



DANS CE NUMÉRO

- 2 Occasions d'affaires
- 3 Équipe Canada : HydroNov Inc.
- 4 Le marché des nutraceutiques en Italie
- 7 CCC : Soheil Mosun Limited
- 8 Prévisions de la SEE : l'environnement
- 9 Chine : pleins feux sur l'environnement à Hong Kong
- 10 Mission sur l'environnement en Scandinavie
- 12 Le STEP au Japon
- 13 La Banque japonaise pour la coopération internationale
- 14 De l'aide pour les exportateurs canadiens de haute technologie
- 15 Foires et missions commerciales

Mission commerciale fort réussie à Atlanta

Équipe Canada Atlantique

ATLANTA, GÉORGIE — 13-16 mai 2001 — *La plus grande mission commerciale qu'Équipe Canada Atlantique (www.teamcanadaatlantic.com) ait jamais menée dans le Sud-Est des États-Unis, et aussi sa toute première mission à Atlanta, a donné des résultats inespérés.*

La mission, dirigée par le premier ministre, M. Jean Chrétien, était composée de représentants de 37 entreprises et de 30 sociétés d'investissement des provinces de

l'Atlantique. Y participaient aussi le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, le ministre de l'Industrie, M. Brian Tobin, le ministre d'État à l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA), M. Robert Thibault, ainsi que les premiers ministres et les ministres du Commerce des provinces de l'Atlantique.

La visite était organisée par le MAECI, Industrie Canada, les Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC), l'APECA

et les quatre provinces de l'Atlantique, en collaboration avec le Consulat général du Canada à Atlanta (www.can-am.gc.ca/atlanta). Le Département de l'industrie, du commerce et du tourisme de la Géorgie et la Chambre de commerce de la grande région métropolitaine d'Atlanta ont aussi contribué au succès de l'événement.

*Voir page 6 –
Équipe Canada*



Équipe Canada Atlantique / Brian Simpson

De gauche à droite : M. Sanjay V. Saggere, directeur de la promotion des affaires de Blueshift, M. Valmiki P. Raghunathan, président de Blueshift, M. Alain Bélanger, président de RégeNord, et M. André Leblanc, vice-président d'Innovanet (une filiale de RégeNord).

Nouveau programme : Alerte projets IFI

Les Canadiens sont en train de perdre du terrain dans la course pour décrocher des contrats financés par les institutions financières internationales (IFI) en Asie du Sud.

Alors que cette région (qui comprend l'Inde, le Pakistan, le Bangladesh, le Sri Lanka et le Népal) est la seconde bénéficiaire des prêts, les entreprises canadiennes y obtiennent généralement à peine 5 % à 10 % des contrats financés

par les IFI et ce, plutôt pour des services que pour des biens.

La Direction de l'Asie du Sud, au MAECI, est constamment à la recherche de débouchés pour les entreprises canadiennes. Pour tenter de stimuler le taux de participation des entreprises canadiennes aux projets financés par les IFI, nous avons mis sur pied le programme Alerte projets IFI, qui comporte les éléments suivants :

Voir page 16 – Alerte

Le Centre des occasions d'affaires

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

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

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

GUYANA — Programme de sensibilisation du public aux déchets solides — Le gouvernement du Guyana invite à soumissionner pour un programme de sensibilisation et d'éducation du public destiné à améliorer les conditions sanitaires à Georgetown et ses environs par une élimination plus sécuritaire des déchets solides sur le site d'enfouissement de l'avenue Mandela. Date de clôture : **31 juillet 2001**. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613)

996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **010522-02525**.

