



- DANS CE NUMÉRO**
- 2 Occasions d'affaires
 - 3 L'aide d'urgence (2^e partie)
 - 4 Le marché des jouets aux États-Unis
 - 6 É.-U. : le marché des vêtements pour femmes
Déclaration sur la frontière intelligente
 - 7 CCC : les affaires avec la FAA
 - 8 La protection de l'environnement en Suède
 - 9 La crise de la construction résidentielle en Roumanie
 - 12 Salon West Japan total living
La SEE devient l'EDC
 - 13 ALENA : vers la fin des tarifs
 - 14 Foires commerciales
 - 15 Salons et conférences à retenir

LE SUPPLÉMENT DE KPMG
(Voir l'encart)

Accession de la Chine à l'OMC

Des données sur l'exportation

La République populaire de Chine est officiellement devenue le 143^e pays membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) le 11 décembre 2001. L'OMC a ainsi accueilli la 7^e économie la plus importante dans le monde, pourvue d'un PIB de 1,5 billion de dollars et d'une population qui représente près du quart de la population mondiale.

L'adhésion de la Chine à l'OMC entraînera des conséquences importantes. La Chine a commencé à faire des réductions radicales aux barrières des échanges commerciaux de produits et de services. Elle a également entamé un long processus de modification à ses lois et règlements pour s'assurer que ceux-ci sont conformes aux pratiques convenues entre les autres membres de l'OMC. Par exemple, la

plupart des lois et règlements chinois qui privilégient les produits chinois au détriment des produits étrangers doivent être supprimés ou bien changés.

C'est pour ces raisons que tous les exportateurs canadiens vers la Chine seront virtuellement touchés par l'adhésion de ce pays à l'OMC. De nombreux secteurs, notamment la technologie de l'information et des communications (TIC), l'agriculture, les produits chimiques, les services financiers, les services de télécommunications et les transports seront considérablement avantagés par la libéralisation des échanges commerciaux en Chine grâce à l'OMC.

Pour répondre aux questions des exportateurs canadiens sur les débouchés commerciaux créés par l'accession de la

Voir page 10 – Exportation



Lancement du premier produit d'une coentreprise canado-indienne

M. Hemant Shah (à droite), président-directeur général de Cubex, dont le siège est à Winnipeg, et de la coentreprise canado-indienne KLR-Cubex International Ltd., située à Hyderabad (www.cubex.net), et également président du conseil d'administration du comité d'expansion du commerce de l'Inde (India Trade Development Committee), rencontre M. Martin Barratt, troisième secrétaire (Affaires commerciales), haut-commissariat du Canada à

Voir page 13 – Coentreprise



Débouchés du COAI

THAÏLANDE — Poste de transformation —

La Metropolitan Electricity Authority [autorité métropolitaine d'électricité] sollicite des soumissions cachetées (appel d'offres n° EV5-0405- WBX) pour la fourniture d'un poste de transformation. Coût des documents de soumission : 70 000 bahts plus 35 \$US pour livraison par messagerie spéciale. Date limite : **14 mars 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec M. Pradit Suveeranont, directeur, Metropolitan Electricity Authority, Foreign Operations Section, Foreign Procurement Division, Purchases and Stores Department, Building no 6, 6th floor, 121 Chakpetch Road, Bangkok 10200, Thailand, tél. : (011-66-2) 221-2841, téléc. : (011-66-2) 224-2468, courriel : suporn@mea.or.th. Communiquer également avec M^{me} Veena Ngaocharoenchitr, agente commerciale, ambassade du Canada à Bangkok, téléc. : (011-66-2) 636-0568, courriel : veena.ngaocharoenchitr@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **011219-05715**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Bangkok).

URUGUAY — Parcs de stationnement souterrains —

La Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) [administration municipale du département de Montevideo] a l'intention de construire plusieurs parcs de stationnement souterrains en dessous des places publiques à différents endroits de Montevideo dans le cadre d'un contrat genre construction-exploitation-transfert (CET) pour une période d'exploitation de 30 ans. L'exploitation peut inclure toutes sortes de services (p. ex. lave-auto) que les soumissionnaires souhaitent vendre aux utilisateurs du parc de stationnement ainsi que d'autres services (p. ex. surveillance) qui peuvent être fournis aux places publiques sous lesquelles sont construits les parcs de stationnement. Ces services additionnels peuvent être considérés comme une partie du droit annuel à verser à la IMM. Les soumissionnaires peuvent présenter des offres pour la construction d'un ou de plusieurs parcs de stationnement, lesquels doivent être prêts à exploiter dans les 36 mois qui suivent l'obtention du contrat. Au moins un parc de stationnement doit être achevé dans les 24 mois. Date limite (à confirmer) : **15 avril 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. José Luis Echevarria Petit, Echevarria Luenda y Echevarria Petit, Andes 1365 Esc 901, 11100 Montevideo, Uruguay, tél. : (011-598-2) 900-0400, téléc. : (011-598-2) 902-2777, courriel : elepabog@adinet.com.uy. Communiquer également avec M^{me} Magdalena Planeta, adjointe aux affaires commerciales, ambassade du Canada à Montevideo, téléc. : (011-598-2) 902-2029, courriel : magdalena.planeta@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **011220-05728**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Montevideo).

INDE — Technologie d'exploitation en continu pour mines de charbon souterraines —

La Singareni Collieries Company Ltd. invite les fabricants/entreprises qui possèdent une technologie éprouvée d'exploitation en continu des mines et de l'expérience dans l'utilisation de cette technologie à présenter des offres générales (appel d'offres n° PD/01/80/E.418/2001)

pour la mise en place de cette technologie dans une mine de charbon souterraine au puits incliné n° 7 Venkatesh Khani, selon une entente de partage des risques et des gains. Le coût des documents de soumission (disponibles jusqu'au 18 mars 2002 pour être envoyés par la poste) est de 150 \$US. Date limite : **27 mars 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec Chief G.M (Purchase), The Singareni Collieries Company Ltd., P.O. Kothagudem Collieries, Khammam District, Andhra Pradesh - 507 101, tél. : (011-91-87) 44-43109, téléc. : (011-91-87) 44-45651. Communiquer également avec M^{me} Alka Malik, adjointe aux affaires commerciales, haut-commissariat du Canada à New Delhi, téléc. : (011-91-11) 687-5387, courriel : alka.malik@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **011126-05292**. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à New Delhi).

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-Gaétan
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gaultier

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

Tuyaux à l'exportation (2^e partie)

L'aide d'urgence

par M. Louis Poliquin, consultant canadien en marchés internationaux à Washington, pour la Direction du financement du MAECI

Il y a 20 ans, il était quasi impossible pour un exportateur canadien de soumissionner les marchés de biens ou de matériel requis par les organisations internationales réagissant à des situations d'urgence. L'opération de secours était exécutée à la hâte, le délai de présentation des soumissions était court et les décisions en matière d'achat étaient souvent prises au vol. Mais aujourd'hui, des modes d'approvisionnement normalisés contribuent à rendre les règles du jeu équitables pour tous, ce qui ouvre la porte aux exportateurs canadiens.

Modes d'approvisionnement

Les organismes de secours humanitaires sont toujours prêts à intervenir, grâce aux modes d'approvisionnement suivants.

- La sélection de fournisseurs préqualifiés et de contrats définis à l'avance grâce à des soumissions.
- La constitution de stocks d'articles d'urgence préemballés au Canada par la Croix-Rouge canadienne pour l'ACDI; et à l'étranger, par des organisations des Nations Unies, par l'Oxford Committee for Famine Relief (OXFAM) (www.oxfam.org) et Vision mondiale (www.worldvision.org).

Planifier longtemps à l'avance

Le fournisseur canadien qui voudrait voir sa marchandise intégrée à la chaîne d'approvisionnement des organismes de secours doit planifier longtemps à l'avance.

- Faire cadrer les caractéristiques du produit et celles des marchandises diffusées en direct sur l'internet dans les catalogues d'approvisionnement du Bureau des services d'achats interorganisations, Programme des Nations Unies pour le développement (IAPSO, PNUD) à www.iapso.org/set.asp?id=21 L'édition 2000 du *General Business Guide* est disponible à www.iapso.org/set.asp?id=44
- Présenter les produits aux organisations d'achat dans le cadre de sa stratégie de commercialisation courante avant qu'une catastrophe ne se produise!

