le cadre du tout premier appel d'offres pour la prospection et l'exploitation du méthane contenu dans des bassins houillers, le ministère du Pétrole et du Gaz naturel a récemment reçu des offres concernant 7 blocs. L'adjudication devrait avoir lieu bientôt.

bloc lui a été attribué, récemment, sous le régime de la NELP-II.

Comment votre entreprise peut-elle participer?

Les entreprises canadiennes peuvent examiner les appels d'offres internationaux lancés par les entreprises pétrolières et gazières indiennes sur le site internet du

Secteur pétrolier et gazier de l'Inde

Exemples récents de réussite

On retrouve déjà en Inde plus de 150 entreprises pétrolières et gazières du Canada, dont bon nombre sont alliées à des entreprises et à des agents de l'Inde. Voici quelques-uns des exemples de réussite :

- La société **Global Thermoelectric** a obtenu un contrat de la Gas Authority of India Limited (GAIL), valant plus de 19 millions de dollars canadiens pour fournir des convertisseurs thermo-électriques. La société Global Thermoelectric est lauréate du Prix d'excellence à l'exportation canadienne de 2001 et du prix Succès pour innovation et progrès technologiques de 2001.
- La technologie du fabricant de polyéthylène **NOVA Chemicals** est utilisée par l'entreprise Reliance Industries Limited (RIL) dans deux usines représentant une capacité globale de 400 kilotonnes par année (kta), ainsi que par l'entreprise Gas Authority of India Limited (GAIL), dans une usine de 160 kta. La société NOVA Chemicals a conclu avec RIL et GAIL des ententes visant à accroître la capacité de production de leurs usines de 80 kta et 50 kta respectivement. La valeur globale de ces ententes s'élève à 75 millions de dollars canadiens.
- La société **Niko Resources**, en collaboration avec l'entreprise indienne Reliance Industries Limited, s'est vue attribuer 12 des 23 blocs dans le cadre de l'appel d'offres pour la prospection sous le régime de la NELP-I, et un autre

Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) www.e-leads.ca/menu-f.asp Le consulat du Canada à Mumbai publie un bulletin trimestriel, *India Oil & Gas Hot Tips*, accessible en ligne à www.strategis.ic.gc.ca Vous pouvez également communiquer avec nos délégués commerciaux au Canada, courriel : psa@dfait-maeci.gc.ca et en Inde, courriel : amitabh.arora@dfait-maeci.gc.ca 🍁



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

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.

WIN EXPORTS

Mission canadienne réussie en Tunisie

TUNIS, TUNISIE — 22-27 octobre 2001 — Une délégation de douze entreprises canadiennes a pris part à une mission commerciale multi-sectorielle en Tunisie, sous les auspices du Centre de commerce international de Montréal (Industrie Canada), en collaboration avec la Représentation



De gauche à droite : M. Rolland Coderre, Les Emballages Coderre Packaging, Inc., Saint-Germain-de-Grantham, Québec; M. Guy Saucier, Met-Chem, Inc., Montréal, Québec; M. Normand Ferland, NSI Communications Inc., Pointe-Claire, Québec; M. André Potvin, conseiller commercial, ambassade du Canada à Tunis; M. Denis Vaillant, délégué commercial, Centre de commerce international (Industrie Canada), Montréal; M. Mahrez Rekik, Méditaix, Laval, Québec.

économique de Tunisie à Montréal et l'Agence de promotion de l'investissement extérieur (FIPA) de Tunisie.

Cette mission commerciale a permis à la délégation de se mettre au fait de la situation du marché tunisien, des échanges commerciaux, de l'investissement, de la

formation de coentreprises et d'alliances stratégiques, des mécanismes de financement et des pratiques commerciales en vigueur. Un programme était consacré à des rendez-vous d'affaires et des visites en groupe, dont une à la technopole des technologies de la communication.

Les membres de la délégation se sont dits satisfaits de la mission et des débouchés qu'ils ont trouvés dans les secteurs suivants : emballage, télécommunications, informatique, produits pharmaceutiques,

agro-alimentaire, marketing, ingénierie-conseil et papiers.

Les entreprises qui s'intéressent au marché tunisien peuvent se prévaloir du soutien de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) dans le cadre du Programme de coopération industrielle ou du Fond de développement du secteur privé (FDSP).