CHINE — **Projet de chemins de fer nationaux** — Le ministre des Chemins de fer sollicite des soumissions cachetées pour la fourniture, l'installation et la mise en service (formation, inspection, installation, préparation de mise en service, mise en service, essais de garantie, réception des travaux) des équipements suivants répartis en 11 lots: 1) dégraisseur de ballast pleine section sur voie (2 unités); 2) meuleuse de rails (1 unité); 3) machines pour soulever les voies, les aligner, les niveler et bourrer le ballast en continu (3 unités); 4) machines pour soulever les voies, les aligner, les niveler et bourrer le ballast (2 unités); 5) machines à grande capacité pour soulever les aiguillages, les aligner, les niveler et bourrer le ballast (2 unités); 6) stabilisateurs dynamiques de voie (2 unités); 7) niveleuses de ballast (2 unités); 8) wagon d'inspection des voies, vitesse maximale de prise des mesures : 160 km/h; 9) soudeuse de rails (1 unité); 10) véhicule de détection des défauts des rails (1 unité); 11) appareil de croisement de rail à surface dure (10 unités). Coût des documents de soumission pour chaque unité (non remboursable) : 2 000 Y. Garantie-caution de soumission : au moins 2 % du prix total de la soumission. Date de clôture : **16 août 2001**. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **01056-02468**.

ALGÉRIE — **Projets d'exploitation pétrolière et gazière** — Le ministre de l'Énergie et des mines et la Sonatrach sollicitent des soumissions pour les projets suivants : exploitation pétrolière de Zarzaitine; exploitation pétrolière d'El-Adeb-Larache; exploitation pétrolière d'hydrocarbures «Hamra Quartzite» de Rhoude Nouss; exploitation gazière de Tinrherth; exploration et exploitation pétrolières et gazières du bassin Illizi du Sud-Est. Les offres doivent être présentées en deux étapes : une proposition technique suivie d'une proposition économique. Date de clôture : **8 octobre 2001**. Communiquer avec le COAI, téléc. : (613) 996-2635, courriel : eleads@dfait-maeci.gc.ca en indiquant le numéro de dossier **010411-01330**. Pour plus de détails, consulter les sites www.mem-algeria.org ou www.sonatrach-dz.com 🌟

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 : Bertrand Desjardins
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gualtieri
Mise en page : Yen Le
Tirage : 70 000
Tél. : (613) 996-2225
Téléc. : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Internet : www.infoexport.gc.ca/canadexport

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

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

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au (613) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à :
CanadExport (BCS),
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international,
125, promenade Sussex, Ottawa
(Ontario) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

CanadExport

Ce n'est pas tous les jours qu'un exportateur canadien reçoit la visite du premier ministre du Canada et de sept premiers ministres provinciaux dans ses installations outre-mer. Or, en février dernier, l'entreprise montréalaise **HydroNov Inc.** a eu cet honneur, lors de la visite d'Équipe Canada (exportsource.gc.ca) à Beijing, Shanghai et Hong Kong. Grâce à la publicité que lui a valu la visite effectuée par ces dignitaires dans ses serres de Beijing, cette entreprise en pleine expansion, spécialisée dans la culture sans sol à croissance rapide, a profité du passage de cette prestigieuse mission pour signer deux nouveaux contrats d'une valeur de 3,5 millions de dollars américains chacun, ce qui porte à quatre le nombre des accords de coentreprise conclus par HydroNov dans ce marché lucratif... un nombre qui est appelé à croître.

Créée en 1995, HydroNov Inc. est une filiale d'HydroSerre Mirabel Inc., entreprise de la région de Montréal et chef de file mondial de la culture de la laitue en serre, réalisée en eau profonde à l'aide de flotteurs mobiles uniques en leur genre. Cette technologie hydroponique (culture sans sol) est l'un des systèmes du genre le plus économique en eau et permet de produire de la laitue et d'autres légumes-feuilles dans une proportion de quatre fois supérieure à la production obtenue par les technologies traditionnelles de culture en sol.