La filière de Genève

Depuis longtemps, les efforts de coordination de l'aide humanitaire sont déployés depuis Genève, où nombre d'organisations d'aide internationales ont leur siège.

- Nations Unies - Bureau de coordination des affaires humanitaires (BCAH) (www.reliefweb.int/ocha_ol/index_fr.html) — rôle de coordination et constituer des stocks de produits de première nécessité.
- Comité international de la Croix-Rouge (CICR) (www.icrc.org) — a 2 entrepôts.
- Fédération internationale des sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant Rouge (IFRC) (www.ifrc.org) — aide les sociétés locales de la Croix-Rouge et du Croissant Rouge. Elle annonce ses intentions d'achat dans les petites annonces du *International Herald Tribune* (www.ihf.com).

Autres organismes de l'ONU

Les organismes suivants des Nations Unies interviennent dans des situations d'urgence. Pour plus de renseignements, consulter le *Guide des affaires pour les marchés des Nations Unies* (www.infoexport.gc.ca/canadexport/menu-f.asp) et cliquer sur « fichiers PDF des suppléments ».

- Programme alimentaire mondial (Rome) (www.wfp.org) — est l'organisme de première ligne des Nations Unies dans la lutte contre la faim dans le monde.
- Fonds des Nations Unies pour l'enfance (New York/Genève/Copenhague) (www.supply.unicef.dk/business/procinfo.htm) — gère un entrepôt à Copenhague.
- Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (Genève) (www.unhcr.org) — joue un rôle central dans les situations d'urgence complexes en protégeant les droits des populations déplacées et en leur portant secours. Cliquer sur le site internet du HCR (en anglais), puis sur « Administration », et enfin sur « Doing business with UNHCR ».

Connaître le commerce de l'aide

Les organismes d'aide ont acquis beaucoup de connaissances et de compétences au

cours des années à réagir aux situations d'urgence survenant partout dans le monde. Ils offrent leur expertise sous forme de guides techniques (souvent en ligne) et d'ateliers.

- Le *Projet Sphère* (www.sphereproject.org/french/index_f.htm) — a élaboré une Charte humanitaire et des normes minimales universelles dans des domaines essentiels de l'aide humanitaire.
- *HCR - Handbook for Emergencies* (Guide en cas d'urgence) — diffusé par le bureau des publications du HCR.
- *When Disaster Strikes* (www.paho.org/english/ped/whendis.htm) — liste de contacts en Amérique centrale, en Amérique latine et dans les Caraïbes.
- SUMA (www.disaster.info.desastres.net/SUMA/fra/about.htm) — permet de suivre les contributions des donateurs.
- Nations Unies - Bureau des services d'achats interorganisations (www.iapso.org) — met gratuitement à la disposition des organismes des Nations Unies son guide des affaires, mais exige des frais pour la consultation de ses catalogues.
- *Relief Web* (www.reliefweb.int/w/rwb.nsf) — diffuse les renseignements les plus récents sur les besoins d'aide humanitaire dans le monde.
- *Alertnet* (www.alertnet.org/suppliers) — contient un répertoire international de fournisseurs d'articles de secours.

Conclusion

Avec une bonne planification et en suivant de bonnes pratiques commerciales, les fournisseurs canadiens peuvent devenir des membres très appréciés du milieu de l'aide internationale.

Pour renseignements, joindre la Direction du financement à l'exportation, section des IFI, MAECI, tél. : (613) 995-7251, courriel : ifinet@dfait-maeci.gc.ca

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



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 des jouets

Le marché américain des jouets est le plus important du monde et ne cesse de s'accroître. En 1999, les ventes de jouets aux États-Unis se sont chiffrées à 35 milliards de dollars, et on s'attend à ce qu'elles atteignent quelque 50 milliards d'ici 2004. Les exportations canadiennes de jouets et de composants de jouets à destination du marché américain ont totalisé 253 millions de dollars en 1999 et pourraient connaître une hausse significative ces prochaines années.

Aperçu du marché

Le secteur américain du jouet est dominé par un petit nombre de grandes entreprises qui commercialisent une vaste variété de produits sous diverses marques. Chefs de file du secteur, Mattel et Hasbro n'hésitent pas à acquérir de petites entreprises qui conçoivent des produits novateurs mais ne sont pas en mesure de répondre aux exigences du marché.

« 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 aux États-Unis.





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

www.infoexport.gc.ca

La Chine détient 90 % du marché américain d'importation de jouets. Le Mexique, le Japon, Taïwan, Hong Kong et le Canada sont au nombre des autres pays actifs. Les sociétés qui connaissent du succès ont des marques reconnues à l'échelle mondiale, ce qui ne les empêche pas d'adapter leurs produits pour plaire aux consommateurs. Ces sociétés sont suffisamment grandes et ont assez d'expérience pour pénétrer un marché sans difficulté, et il est donc rare qu'elles forment des coentreprises.

Les plus grands magasins de vente au détail de jouets aux États-Unis sont Wal-Mart et Toys "R" Us. Les grands détaillants dominent le marché à un point tel qu'en 1998, les 10 principaux d'entre eux avaient réalisé 60 % de toutes les ventes au détail de jouets.

Tendances

Selon les analystes, la tendance dominante sera aux contrats de distribution exclusifs pour les produits de marque et les produits conçus exclusivement pour des détaillants particuliers. À l'heure actuelle, la production sous licence de jouets combinant des personnages ou des événements qui s'inspirent du monde du sport ou du divertissement est privilégiée par les intervenants du secteur. Les petits Américains regardant jusqu'à 4,4 heures de télévision par jour, les possibilités d'association entre un jouet et un personnage d'émission de télévision sont nombreuses. La vente de produits fabriqués sous licence a représenté 46 % des ventes de jouets aux États-Unis en 1999, soit 11,7 milliards



de dollars. Néanmoins, les jouets traditionnels, qui ont du succès depuis des décennies, figurent toujours parmi les plus populaires. Les autos Hot Wheels, le jeu Operation et les fours Easy Bake demeurent parmi les 20 jouets les plus vendus aux États-Unis.

Selon les intervenants du secteur, les enfants grandissent plus vite que par le passé, délaissant ainsi les jouets traditionnels à un plus jeune âge. Les 10-14 ans préfèrent dorénavant regarder la télévision ou jouer à l'ordinateur. Soucieux de reconquérir une partie de ce marché, le secteur met au point de nouveaux produits novateurs visant à plaire aux enfants qui sont à l'aise avec la technologie.

Débouchés

Les entreprises canadiennes peuvent se procurer une licence leur permettant de faire un lien avec des personnalités connues du monde du sport ou du divertissement, ou avec des personnages de films ou d'émissions de télévision. Il existe également des débouchés dans certains créneaux, dont celui des jouets novateurs, des jouets didactiques de grande qualité et des nouveaux produits susceptibles de reconquérir le marché des 10-14 ans. Par le passé, les fabricants de jouets s'étaient

contentés d'utiliser des puces électroniques dans les jouets destinés aux garçons; or, les filles s'intéressent de plus en plus aux jeux et jouets de haute technologie.

Pour percer sur le marché américain des jouets, les entreprises canadiennes doivent offrir des produits de qualité et adopter une stratégie de commercialisation dynamique. Il est également essentiel d'assurer une présence marquée lors des principales activités sectorielles organisées aux États-Unis.

Ce marché vous intéresse?

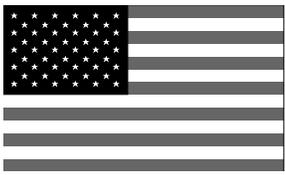
Pour en savoir davantage, nous vous invitons à lire *Aperçu : Le marché des jouets aux États-Unis*. Ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux peuvent être consultés au www.infoexport.gc.ca

www.infoexport.gc.ca

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

Le marché des jouets

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.

L'occasion d'habiller le Midwest américain

Marché des vêtements pour femmes

CHICAGO — 23-26 mars 2002 — Voulez-vous que votre entreprise canadienne de vêtements pour femmes pénètre bientôt le marché américain? Avez-vous besoin de plus de renseignements pour décider de la stratégie à adopter pour pénétrer ce marché? Voulez-vous obtenir des tuyaux d'experts de l'industrie ou trouver un représentant local?