Les résultats de cette mission sont prometteurs. Des ententes concrètes de partenariat sont sur le point d'être signées, entre autres, pour l'assemblage d'ordinateurs, l'emballage, donnant ainsi lieu à des retombées économiques et commerciales pour le Canada.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. André Potvin, conseiller commercial et coopération, ambassade du Canada à Tunis, tél. : (011-216-71) 796-577, téléc. : (011-216-71) 792-371, courriel : andré.potvin@dfait-maeci.gc.ca ou M. André Landry, chargé de dossiers, Mauritanie et Tunisie, direction du Maghreb et de la Péninsule arabe, MAECI, tél. : (613) 944-8288, téléc. : (613) 944-7431, courriel : andre.landry@dfait-maeci.gc.ca 🇨🇦

À venir : mission d'investissement dans la haute technologie en Israël

TEL-AVIV, ISRAËL — 18-21 mars 2002 — C'est en Israël et au Canada que l'on trouve les groupes les plus dynamiques au monde dans le domaine de l'investissement et de la haute technologie, surtout la biotechnologie et les technologies de l'information et des communications. L'ambassade du Canada à Tel-Aviv organise une mission d'investissement en Israël pour tirer parti des occasions d'affaires dans ces secteurs, et pour mettre sur pied des partenariats d'investissement stratégiques entre sociétés canadiennes et israéliennes de technologie et de capital-risque.

Nouvelles études de marché

- *Silicon Wadi*, comme on appelle souvent le marché des technologies de

l'information et des communications en Israël, offre une vaste gamme de débouchés pour les entreprises canadiennes qui veulent exporter leurs produits et leurs services ou qui s'intéressent à des partenariats et des investissements. Consulter la plus récente étude de marché *Le marché de l'information et des communications en Israël* à www.infoexport.gc.ca sous la rubrique « Aperçu du potentiel ».

- Le marché du vin en Israël est en plein essor, et il offre des occasions d'affaires alléchantes aux exportateurs canadiens. Pour en savoir plus, consulter le site www.infoexport.gc.ca sous la rubrique « Aperçu du potentiel ».

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Suzanne Szukits, déléguée commerciale principale, ambassade du Canada en Israël, tél. : (011-972-3) 636-3350, téléc. : (011-972-3) 636-3385, courriel : suzanne.szukits@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Elaine Butcher, direction du Moyen-Orient, tél. : (613) 944-6994, téléc. : (613) 944-7975, courriel : elaine.butcher@dfait-maeci.gc.ca 🇨🇦

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

Salons et conférences au calendrier

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

LONDRES, ANGLETERRE — 9-12 janvier 2002 — **BETT** est l'événement le plus complet en Angleterre dans le domaine pédagogique, où des disciplines comme l'apprentissage électronique et la formation électronique gagnent en importance.

BAHRAIN — 14-17 janvier 2002 — La foire commerciale et la conférence **Bahrain Naval & Maritime 2002** est le premier salon international du genre axé sur le secteur naval et maritime tenu au Moyen-Orient. Elle s'ajoute aux foires de la défense aérienne et continentale déjà établies dans la région du Golfe.

CANNES, FRANCE — 20-24 janvier 2002 — **Midem** est la manifestation par excellence pour les entreprises et les distributeurs indépendants dans l'industrie de l'enregistrement sonore.

LAS VEGAS (NEVADA) — 21-24 janvier 2002 — La **National Association of TV Programming Executives (NATPE)** représente le plus vaste marché de la programmation en Amérique du Nord et comporte des débats d'experts, des démonstrations médiatiques et du réseautage.

MUMBAI, INDE — 21-26 janvier 2002 — **ELECRAMA** est la plus grande foire commerciale de produits de l'électricité, de l'électronique professionnelle et de produits analogues en Asie et au Moyen-Orient. L'exposition présentera une grande gamme de produits, de matériaux bruts et de systèmes d'essai, à l'exception de l'électronique de divertissement.

BANGALORE, INDE — 29 janvier-1^{er} février 2002 — **Componex/ElectronicIndia 2002**, septième conférence et exposition internationale sur les composants, matériaux et équipements de production, se tiendra dans la Silicon Valley de l'Inde et mettra en vedette les derniers produits que propose ce secteur. L'édition de 2001 a attiré 254 exposants venant de 24 pays et quelque 19 000 professionnels du secteur.

GENÈVE, SUISSE — 30-31 janvier 2002 — **International Aid and Trade Europe 2002** est à la fois une conférence et une foire commerciale sur la prestation de secours d'urgence et d'aide au développement. Le thème sera « The Changing Nature of Aid: Response, Rehabilitation and Development » (Évolution de la nature de l'aide : intervention, réadaptation et développement). Une attention particulière sera portée à l'Europe et à l'Asie centrale.