« Nous avons découvert que notre technologie elle-même offrait d'excellents débouchés », explique le président de l'entreprise, M. Luc Desrochers. « Nous avons donc créé HydroNov pour offrir notre technologie et en assurer l'exploitation dans le monde entier. »

L'entreprise mère, HydroSerre, a été créée en 1987 par M. Desrochers, qui a adapté à la production commerciale le système de culture hydroponique sur flotteurs mobiles dont le concept a été mis au point à la fin des années 1970 à l'Université d'Arizona.

HydroNov, qui réalise maintenant un chiffre d'affaires annuel de 7 millions de dollars et qui exporte aux États-Unis (en Floride) et en Chine, travaille activement à la réalisation de nouveaux projets au Japon, aux Philippines, au Mexique, en France et au Moyen-Orient.

Une entreprise en pleine expansion

Il n'est pas surprenant que la Chine, qui doit nourrir plus de 1,3 milliard de personnes

et qui manque de terres arables, s'intéresse à un système de culture favorisant une production aussi élevée. Introduite sur le marché en 1997 par Delta Management Inc., une compagnie canadienne de haute technologie, HydroNov a créé

Équipe Canada : un terrain fertile

HydroNov Inc.

deux coentreprises, Shenzhen Evergreen Vegetable Co. Ltd. (1998) et China-Beijing Evergreen Vegetable Co. Ltd. (1999).

Lors de la mission d'Équipe Canada, deux nouvelles coentreprises — avec le partenaire canadien Asia Greenhouse Ltd. — ont été signées : Shanghai Evergreen Vegetable Co. Ltd. et Dalian Hualu Vegetable Co. Ltd. Ces deux projets portent sur la livraison et l'installation d'un complexe moderne de production en serre pour la culture de la laitue beurre et de divers légumes asiatiques.

« Les négociations avec ces deux clients durent depuis plusieurs années. Comme l'appui du gouvernement est extrêmement important pour les Chinois, la mission d'Équipe Canada était l'occasion idéale pour conclure et signer ces contrats », explique M. Desrochers, qui était accompagné de son partenaire de Dalian au banquet donné par le premier ministre dans le Palais du peuple à Beijing.

Notoriété avantageuse

La visite des premiers ministres aux serres de China-Beijing Evergreen Vegetable Co. Ltd. à laquelle s'étaient joints des représentants du district de Shunyi, notamment le maire et le maire adjoint, a valu à l'entreprise une notoriété accrue toute spéciale. « Nos partenaires chinois étaient heureux d'avoir l'occasion de s'entretenir avec des représentants du Canada et d'avoir également des représentants de la Chine comme témoins de cette visite de personnalités de si haut niveau », dit M. Desrochers.

HydroNov s'est également fait connaître grâce aux autres activités de la mission, notamment les deux activités de réseautage organisées par le gouvernement du Québec sous les auspices d'Équipe Canada. « Ces activités ont rehaussé notre crédibilité auprès de nos

clients et de nos partenaires chinois et elles ont éveillé l'intérêt de nouveaux clients potentiels », explique M. Desrochers qui négocie actuellement avec deux des 20 partenaires en puissance entrés en contact avec lui lors de la mission.

L'heureux chef d'entreprise montréalais aurait trois conseils à donner aux autres chefs d'entreprises désireux de se lancer sur le marché de la Chine : « Assurez-vous que vous avez de l'affinité avec la culture du pays — autrement, les habitudes si différentes, tant sur le plan de la conduite des affaires que sur le plan culturel, vous



M. Luc Desrochers offre au premier ministre, M. Jean Chrétien, une laitue hydroponique durant sa visite aux serres de la China-Beijing Evergreen Vegetable Co. Au milieu, on voit l'ambassadeur du Canada, M. Howard Balloch.

paraîtront compliquées et rébarbatives. Trouvez sur place des personnes compétentes pour faire le pont entre les deux cultures. Et soyez prêt à adapter vos méthodes à la réalité locale. »