Dans l'affirmative, le consulat général du Canada à Chicago (www.can-am.gc.ca/

chicago) vous invite à participer à sa mission de repérage de représentants de vêtements pour femmes le mois prochain dans le cadre de **StyleMax** (www.mmart.com/stylemax), le salon de l'industrie des vêtements pour femmes. C'est la quatrième année que le Consulat général accueille la mission, couronnée de succès l'an dernier.

La mission vise les fabricants canadiens de vêtements pour femmes qui sont à la



recherche d'un représentant local pour le Midwest américain. Elle se compose d'une séance d'information avec des experts de l'industrie, permet aux entreprises participant au salon **StyleMax** d'avoir accès à un stand et prévoit une réception où vous pourrez établir des contacts locaux.

La date limite pour s'inscrire est le 20 février. Les demandes d'inscription feront l'objet d'une présélection et seront traitées dans l'ordre de leur réception.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, tél. : (312) 327-3624, courriel : ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Holly Inoshita, adjointe commerciale, tél. : (312) 616-1870, poste 3353, courriel : holly.inoshita@dfait-maeci.gc.ca consulat général du Canada à Chicago. 🍁

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

Déclaration sur la frontière intelligente

Suite à l'article spécial sur la frontière canado-américaine paru dans l'édition du 17 décembre dernier de CanadExport, voici les faits nouveaux sur la frontière.

Le 12 décembre 2001, M. John Manley, vice-premier ministre et ministre de l'Infrastructure et des Sociétés d'État et auparavant ministre des Affaires étrangères et président du Comité ministériel spécial du Cabinet sur la sécurité publique et l'antiterrorisme, et M. Tom Ridge, gouverneur et directeur du Bureau de la sécurité du territoire des États-Unis, ont signé une déclaration sans précédent en vue de créer une frontière intelligente entre les États-Unis et le Canada pour le XXI^e siècle.

La Déclaration sur la frontière intelligente expose un plan d'action en 30 points, qui vise à déceler et à éliminer conjointement les risques pour la sécurité tout en accélérant de façon efficace la circulation légitime des personnes et des marchandises de part et d'autre de la frontière canado-américaine. Le plan s'articule autour de quatre grands axes : la circulation sécuritaire des personnes, la circulation sécuritaire des biens, la création d'une infrastructure sécuritaire, et l'accroissement de la coordination et du partage des renseignements entre le Canada et les États-Unis.

« Au titre de notre engagement soutenu envers la création d'une frontière intelligente,

nous avons convenu d'un plan d'action audacieux qui permettra aux personnes et aux marchandises de circuler entre nos deux pays de la façon la plus sécuritaire et la plus efficace qui soit, a déclaré le Vice-Premier Ministre. Ce plan d'action améliorera la coordination et le partage des technologies et des renseignements qui sont essentiels à notre sécurité mutuelle et au renforcement du commerce transfrontalier qui s'opère au sein de la relation commerciale binationale la plus importante au monde. »

On trouvera cette déclaration, le plan d'action et un document d'information sur le site internet du MAECI : www.dfait-maeci.gc.ca/anti-terrorism/can-us-border-f.asp

Pour information, joindre M. Chris Gregory, MAECI, tél. : (613) 944-6466. 🍁

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.

Avec un budget annuel d'environ 12,5 milliards \$US, la Federal Aviation Administration (FAA) offre aux fournisseurs canadiens de l'aérospatiale de nombreux débouchés dans le domaine des approvisionnements gouvernementaux.

Fonctions de la FAA

Sous l'égide du département des Transports, la FAA, qui compte 49 000 employés, est chargée de réglementer la sécurité et la protection aériennes, d'assurer l'utilisation efficace de l'espace aérien, de favoriser le

propositions non sollicitées de produits ou de services particuliers ne sont pas découragées, mais moins de 1 % est financé.

Exemples des achats de la FAA

Produits et services

- systèmes et services de contrôle de la circulation aérienne
- radars et systèmes d'observation météo
- aides à la navigation et à l'atterrissage
- équipement et services de technologie de l'information et des communications
- systèmes de surveillance.

La Federal Aviation Administration des É.-U. (FAA)

Les affaires avec la FAA

Article tiré d'un exposé de M. Brian S. Isham (directeur des marchés, bureau des acquisitions, FAA) à un colloque spécial de la Corporation commerciale canadienne tenu à Montréal en novembre dernier sur la manière de faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain.

commerce aérien et l'aviation civile, et d'apporter son soutien aux besoins des États-Unis en matière de défense nationale.

La FAA effectue ses approvisionnements et acquisitions à partir de son siège de Washington, D.C., de ses sept bureaux régionaux, de son centre aéronautique d'Oklahoma City, et de son centre technique d'Atlantic City, dans le New Jersey.

Les contrats de la FAA, en valeur monétaire, sont attribués dans une proportion de 80 % par l'administration centrale, mais 75 % des contrats (de plus de 25 000 \$) sont attribués par les bureaux régionaux et les centres. Sur cette dernière proportion, 70 % des contrats et 84 % de la valeur des contrats sont attribués en régime de concurrence — 40 % sont des marchés à forfait, et 60 % des contrats sur dépenses contrôlées.

Acquisitions de la FAA

En 1981, une importante initiative a été lancée en vue de moderniser le système national de l'espace aérien (National Airspace System — NAS). Plus de 100 programmes de modernisation, dépassant 2,5 milliards \$US par an, sont gérés à Washington, D.C. La plupart offrent d'importants débouchés en sous-traitance.

La FAA encourage les fournisseurs canadiens à offrir leurs produits et leurs services à ses agents d'approvisionnement, en particulier à ses agents principaux des produits intégrés si le programme est au stade de la planification ou de la définition, et à ses agents des contrats si le programme est au stade de l'approvisionnement. Les

Processus d'approvisionnement

En novembre 1995, la FAA a reçu la mission de mettre au point et d'appliquer un système de gestion des acquisitions (Acquisition Management System — AMS) qui réponde aux besoins particuliers de l'organisme et lui permette d'effectuer des achats plus économiques et plus rapides d'équipement et de matériel. L'objectif de cette réforme du processus d'approvisionnement était de réduire le temps et le coût des acquisitions de produits, de services nouveaux, de permettre une application plus rapide des nouvelles technologies et de réduire le coût d'approvisionnement tant pour la FAA que pour l'industrie.

L'AMS offre un processus simplifié et plus souple qui met l'accent sur la relation de partenariat entre clients, utilisateurs et fournisseurs. Ses principales caractéristiques sont les suivantes : préférence pour les systèmes de série; communication avec le vendeur ou fournisseur pendant toute la durée du processus d'approvisionnement; importance accordée à l'analyse des prix plutôt qu'à l'analyse des coûts, ce qui réduit les besoins de données sur les coûts; importance de la concurrence.

L'AMS utilise deux méthodes d'approvisionnement : la méthode complexe et non commerciale, qui correspond à des produits et des services complexes, d'une valeur élevée, comportant des travaux de développement et à caractère non commercial; la méthode commerciale et simplifiée, qui est utilisée pour l'achat de

DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

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

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

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

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

produits et de services commerciaux moins complexes, d'une valeur moins élevée et à court terme.

La FAA a pour politique d'acheter des produits et des services auprès des fournisseurs qui offrent la meilleure valeur; et quand la concurrence est négligeable, les achats de moins de 10 000 \$US peuvent se faire auprès d'un fournisseur unique.

Pour amorcer le processus d'acquisition, la FAA émet trois types de demande de renseignements pour la sélection (Screening Information Requests — SIR) : renseignements sur la compétence; renseignements pour la sélection; et demande d'offres. L'objet de la SIR est d'obtenir certains renseignements qui permettront à la FAA de déterminer en fin de compte le soumissionnaire qui offre la meilleure valeur, de faire son choix et d'attribuer le contrat.

Où trouver des renseignements

Pour des renseignements sur le processus d'acquisition et les prochains achats de la FAA : www.faa.gov (page d'accueil de la FAA).