SAINT JOHN (NOUVEAU-BRUNSWICK) — 31 janvier-3 février 2002 — La manifestation **East Coast Music Awards** attire des professionnels du secteur de la musique de la Côte Est, de tout le Canada, des États-Unis et de l'Europe.

CANNES, FRANCE — 4-8 février 2002 — **MILIA** est un chef de file international du secteur multimédia en matière d'exposition et de congrès sur le thème du contenu interactif de la prochaine génération, transmis sur toutes les plates-formes d'acheminement.

NEW YORK (NEW YORK) — 6-10 février 2002 — Le salon **Armory Show** devient une tradition pour commémorer le premier salon d'arts visuels du même nom inauguré en 1913.

BERLIN, ALLEMAGNE — 6-17 février 2002 — **Berlinale**, l'un des festivals les plus importants en Europe, attire des producteurs et des distributeurs ainsi que ceux qui travaillent dans les ventes et les achats de vidéo et de télévision.

SANTA MONICA (CALIFORNIE) — 20-27 février 2002 — **American Film Market** est le plus grand salon commercial de films cinématographiques dans le monde.

SÉOUL, CORÉE — 26 février-1^{er} mars 2002 — **Expo Comm 2002** est le plus grand salon des télécommunications de la Corée, qui attirera plus de 500 entreprises d'une quarantaine de pays et accueillera certainement plus de 60 000 visiteurs. Le secteur coréen du sans fil est en plein

essor, et le pays détient le record du taux de pénétration internet à large bande sur la planète.

TORONTO (ONTARIO) — 28 février-3 mars 2002 — **Canadian Music Week** est le principal événement du Canada dans l'industrie de l'enregistrement sonore, auquel participe un grand nombre de chefs de file internationaux œuvrant dans le secteur.

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

ROTORUA, NOUVELLE-ZÉLANDE — 12-16 mars 2002 — La **Foire commerciale internationale et la conférence des industries forestières** constitue la plus importante exposition du secteur en Nouvelle-Zélande. Ce pays, qui est en train de devenir un chef de file mondial dans le domaine de la foresterie, devra faire des investissements considérables dans de nouvelles usines de transformation, ce qui peut s'avérer une source d'occasions d'affaires pour les fabricants canadiens de machines pour l'activité forestière et pour la transformation du bois.

LONDRES, R.-U. — 17-19 mars 2002 — Le salon du livre **London Book Fair**, grand événement du secteur international de l'édition, attire chaque année toujours plus de visiteurs et d'exposants.

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

Voir page 16 – Salons

Salons et conférences au calendrier

— Suite de la page 15

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

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

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

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

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

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

MELBOURNE, AUSTRALIE — 2-5 juin 2002 — **Interbuild Australia** est la plus grande exposition de la construction en Australie représentant les tout derniers produits de construction et les nouvelles technologies de la construction résidentielle, commerciale et industrielle.

HONG KONG — 11-14 juin 2002 — La 10^e édition du salon asiatique international de l'électricité, du génie électronique, de l'éclairage, de la ventilation, du chauffage et de la réfrigération, **Asian Elenex 2002** est le premier salon international du domaine du génie électrique en

importance dans la région. Il touche à tous les aspects des projets de construction et d'infrastructure. Cette année, **Asian Elenex** sera axé sur l'automatisation.

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

SINGAPOUR — 17-21 juin 2002 — « Au delà de la radiodiffusion... la monodiffusion », tel est le thème de **Broadcast Asia 2002**, huitième exposition et conférence internationale asiatique sur la technologie de la radiodiffusion et du multimédia. Les exposants canadiens bénéficieront d'un programme dynamique d'appui à la commercialisation mis en œuvre par le MAECI et Industrie Canada sous les auspices de l'Équipe commerciale Canada - Technologies de l'information et des communications. **Broadcast Asia 2002** se tiendra conjointement avec **Communic Asia 2002 (18-21 juin 2002)**, quatorzième exposition et conférence internationale asiatique sur les communications et la technologie de l'information, et la plus importante manifestation sur les télécommunications et les technologies de l'information en Asie. L'année dernière, 2 400 entreprises ont participé et l'exposition a attiré 48 000 visiteurs. 🍁

Service des renseignements

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

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047