Ces conseils sont certainement judicieux, venant surtout du chef d'une entreprise de culture hydroponique qui a su donner aux Chinois les moyens d'obtenir des récoltes comme ils n'en avaient jamais eues auparavant.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Luc Desrochers, président, HydroNov Inc., tél. : (450) 475-7924, téléc. : (450) 475-6173, courriel : hydronov@hydronov.com internet : www.hydronov.com 🍁

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

ITALIE

Le marché d

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



La demande de vitamines et d'extraits de plantes est en hausse en Italie, plaçant ainsi le marché des nutraceutiques sous le signe de la santé, de la prospérité et de la maturité. Son chiffre d'affaires était estimé à 359 millions \$ en 1999, et il devrait dépasser les 630 millions \$ d'ici 2007.

Principaux facteurs de croissance

La structure démographique de la société italienne change et les citoyens font davantage attention à leur santé, ce qui contribue à accroître la demande de produits naturels disponibles sans ordonnance. Le vieillissement de la population alimente la demande de produits qui répondent aux besoins des personnes âgées, tels que les remèdes contre l'arthrite et les produits destinés à améliorer les performances intellectuelles. En outre, le souci de réduire les dépenses publiques dynamise le marché des produits qui peuvent favoriser la diminution des coûts de santé publique. Parmi ces produits, on

« 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 en Europe.



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

www.infoexport.gc.ca

es nutraceutiques

compte les préparations naturelles et à base d'herbes qui se sont avérées préventives pour la santé.

Produits les plus prometteurs

En plus des extraits de plantes, les produits qui ont le meilleur potentiel commercial sont les vitamines C et E, celles du groupe B, les antioxydants, les probiotiques et le calcium. Les produits destinés à lutter contre le cholestérol, le stress, la perte de mémoire et l'obésité devraient également connaître une demande accrue.

Extraits de plantes

La demande d'extraits de plantes en Italie était estimée à 151,5 millions \$ en 1999. Elle devrait atteindre 196,8 millions \$ en 2002. Le ginkgo biloba occupe à lui seul environ 14 % de ce segment. Parmi les autres produits très en demande, mentionnons les agents caloriques, l'ail, les additifs directs, le millepertuis et le ginseng.

Vitamines

Le chiffre d'affaires du marché des vitamines était estimé à 76,8 millions \$ en 1999. Il devrait atteindre 120,9 millions \$ d'ici 2007. C'est la vitamine E qui est la plus demandée, suivie de la vitamine C, de celles du groupe B et de la vitamine A. Ces vitamines occupent plus de 60 % de ce créneau.

Minéraux et nutriments

La demande de ces produits était estimée à 131,2 millions \$ en 1999. Elle devrait atteindre 153,6 millions \$ en 2002. Les produits les plus

demandés sont les minéraux essentiels et les protéines.

Débouchés

La popularité croissante des nutraceutiques, notamment les vitamines et les suppléments minéraux, crée des débouchés pour les fournisseurs qui font preuve d'originalité dans la fabrication et l'emballage de leurs produits. Les remèdes qui ont été largement étudiés, comme le ginkgo, le kava et le millepertuis, sont bien accueillis. Parmi les autres produits prisés par les consommateurs italiens se trouvent l'aloès et la valériane, les produits destinés aux soins de la peau, à soulager les douleurs et à prévenir les maladies.

Les boissons enrichies, les bonbons, les gommes à mâcher et les substituts de repas sont utilisés de plus en plus comme supports d'ingrédients médicinaux, tels que le chitosane (réduit le cholestérol), l'échinacée (renforce les défenses immunitaires) et le ginkgo biloba (favorise la mémoire). Il existe des débouchés pour les entreprises canadiennes qui pourront trouver des moyens novateurs de rendre les remèdes à base de plantes, les vitamines et les nutriments plus accessibles aux consommateurs.