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

La Suède, pays avancé sur le plan technologique et doté d'une assise industrielle axée sur les exportations, est l'un des plus dévoués protecteurs de l'environnement de la planète. Ce petit pays (de 9 millions d'habitants) joue depuis longtemps le rôle de chef de file en protection de l'environnement, plus précisément depuis 1969, lorsqu'il a adopté sa première Loi sur l'environnement.

papier, les pneus, les voitures et, depuis le 1^{er} juillet 2001, les produits électroniques. Les changements climatiques sont un autre sujet qui préoccupe de plus en plus les Suédois. Le gouvernement de la Suède a affecté 990 millions de couronnes suédoises (environ 154 millions \$) sur trois ans et fixé un objectif national — beaucoup plus strict que l'engagement de Kyoto — en vue de réduire à 4 % d'ici 2010 le niveau

- **Sols** : technologies d'assainissement des sols et technologies connexes;
- **Eau** : modernisation des installations de traitement des eaux usées; instruments de mesure; protection des eaux souterraines;
- **Énergie** : technologies concernant les sources d'énergie renouvelables et l'efficacité énergétique;
- **Déchets** : technologies novatrices de

La protection de l'environnement : un marché prospère en Suède

Avec l'entrée en vigueur du Code de l'environnement (qui a mis à jour la Loi sur l'environnement) le 1^{er} janvier 1999 et l'adoption par la Suède de 15 objectifs de qualité de l'environnement, les pollueurs sentent désormais toute la rigueur de la législation suédoise. Les Suédois prennent les questions environnementales au sérieux, accordant une attention particulière à la présentation des rapports sur l'environnement, aux certifications ISO 14000 et aux systèmes d'éco-étiquetage. En fait, la réglementation et les instruments économiques, qui étaient auparavant les principaux facteurs de croissance du secteur suédois de l'environnement, ont été ces dernières années progressivement remplacés par des engagements de la part des industriels et la sensibilisation des consommateurs.

Lutter à la suédoise

Les points forts de l'industrie suédoise de l'environnement ont toujours été le traitement des eaux usées et la lutte contre la pollution atmosphérique, mais le pays tourne maintenant son attention vers la réglementation des décharges. L'instauration, le 1^{er} janvier 2001, d'une taxe de décharge, a déjà donné lieu à une augmentation du recyclage et de l'incinération des matériaux et du compostage des déchets. À compter du 1^{er} janvier 2002, il ne sera plus permis de mettre aux décharges des déchets combustibles et, après 2005, les décharges ne seront plus autorisées à accepter des déchets organiques. Des « systèmes fondés sur le principe de la responsabilité du producteur » sont maintenant en place pour des produits comme les matériaux d'emballage, le

des émissions de gaz à effet de serre enregistré en 1990. Fait encore plus impressionnant, la Suède a l'intention d'atteindre cet objectif sans recourir à des puits de carbone ni à des mécanismes flexibles, tels que des investissements dans le commerce ou l'environnement dans d'autres pays. Le gouvernement suédois affecte également 420 millions de couronnes (environ 63 millions \$) en 2002 pour l'assainissement des lieux contaminés; une somme supplémentaire de 460 millions de couronnes sera investie en 2003, puis une autre de 590 millions de couronnes en 2004.

Cette vigilance vigoureuse dans le domaine de l'environnement a porté fruit : selon la Swedish Waste Management Association, la Suède arrive au premier rang des pays européens pour le recyclage des matériaux et la production d'énergie à partir des déchets.

Débouchés

L'anglais est couramment parlé dans le milieu des affaires, mais la plupart des décisions relatives à l'environnement sont prises à l'échelle locale par les 23 conseils de comté dans les 289 municipalités de la Suède. C'est pourquoi un partenaire suédois pourrait se révéler utile pour la traduction des documents de soumission et des lois et règlements ainsi que pour l'interprétation des questions réglementaires.

Débouchés pour fournisseurs canadiens :

- **Air** : technologies avancées de réduction des émissions d'origine industrielle; instruments de mesure; prévention des émissions causées par la circulation automobile; technologies améliorant la qualité de l'air à l'intérieur;

réduction ou de recyclage des déchets et traitement des déchets dangereux;

- **Produits et technologies propres** : remplacement des substances à effets nocifs sur l'environnement.

Pour plus de renseignements, joindre Mme Inga-Lill Olsson, ambassade du Canada à Stockholm, tél. : (011-46-8) 453-3019, téléc. : (011-46-8) 453-3016, courriel : inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca ou www.canadaemb.se 🍁

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



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.



Pour le Canadien moyen, la vie dans une cabane en rondins d'une ou deux pièces ou dans un logement sans eau chaude appartient au passé lointain. Mais en Roumanie, où les habitations de deux pièces sont encore nombreuses, les logements sont surpeuplés et les maisons, en particulier dans les régions rurales, sont dépourvues des commodités d'usage. La Roumanie découvrira peut-être bientôt que la solution possible à cette crise du logement de bonne qualité est « fabriquée au Canada ».

EUROPE

Aperçu du marché

Bien que les ressources en matière de logements aient augmenté de 20 % en Roumanie depuis une vingtaine d'années, la qualité des logements nouvellement construits est inférieure aux normes des pays occidentaux. La moitié seulement des nouvelles habitations construites aujourd'hui en milieu rural en Roumanie ont l'eau courante, et seulement 40 % d'entre elles sont reliées à un réseau d'égouts convenable. Les logements sont surpeuplés. La plupart de ces derniers n'ont que deux pièces, et il n'est pas rare que le nombre d'occupants dépasse au moins de deux le nombre de pièces. Dans 25 % des habitations, l'espace habitable est inférieur à 8 mètres carrés par personne, et seulement 30 % des habitations ont plus de 16 mètres carrés par personne.

Plusieurs raisons sont à l'origine de la pénurie actuelle de logements de bonne qualité.

Les tremblements de terre de 1940, de 1977 et de 1986 ont fortement endommagé près de 450 000 logements, qui n'ont pas été complètement restaurés et qu'il est encore dangereux d'habiter. En outre, plus du tiers des logements de la Roumanie ont été construits avant 1960, et beaucoup ne seront plus habitables dans une dizaine d'années. Seulement 45 % des habitations ont des murs extérieurs fabriqués de matériaux durables, tels le béton armé et la brique, et 55 % sont faits de matériaux moins résistants, tels le bois, l'adobe et la claie. De plus, 275 000 appartements rudimentaires ont été construits sans toutes les commodités de base.

Mises en chantier — et en suspens

Bien que 160 000 habitations aient été construites chaque année entre 1981 et 1985, la construction résidentielle s'est presque arrêtée après 1989 — en même temps que l'économie roumaine. En 1992,

Place aux changements

La crise de la construction résidentielle en Roumanie

le nombre de nouvelles habitations n'a atteint que 28 000. Par suite des mesures légales entrées en vigueur après 1990 et qui favorisent la propriété privée de l'occupant du logement, près de deux tiers des logements appartenant à l'État ont été privatisés. À la fin de 2000, 94 % des logements étaient des propriétés privées. Parmi celles-ci, 56 % étaient des maisons unifamiliales, et le reste, des logements en copropriété.

La privatisation a été accompagnée d'une recrudescence de la construction d'habitations et de la rénovation, les nouveaux propriétaires procédant désormais à l'amélioration des logements qui étaient jusque-là la propriété de l'État. Revigorée par le secteur privé, la construction résidentielle a connu une nouvelle reprise après 1994; 36 000 habitations, en moyenne, ont été construites chaque année jusqu'en 1997. Malheureusement, un nouveau mouvement à la baisse s'est installé en 2000.

Les logements construits depuis quelques années sont à la fois plus confortables et de meilleure qualité. La construction est de qualité supérieure, et les logements possèdent généralement trois pièces et une superficie habitable moyenne de 48 mètres carrés par personne.

Débouchés

Dans le cadre de la stratégie nationale du logement, on cherche à atteindre des normes minimales de logement pour tous les Roumains (une pièce par personne et un minimum de 15 mètres carrés d'espace habitable), ce qui signifie qu'il faut construire 65 millions de mètres carrés de nouvel espace habitable. Cela correspond à environ 1 million de logements de trois pièces, à construire au rythme de 60 000 unités par an. Cet

objectif est pour l'instant impossible à atteindre, étant donné le faible niveau des revenus en Roumanie, l'absence d'aide à l'obtention de prêts hypothécaires et la nature des méthodes de construction traditionnelles encore en cours.

Néanmoins, certaines petites entreprises canadiennes explorent déjà le marché que crée la demande accumulée des consommateurs en Roumanie.

Accès au marché

Même si aucune institution financière canadienne n'a encore manifesté d'intérêt pour ce marché, la mention « fabriqué au Canada » est généralement considérée comme la norme en construction. Les méthodes canadiennes de construction sont efficaces à tous points de vue, notamment sur les plans de l'énergie, des matériaux, de la rapidité et des coûts. Un bon point de départ pour introduire sur le marché roumain des logements fabriqués au Canada serait d'y exporter des structures entières tout en développant sur place une industrie pour la construction d'habitations. Cela servirait de base en vue d'un futur transfert de technologie canadienne de la construction en Roumanie.

Vous trouverez des rapports de marché détaillés sur ce secteur sur l'internet à www.infoexport.gc.ca

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Octavian Bonea, agent commercial, ambassade du Canada à Bucarest, tél. : (011-401) 307-5025, téléc. : (011-401) 307-5015, courriel : octavian.bonea@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/ro 🍁



Exportation

— Suite de la page 1

Chine à l'OMC, la Direction de la Chine du MAECI va tenir une série de séances d'information dans tout le Canada. Ces colloques auront lieu cet hiver et ce printemps. Pour plus de renseignements sur ces séances ou sur l'activité commerciale en Chine, communiquer par courriel avec la Direction :

pcm@dfait-maeci.gc.ca

Pour des renseignements plus détaillés sur l'accession de la Chine à l'OMC, consulter le site internet « Le Canada et la Chine » du MAECI : www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/WTO-CC-f.asp où est publié l'accord intégral entérinant l'accession de la Chine à l'OMC, ainsi que plusieurs autres documents. ❁



L'année chinoise du serpent tire à sa fin ...

Services financiers

Le secteur des services en Chine a toujours été l'un des plus réglementés et des plus protégés. Les négociations ayant abouti, d'énormes changements sont à prévoir.

La Chine a maintenant convenu d'ouvrir de nombreux secteurs importants aux investissements étrangers. Les restrictions géographiques qui existent dans plusieurs secteurs importants (télécommunications, opérations bancaires, assurances et mise en circulation) seront éliminées graduellement

au cours d'une période de 5 à 6 ans. En outre, les procédures prescrites par des règlements seront améliorées : les procédures et conditions de délivrance de licences doivent être publiées, les organismes de réglementation doivent être distincts des fournisseurs de services assujettis aux règlements en question,

et les fournisseurs de services étrangers doivent pouvoir s'associer avec n'importe quel partenaire chinois de leur choix.

Comme exemple, le secteur des services financiers devra surmonter de nombreux changements importants. Les sous-secteurs régis par cet accord comportent les assurances, les opérations bancaires et les valeurs mobilières. Les engagements importants portent sur la nature de l'établissement que les entreprises étrangères peuvent instaurer dans le secteur des services financiers ainsi que sur l'élimination progressive des restrictions géographiques concernant l'exploitation des entreprises à capitaux étrangers.

Sera-t-il permis aux entreprises étrangères de services financiers de s'établir en Chine?

Au début, les compagnies d'assurance pourront former des coentreprises ou des succursales, avec une propriété étrangère de 50 % pour l'assurance-vie et de 51 % pour l'assurance incendie, accidents, risques divers (IARD). Les assureurs IARD pourront établir des filiales entièrement en propriété étrangère d'ici 2004. Les

banques étrangères seront autorisées à établir soit des succursales en propriété exclusive en Chine, soit des coentreprises. Les compagnies étrangères de valeurs mobilières pourront former des coentreprises avec une propriété étrangère qui sera haussée à 49 % d'ici 2005.



Technologies de l'information et des communications (TIC)

L'accession de la Chine à l'OMC sera utile aux intérêts importants du Canada en matière de commerce et d'investissement dans les TIC en Chine, car elle offre aux entreprises canadiennes un meilleur accès au marché chinois. Les concessions faites par la Chine portent sur des questions comme les droits de douane, les règlements sur les investissements et les droits de propriété intellectuelle.

Qu'advient-il des droits de douane sur les importations de TIC?

La Chine doit adhérer à l'Accord sur les technologies de l'information de l'OMC et éliminer d'ici 2004 les droits de douane sur le matériel TIC, qui étaient en moyenne de 13 % en 2001.

Les fournisseurs étrangers peuvent-ils offrir des services de télécommunications en Chine?

Les services de téléphonie mobile, de radiomessagerie et de télécommunica-

tions à valeur ajoutée seront ouverts aux coentreprises à capitaux étrangers en 2002. Les télécommunicateurs étrangers seront autorisés seulement dans certaines villes, mais ces restrictions géographiques seront éliminées dans les deux à cinq ans suivants. Le plus grand marché national et international de téléphonie et de transmission de données sera ouvert aux coentreprises à capitaux étrangers dans les trois ans qui suivent l'accession de la Chine à l'OMC, soit au plus tard en 2005, alors que les restrictions géographiques ne seront supprimées complètement que trois ans plus tard.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Marcel Belec, Direction de la Chine, MAECI, tél. : (613) 995-6962, courriel : marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca ❁

Dans quelles régions les entreprises étrangères de services financiers pourront-elles fournir leurs services?

Présentement, les entreprises étrangères dans ce secteur n'ont le droit de s'établir que dans certaines villes. Selon les documents sur l'accession de la Chine à l'OMC, un grand nombre de villes, qui sont nommées en secteurs et sous-secteurs, seront ouvertes aux compagnies à capitaux étrangers au cours des cinq prochaines années. D'ici 2004, par exemple, 15 villes accueilleront des compagnies d'assurances, et les restrictions géographiques seront toutes éliminées en 2005.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Yvonne Chin, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-3607, courriel : yvonne.chin@dfait-maeci.gc.ca ❁

Transports

Dans les transports, c'est l'industrie automobile qui ressentira le plus les effets de l'accession de la Chine à l'OMC. Les fabricants de matériel ferroviaire, d'aéronefs, de simulateurs d'aéronefs, et d'hélicoptères, pour lesquels les droits de douane sont déjà faibles, seront moins touchés.

Les exportateurs de l'industrie automobile peuvent-ils s'attendre à de grosses réductions tarifaires?

Oui. Les droits de douane seront considérablement réduits de façon progressive d'ici 2005-2006 : ils passeront de 70-80 % à 25 % pour les automobiles finies; et de 25-50 % à 15-25 % pour les camions finis.

Pour la première fois, la Chine doit publier le montant maximum annuel de la valeur des importations, soit le contingent imposé sur les véhicules finis et certaines pièces de rechange. Ce contingent commencera à 6 milliards de dollars

américains en 2002 et augmentera de 15 % chaque année. Les exportations canadiennes actuelles de pièces de rechange et d'accessoires ne seront pas en général touchées par ce contingent. Chaque année, certains produits seront enlevés de la liste des marchandises visées par ce contingent, et la limitation du volume des importations de voitures et de camions finis sera supprimée à la fin de 2004, seuls subsisteront les droits de douane.

Quelles seront les répercussions sur les investissements étrangers dans la fabrication automobile?

D'après les règles de l'OMC, le gouvernement de la Chine ne peut plus exiger des investisseurs étrangers d'exporter une certaine quantité de leur production, d'utiliser des produits faits en Chine comme facteurs de production ou de faire le transfert de technologie à leurs partenaires chinois. Les restrictions de catégories, types ou modèles de véhicules

autorisés pour la production doivent être éliminées complètement d'ici 2004.

Quelles seront les répercussions sur le marché ferroviaire chinois?

La part des investissements étrangers dans les entreprises exerçant des activités de fret ferroviaire sera progressivement haussée au cours des quatre prochaines années, mais le transport de passagers demeurera sous le contrôle de l'État.

Plusieurs projets sont prévus : un réseau ferroviaire reliant les trois principales régions économiques de la Chine d'ici 2005; un service de train à grande vitesse entre Beijing et Shanghai; un service de train électrique à 200 km à l'heure sur le trajet Guangzhou-Shenzhen-Hong Kong dans le Sud de la Chine faisant appel à la technologie canadienne et européenne.

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

Agriculture

Les produits agroalimentaires et les produits agricoles représentent une part importante des exportations canadiennes : en 2001, la valeur des exportations canadiennes de produits agroalimentaires toutes destinations confondues s'est chiffrée à 24 milliards de dollars.