Concurrence

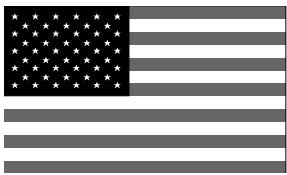
Le Canada ne détient pas une part importante du marché italien des nutraceutiques. On conseille aux entreprises désireuses d'exporter en Italie d'adopter une approche de marketing dynamique et de consacrer des ressources suffisantes à la promotion afin de familiariser les Italiens avec les produits canadiens.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur les débouchés et les stratégies de pénétration de ce marché, nous vous invitons à lire *Le marché des nutraceutiques en Italie*. Préparé par le Centre des études de marché du Service des délégués commerciaux, ce rapport ainsi que des centaines d'autres sont disponibles en ligne au www.infoexport.gc.ca.



The screenshot shows a browser window with the address bar containing www.infoexport.gc.ca. The main content of the page includes the text: "Est-ce un marché pour vous? Étude complète sur l'Internet www.infoexport.gc.ca". Below this is a circular image of a city street scene with a bridge. At the bottom, there is a call to action: "Consultez nos études de marché" with a mouse cursor pointing to it.



Carrefour États-Unis

La rubrique Carrefour États-Unis est produite en collaboration avec la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis (URT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Pour plus de renseignements sur les articles de cette page, s'adresser à la direction URT, 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.

Équipe Canada Atlantique

— Suite de la page 1

Montrer le Canada atlantique

« Le but de la mission était de faire connaître le Canada atlantique aux Géorgiens », explique M^{me} Astrid Pregel, consulé générale du Canada à Atlanta. « Mission accomplie! » M^{me} Pregel estime qu'un grand pas a été franchi pour faciliter la mise en place de partenariats, développer le commerce et l'investissement et nouer des alliances stratégiques entre les entreprises du Canada atlantique et celles du Sud-Est des États-Unis.

La ville d'Atlanta a été retenue parce qu'elle constitue un marché dynamique dans le Sud-Est des États-Unis, la région en tête de la vague de croissance économique que connaît le pays depuis six ans.

Les participants à la mission s'intéressaient en particulier aux débouchés offerts dans les secteurs des technologies de l'information, des produits alimentaires à valeur ajoutée, de l'industrie légère, des produits ligneux à valeur ajoutée et des sciences de la vie.

Des résultats inespérés

Vu la durée relativement limitée de la visite, on s'attendait tout au plus à ce que les participants se familiarisent avec le marché et se fassent connaître. Or, au moins sept ententes ont été conclues :

Telelink, The Call Centre Inc. de St. John's (Terre-Neuve) a signé un contrat de soutien au service à la clientèle pour le site internet de la société ProAct Technologies Corp. basée à Atlanta. Fondée en 1965, Telelink est devenue un centre de référence multimédia entièrement automatisé qui

fournit des solutions dans le domaine du service à la clientèle à plus de 400 clients au pays et dans le monde.

Rodrigues Wines d'Eastport (Terre-Neuve) a signé une entente accordant à la société Empire Distributors Inc. d'Atlanta le droit exclusif de commercialiser en Géorgie ses vins exotiques créés à partir de baies sauvages fraîches cueillies à la main et de fruits récoltés à la ferme. Fondée en 1993, la société Rodrigues expédie aujourd'hui ses produits dans quatre provinces canadiennes, au Japon et aux États-Unis.

Le fabricant de logiciels **Diaphonics Inc.** de Halifax (Nouvelle-Écosse) a signé une entente autorisant la société Telecom and Computer Marketing (TCM) d'Atlanta à distribuer son logiciel sonore aux États-Unis. Fondée en 2000, la société Diaphonics développe des logiciels et des systèmes qui aident les entreprises à améliorer leur interaction avec les clients au téléphone. Ses produits comportent un module de reconnaissance du langage naturel, ainsi que des dispositifs uniques de sécurité qui permettent aux entreprises d'effectuer des transactions vocales automatiques valides et sûres. L'entreprise vise les secteurs des services financiers et des télécommunications.