La Chine, qui doit nourrir 22 % de la population mondiale et qui ne dispose que de 7 % des terres arables de la planète, importe des céréales du Canada depuis les années 1960. Aujourd'hui, elle importe des produits agroalimentaires variés dont la valeur dépasse 752 millions de dollars, ce qui représente 20 % des exportations canadiennes vers la Chine. L'accession de la Chine à l'OMC offre d'immenses débouchés aux exportateurs canadiens de produits agroalimentaires.

Comment les exportateurs de céréales et d'oléagineux seront-ils touchés?

Pour la première fois, la Chine va établir un système équitable et transparent de contingents tarifaires à appliquer sur les

importations de certains produits agricoles, dont le blé, l'huile de colza et le maïs. D'après ce système de contingents d'importation, le tarif sera appliqué au taux inférieur jusqu'à ce que le volume spécifié soit atteint, et au taux supérieur par la suite. La Chine a convenu d'établir ces contingents à des volumes très élevés par rapport aux importations récentes — par exemple, d'ici 2004, la Chine élèvera à 9,6 millions de tonnes le volume autorisé d'importations de blé et de produits du blé (par rapport aux 920 000 tonnes en 2000). Quant à l'huile de colza, le volume autorisé sera élevé à 1,2 million de tonnes d'ici 2005 (comparativement à 75 000 tonnes en 2000), et ces contingents d'importation seront entièrement éliminés en 2006. Le volume fixé pour le maïs et les produits de maïs sera de 7,2 millions d'ici 2004 (comparativement à seulement 3 600 tonnes en 2000). La Chine doit également éliminer les contingents sur les graines de colza.

Qu'en est-il des autres produits agricoles?

La Chine doit aussi baisser les tarifs imposés sur une gamme étendue d'autres produits. Notamment : le tarif applicable au bœuf surgelé doit baisser de 39 % en

2001 à 12 % en 2004; pour la crevette, de 24 % à 5 % d'ici 2003; pour le ginseng, de 36 % en 2001 à 7,5 % d'ici 2006; et pour l'alfalfa, de 13 % à 5 % en 2003.

Qu'en est-il du marché des aliments transformés?

La classe moyenne prend de l'expansion en Chine et elle commence à prendre goût aux aliments importés. Le nombre de grands magasins d'alimentation appartenant à des intérêts étrangers s'est accru récemment, surtout dans le delta du Yangzi jiang et le Sud de la Chine. Dans la seule région de Shanghai, cette expansion s'est traduite par un vaste marché de 65 millions de dollars pour des produits comme des produits alimentaires prêts à servir, des confiseries, du sirop d'érable, des biscuits, des boissons, du vin, du ginseng, du poisson et des fruits de mer.

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



... alors que l'année du cheval débutera le 12 février prochain.

(Voir la version intégrale de ces cinq articles à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Pleins feux sur la Chine et Hong Kong ».)

KITAKYUSHU, JAPON — 14-17 mars 2002 — En 2001, le **West Japan Total Living Show**, principal salon commercial de Kyushu pour le secteur de la construction, surtout résidentielle, a attiré 53 000 visiteurs. Le salon présentait 296 stands

Le salon porte sur les sous-secteurs suivants :

- **Équipements pour habitation** : Systèmes domotiques, systèmes d'alarme, ensembles de cuisine, baignoires, équipements de salle de bains, lavabos,

- **Renseignements sur l'habitation** : Renseignements immobiliers, importations, conception assistée par ordinateur pour le bâtiment, réaménagement.
- **Articles de bricolage (Do-It-Yourself)**.

Salon West Japan Total Living



de 26 exposants étrangers; la plupart des participants étrangers venaient du Canada et des États-Unis, mais les participants chinois se font de plus en plus nombreux.

Kitakyushu est l'une des principales villes de la préfecture de Fukuoka (5 millions d'habitants) sur l'île de Kyushu. Les produits et matériaux de construction canadiens y sont appréciés, mais il reste encore une grande marge pour plus de publicité et de croissance. Déjà plusieurs PME cherchent à importer directement de l'étranger pour réduire leurs coûts ou pour trouver le produit spécial qui les distinguera de leurs concurrents.

appareils sanitaires, chauffe-eau, systèmes de climatisation, systèmes hélio-électriques, système d'aménagement à accès facile.

- **Matériaux de construction** : Matériaux pour la construction de murs intérieurs et extérieurs, et la confection de revêtements de sol, carreaux en porcelaine, tuiles de toiture, fenêtres et portes, châssis, volets.
- **Accessoires pour l'intérieur** : Meubles, placards, tapis, rideaux, stores, papier peint, carreaux.
- **Accessoires pour l'extérieur** : Solariums, clôtures, abris à voitures, meubles de jardin, serres.

Inscription

Le coût de location d'un stand est de 150 000 yen. Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec les organisateurs ci-dessous, par télécopieur ou par courriel, avec copie au consulat du Canada à Fukuoka.

- M. Hiroyuki Eto (contact), West Japan Industry and Trade Exhibition Association, Kitakyushu, tél. : (011-81-93) 511-6848, téléc. : (011-81-93) 521-8845, courriel : tlshow@nishiten.or.jp

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

- M^{me} Josiane Simon, consul et déléguée commerciale, consulat du Canada à Fukuoka, tél. : (011-81-92) 752-6055, téléc. : (011-81-92) 752-6077, courriel : josiane.simon@dfait-maeci.gc.ca
- M. Kazuhiro Uemura, agent de commerce, consulat du Canada à Fukuoka, tél. : (011-81-92) 752-6055, téléc. : (011-81-92) 752-3201, courriel : kazuhiro.uemura@dfait-maeci.gc.ca 🍁

Conclusion de l'examen du mandat La SEE devient l'EDC



Un nouveau nom et l'obligation légale d'examiner les effets environnementaux des projets envisagés sont les principales modifications apportées à la loi régissant les activités d'Exportation et développement Canada (EDC), loi qui a été sanctionnée en décembre dernier.

Ces modifications à la Loi sur le développement des exportations marquent l'aboutissement d'un processus exhaustif d'examen législatif amorcé en 1998 et qui a validé de façon éloquente le mandat, le rôle, l'orientation stratégique et les principes commerciaux d'EDC. On a aussi reconnu que la société d'État, par ses activités, contribue grandement à la prospérité économique du Canada et qu'elle est une véritable réussite canadienne.

Un des principaux changements touche le nom de la Société, qui devient **Exportation et développement Canada/ Export Development Canada**. Le sigle est désormais identique dans les deux langues officielles, soit « EDC ». Ce changement accroîtra la visibilité de la Société qui sera plus facilement identifiable, surtout sur les marchés étrangers, et elle pourra ainsi fournir un meilleur appui aux exportateurs canadiens. Conformément à la recommandation d'exportateurs d'ici, Exportation et développement Canada évoque instantanément une entité canadienne.

En ce qui a trait à l'examen des questions environnementales, la Loi sur le développement des exportations oblige dorénavant EDC à déterminer, avant de s'engager dans un projet, si celui-ci risque

fortement d'avoir des effets environnementaux négatifs et si, dans l'affirmative, il est justifié qu'EDC conclue la transaction. La Loi établit également qu'EDC n'est pas assujettie à la Loi canadienne sur l'évaluation environnementale.

Les pratiques d'EDC en matière de diligence raisonnable et d'approbation couvrent depuis un certain temps déjà l'évaluation des effets environnementaux dans le contexte de la prestation de services de financement et d'assurance connexe à du financement. EDC maintiendra et renforcera ces pratiques afin de se conformer à ses obligations légales. Le Conseil d'administration d'EDC a d'ailleurs émis une Directive en matière d'évaluation environnementale qui établit une méthodologie d'examen s'appliquant notamment au classement, aux normes et à la surveillance des projets. 🍁

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé récemment que le Canada, les États-Unis et le Mexique ont convenu d'accélérer l'élimination des tarifs sur un certain nombre de produits sous le régime de l'ALENA à compter du 1^{er} janvier 2002.

Sous le régime de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), les droits de douane sur presque tous les produits d'origine échangés entre le Canada et le Mexique seront éliminés d'ici 2003. En vertu de l'article 302(3) de l'ALENA, les tarifs peuvent être éliminés avant la date prévue au départ, sous la réserve de consultation et d'un accord à cet effet entre les trois gouvernements. Depuis la mise en œuvre de l'ALENA en 1994, il y a eu trois rondes d'élimination accélérée de tarifs.

Coentreprise canado-indienne — Suite de la page 1

New Delhi (au centre) et M. Subroto Haldar (à gauche), agent commercial, consulat du Canada à Kolkata, au salon international sur les mines à Kolkata en novembre dernier, où KLR-Cubex a lancé avec succès sa première machine, un marteau perforateur fond-de-trou.

KLR-Cubex, qui a reçu de la part des visiteurs du salon, tant indiens qu'internationaux, un excellent accueil pour son produit en cours de production, doit bientôt lancer un second modèle de ce marteau perforateur ainsi que d'autres équipements de voirie qui ciblent le marché indien, tels que balayeuses mécaniques et machines de réfection de routes.

Le vice-premier ministre et ministre de l'Infrastructure et des Sociétés d'État, M. John Manley, s'est rendu en Inde le mois dernier pour poursuivre la politique de ré-engagement du Canada avec l'Inde, politique qui a été annoncée en mars 2001. On encourage les entreprises canadiennes à profiter des nouveaux débouchés qui se concrétisent lors de la reprise des relations entre les deux pays. (Consulter www.infoexport.gc.ca/canadexport et cliquer sur la rubrique « Nouvelles commerciales » pour lire les articles concernant les débouchés sur le marché indien). 🍁

Dans cette nouvelle ronde, les produits auxquels le Mexique accordera un accès en franchise de droits comprennent les embryons bovins, la plupart des véhicules motorisés, les produits pharmaceutiques, la pâte de papier mi-chimique, les nive-

Il s'agit là d'un processus piloté par l'industrie, le rôle des gouvernements sous l'ALENA se limitant à la négociation des aspects qui recueillent un appui général au sein des secteurs industriels visés.

ALENA : élimination accélérée des droits

Vers la fin des tarifs

leuses, certains circuits modulaires, les récepteurs radioélectriques pour les véhicules motorisés, les appareils électriques, les pièces pour les locomotives de chemin de fer, certaines poupées (jouets) et les animaux en peluche. De son côté, le Canada a éliminé les droits de douane sur les véhicules motorisés provenant du Mexique. La valeur du commerce bilatéral annuel des marchandises visées, selon les listes de chacun des pays, est d'environ 3,1 milliards de dollars.

Par ailleurs, les États-Unis et le Mexique ont conclu une entente d'élimination accélérée des tarifs.

Le commerce des marchandises admissibles entre le Canada et les États-Unis se fait en franchise de droits depuis le 1^{er} janvier 1998.

« Cette annonce témoigne du succès continu de l'ALENA et de l'importance que l'industrie attache à l'accès en franchise de droits aux marchés, a déclaré le ministre Pettigrew. L'élimination des tarifs par le Mexique, sur certains produits, dès le 1^{er} janvier 2002 plutôt que le 1^{er} janvier 2003 rendra les exportations canadiennes plus concurrentielles sur ce marché. »

On trouvera une liste complète des marchandises visées sur le site internet du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international aux adresses suivantes :

- www.dfait-maeci.gc.ca/nafta-alena/mexico2-f.asp
- www.dfait-maeci.gc.ca/nafta-alena/canada2-f.asp 🍁

MISSION COMMERCIALE AUPRÈS DE LA BANQUE MONDIALE ET DE LA BANQUE INTERAMÉRICAINNE DE DÉVELOPPEMENT

WASHINGTON, D.C. — 27 février-1^{er} mars 2002 — Le World Trade Centre Montréal (www.wtcmontreal.com), en collaboration avec Équipe Canada inc (http://export.source.gc.ca/index_f.cfm) et la Société de promotion économique du Québec métropolitain (SPEQM) (www.speqm.qc.ca), organise une mission commerciale exploratoire auprès de la Banque mondiale (www.worldbank.org) et de la Banque interaméricaine de développement (www.iadb.org). Cette mission s'adresse aux entreprises ainsi qu'aux organismes canadiens des secteurs privé et public désirant examiner les occasions de collaboration commerciale et professionnelle avec les banques multilatérales de développement (BMD) dans le secteur de l'éducation et de la formation.

Dans le cadre de cette mission, les participants bénéficieront non seulement d'occasions de réseautage, mais pourront aussi se familiariser avec les lignes directrices relatives aux achats; les stratégies de développement et les priorités; les mécanismes d'attribution des contrats et le cycle des projets; et les débouchés pour les entreprises canadiennes générés par les 35 milliards de dollars américains investis annuellement par les BMD dans les économies en développement.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M^{me} Élise Laferrière, WTC Montréal, tél. : (514) 849-3593 ou 1 877 590-4040, courriel : elaferriere@wtcmontreal.com ou pour la région de Québec : Nathalie Plante, SPEQM, tél. : (418) 681-9700, courriel : nplante@speqm.qc.ca 🍁

Food and Hotel Asia 2002

SINGAPOUR — 9-12 avril 2002 — La foire commerciale **Food & Hotel Asia Show** est tenue annuellement à Singapour qui est la plaque tournante de la région de l'Asie du Sud-Est. Avec une population de plus de 500 millions d'habitants, dont plus de 10 % appartiennent aux classes moyenne et supérieure, et le taux élevé de croissance du produit intérieur brut de 9,9 %, cette région offre de nombreux débouchés pour les produits agroalimentaires canadiens.

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), en collaboration avec le haut-commissariat du Canada à Singapour, vous invite à vous joindre au pavillon canadien

organisé par Unilink à **Food & Hotel Asia Show 2002 (FHA2002)**.

Pour plus de renseignements sur cette foire commerciale et des débouchés dans la région de l'Asie du Sud-Est, consulter le site internet du Service d'exportation agroalimentaire d'AAC : <http://ats.agr.ca/events/fhasingapore/welcome-f.htm> ou communiquer avec :

- Mme Maria Lo, agente principale de développement des marchés internationaux, AAC, tél. : (613) 759-7729, courriel : lom@em.agr.ca
- M. Gordon Richardson, conseiller (Agriculture, alimentation et biotechnologie),

haut-commissariat du Canada à Singapour, tél. : (011-65) 325-3229, courriel : gordon.richardson@dfait-maeci.gc.ca 🍁

LE SALON DU PÉTROLE EN IRAN

TÉHÉRAN, IRAN — 20-23 avril 2002 — Le salon annuel du pétrole en Iran, **Iran Oil Show** (www.iranoilshow.com), axé sur les équipements utilisés dans l'industrie du pétrole, du gaz et des produits pétrochimiques, est par excellence le meilleur de son genre en Iran. L'Iran, avec ses gisements de pétrole de plus de 92 milliards de barils et ses réserves de gaz naturel de près de 24 milliards de mètres cubes, est le deuxième plus grand producteur de pétrole de l'OPEP ainsi que l'un des marchés les plus attrayants pour les entreprises désireuses d'explorer de nouveaux débouchés dans l'industrie du pétrole, du gaz et des produits pétrochimiques dans cette région.

Au cours des toutes dernières années, le gouvernement de l'Iran a annoncé des contrats d'une valeur de plus de 21 milliards de dollars américains dans divers secteurs de l'industrie du pétrole. La participation étrangère au **Iran Oil Show** a augmenté de 27 %, ce qui correspond à l'augmentation des investissements nationaux et étrangers visant à développer les capacités de l'industrie dans l'exploration, le forage, la production et le raffinage.

L'ambassade du Canada fait activement la publicité de ce salon et y organisera un pavillon canadien pour mettre en valeur les compétences canadiennes.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Ali M. Mir, vice-consul et délégué commercial, ambassade du Canada à Téhéran, tél. : (011-98-21) 873-2623/24/25/26, téléc. : (011-98-21) 873-3202, courriel : ali.mir@dfait-maeci.gc.ca 🍁

Exposition COMDEX en Arabie saoudite

DJEDDAH, ARABIE SAOUDITE — 1^{er}-4 avril 2002 — Dans le court intervalle de deux ans, **COMDEX** (www.comdex-mideast.com/saudi/index.htm) a établi sa renommée d'exposition et de conférence de technologie de l'information (TI) de l'Arabie saoudite. La troisième édition de l'exposition inter-entreprises d'informatique, d'internet et de réseautage (Business-to-Business Computer, Internet and Networking Exhibition) aura lieu cette année au centre international des congrès et des expositions de Djeddah.

COMDEX est axée d'une part sur un auditoire d'industriels importants repré-

sentant les plus grandes multinationales, et de l'autre sur des distributeurs nationaux principaux. L'événement, qui rassemble le plus grand nombre de professionnels en TI en Arabie saoudite — le plus vaste marché de TI au Moyen-Orient — constitue donc une excellente occasion pour les entreprises canadiennes de TI qui cherchent une expansion commerciale pour leurs produits et leurs services.

Pour plus de renseignements, joindre M. John Khalife, agent commercial, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288, téléc. : (011-966-1) 488-0137, courriel : john.khalife@dfait-maeci.gc.ca 🍁

GITEX 2002

RIYAD, ARABIE SAOUDITE — 21-25 avril 2002 — **GITEX 2002** (www.recexpo.com/new/gitex_02/gitex_index.asp), l'une des expositions qui rassemblent le plus grand nombre de professionnels en technologie de l'information (TI), constitue une excellente occasion d'affaires pour les entrepreneurs canadiens de TI qui sont à la recherche de débouchés pour leurs produits et leurs services. Le marché saoudien des ordinateurs, des périphériques et des services de consultation en logiciel et en TI demeure le plus vaste au Moyen-Orient. Les communications, les applications internet, le matériel PDV et l'informatique mobile affichent une croissance de plus de 20 % par année.

Pour plus de renseignements, joindre M. John Khalife, agent commercial, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288, téléc. : (011-966-1) 488-0137, courriel : john.khalife@dfait-maeci.gc.ca 🍁

COMEX 2002

MASCATE, OMAN — 29 avril-2 mai 2002 — **COMEX** (www.oite.com/comex) est la plus vieille exposition de technologie de l'information et des télécommunications en Oman. **COMEX 2002** est l'endroit idéal pour les entrepreneurs canadiens de rencontrer des décideurs importants dans les domaines du réseautage, de l'informatique, de l'internet, du commerce électronique, de la vidéoconférence, des

télécommunications et des multimédias, et d'établir des contacts avec ces décideurs, qui représentent des débouchés pour les produits et les services canadiens. **COMEX 2002** mettra en contact acheteurs et vendeurs lors d'un même événement interactif d'entreprise à entreprise et d'entreprise à clientèle.

Pour plus de renseignements, joindre M. John Khalife, agent commercial, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288, téléc. : (011-966-1) 488-0137, courriel : john.khalife@dfait-maeci.gc.ca 🍁

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 » ou cliquer sur le site internet www.dfait-maeci.gc.ca/arts

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

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

TORONTO (ONTARIO) — 21-23 mars 2002 — La première exposition sur tous les aspects de la production, de la transformation et de l'emballage de la viande animale en Amérique du Nord, **Pig and Poultry International Exhibition**, organisée par VIV Canada, mettra en vedette des produits innovatifs, des technologies qui permettent de gagner du temps et des démonstrations de produits. Pour plus de renseignements : Canadian Swine Exporters Association (519) 421-0997.

DAKAR, SÉNÉGAL — 25 mars-2 avril 2002 — La 3^e édition de la **Foire Internationale de l'Agriculture et des Ressources Animales (FIARA)** est placée sous le signe de l'intégration économique sous-régionale et présentera des colloques et des expositions sur les équipements, le matériel, la production, les produits transformés, les services, les technologies d'accompagnement et d'appui au monde rural, l'environnement et l'artisanat.

SÉOUL, CORÉE — 27-31 mars 2002 — Comme la Corée s'intéresse de plus en plus aux habitations à ossature en bois et aux produits de construction, **HOMDEX 2002**

est devenu l'un des plus grands salons commerciaux de la Corée. Plus de 291 exposants, dont 11 du Canada, ont participé au salon de l'année dernière, tandis qu'au salon de cette année, des stands seront tenus par l'ambassade du Canada ainsi que par la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

LONDRES, R.-U. — 5-6 avril 2002 — Le salon **British and International Franchise Exhibition** sera organisé à l'intention des franchiseurs de qualité accrédités par la British Franchise Association. Les visiteurs auront l'occasion de rencontrer des franchiseurs ainsi que d'obtenir gratuitement des conseils de la part de représentants de banques importantes, d'avocats et de consultants en franchise.

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

DAKAR, SÉNÉGAL — 9-12 avril 2002 — Le Salon international de l'Agro-alimentaire, **SIAGRO 2002**, présentera les nouvelles technologies de production, de transformation, de conditionnement et de conservation visant les matières premières agro-alimentaires, l'élevage (laitier et avicole) et la pêche.

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

HIGH POINT, CAROLINE DU NORD — 16-21 avril 2002 — La Mission Extus « Cinq

ans en cinq jours » mettra en valeur l'orientation de l'événement avec un programme élaboré de colloques présentant aux participants le salon commercial de mobilier de maison le plus vaste du monde (tenu pendant plus de 8 jours, deux fois par an, sur plus de 8 millions de pieds carrés dans plus de 165 bâtiments). Pour plus de renseignements : M. William Stolz, consulat général du Canada à Atlanta, courriel : william.stolz@dfait-maeci.gc.ca

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

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

VANCOUVER (C.-B.) — 21-22 avril 2002 — Parrainé par la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI), **Grocery Showcase West** est le plus important événement du secteur dans l'Ouest canadien. Dans cette 13^e édition, la foire présentera les derniers développements dans l'industrie en matière de technologie de vente au détail, d'équipement de magasin, de produits alimentaires et boissons et de services.

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

DUBLIN, IRLANDE — 15-16 mai 2002 — Accueilli par le Centre d'Énergie irlandais, **Energy Show** comprendra une série
Voir page 16 – Salons

Salons et conférences au calendrier

— Suite de la page 15

d'ateliers sur des secteurs en matière de technologie. De plus, il y aura une exposition comptant plus d'une centaine d'exposants qui présenteront des produits innovateurs et des services dans le domaine de l'énergie pour les secteurs industriel et commercial.

TOKYO, JAPON — 15-17 mai 2002 — **International Food Ingredients and Additives Exhibition** — 9-11 octobre 2002 — **Health Ingredients Japan** — Agriculture et Agroalimentaire Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international sont en train d'organiser la participation canadienne à ces deux événements qui sont des manifestations importantes dans ces secteurs au Japon, regroupant plus de 500 exposants. Le Japon est le troisième plus grand marché d'ingrédients alimentaires dans le monde et l'un des marchés les plus développés pour les ingrédients bioactifs, les aliments fonctionnels et les nutraceutiques.

STOCKHOLM, SUÈDE — 16-17 mai 2002 — Le congrès annuel de la Canadian Swedish Business Association (CSBA), **Canadian Wireless Companies Mission-CSBA Day**, tenu à chaque printemps, réunit plus de 150 gens d'affaires à des séances d'information sur des questions d'intérêt pour les observateurs économiques canadiens et suédois. Le thème de 2002 est « Comprendre l'univers sans fil ». Pour plus de renseignements : www.csba.a.se

LONDRES, R.-U. — 21-23 mai 2002 — Le **London International Wine Trade Fair** est reconnu comme la plus importante

exposition du Royaume-Uni dans le secteur des vins et spiritueux. L'exposition 2001 a attiré un grand nombre de visiteurs du monde entier, ayant obtenu la participation de 33 pays producteurs de vin, ce qui renforce son statut comme haut lieu de la dégustation pour les acheteurs du monde entier.

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

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

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

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

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

FARMVILLE, VIRGINIE — 22-23 juin 2002 — La retraite 2002 de l'institut supérieur des affaires dans les arts, **Arts Business Institute**, se tiendra conjointement avec le congrès régional du Sud-Est du conseil américain de l'artisanat, dans le but d'aider les artistes, au moyen de discussions, d'ateliers et de conférences menés par des professionnels en arts et en affaires, à acquérir des compétences spéciales en affaires qui sont indispensables à la bonne marche d'une entreprise. Pour plus de renseignements : www.americancraft.com ou (410) 889-2933, poste 224. 🍁

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