Atlantic Learning Innovations Network (ALIN) de Halifax (Nouvelle-Écosse) a conclu une alliance stratégique avec la société IBM North America K12 Ltd. pour concevoir, mettre en œuvre et assurer

le soutien technique de programmes d'éducation faisant appel aux technologies pour le compte des Business Innovation Services d'IBM, d'Atlanta. Fondée en décembre 2000, la société ALIN offre des produits et des services dans l'apprentissage en ligne, les affaires électroniques, le contenu numérique et les réseaux numériques.

Le fabricant de matières plastiques **Thermopak Ltd.** de Shippagan (Nouveau-Brunswick) a signé un accord de trois ans autorisant la société H&H Sales and Marketing Inc. d'Atlanta à le représenter à titre exclusif dans huit États du Sud-Est des États-Unis et dans six États de la Nouvelle-Angleterre. La valeur de cet accord est estimée à 3,35 millions de dollars. Fondée en 1987, la société Thermopak fabrique sur mesure des plateaux thermoformés pour l'industrie alimentaire et pour l'industrie des cultures de serre.

En vertu d'un accord signé avec la société **RégeNord** de Kedgwick (Nouveau-Brunswick), **Blueshift Inc.** de Norcross (Géorgie) doit concevoir un logiciel de génie forestier. Ce logiciel permettra de déterminer le meilleur moment de procéder à une coupe, rendant ainsi plus efficace le processus de récolte dans le cadre de la gestion forestière.

Future Learning Inc. de Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard) a conclu une alliance avec la société **Axcess Knowledge** d'Atlanta. Future Learning est une entreprise d'apprentissage en ligne dont la spécialité est d'aider les organisations à utiliser efficacement les technologies éducatives.

Ce n'est qu'un début

La consulé générale, M^{me} Pregel, est ravie de ces premiers indices de réussite. « Il

Voir page 15 – Équipe Canada

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.

La technologie n'a plus de secrets pour Soheil Mosun Limited (SML) : ses produits fabriqués sur mesure sont coupés et façonnés au moyen de technologies de pointe comme le découpage à jet d'eau et la photogravure à l'eau-forte

Un fabricant effectue une percée aux États-Unis grâce à la CCC

chimique. Ce fabricant innovateur de Toronto sait aussi que, pour rester à la fine pointe de la technologie au XXI^e siècle, une entreprise doit se fonder sur les connaissances, l'expertise et les partenariats. Un nouveau partenariat avec la **Corporation commerciale canadienne (CCC)** lui a ainsi permis de conclure deux contrats d'une valeur totale de 8 millions de dollars américains aux États-Unis, laissant entrevoir une montée en flèche de ses activités d'exportation.

Mise sur pied en 1973 par son président, M. Soheil Mosun, d'origine iranienne, et son épouse allemande, Brigitta, SML est dirigée par les fils des fondateurs, M. Darius Mosun (vice-président, expansion des affaires) et M. Cyrus Mosun (vice-président aux ventes). Elle est devenue une société de réputation internationale dont les produits remarquables — fabriqués à l'aide de métaux, de verre et d'autres matériaux — ornent certaines des adresses commerciales les plus prestigieuses du monde.

Dans l'impressionnant portefeuille de réalisations de SML, on peut admirer la clôture en fer forgé qui entoure le Temple

de Mahomet à Médine, en Arabie saoudite; les fenêtres de la Grande Mosquée à La Mecque et de la Tour de la Paix d'Ottawa, récemment rénovée. Il ne faut pas oublier non plus les élégants intérieurs d'ascenseurs, notamment ceux du Canary Wharf, de

Londres, de l'édifice First Canadian Place, à Toronto, et des bureaux administratifs mondiaux de Baha'i, à Haifa, en Israël.

L'entreprise fait ses preuves

Le lucratif contrat américain fait partie de la rénovation du Renaissance Center à



De gauche à droite : M. Darius Mosun, M. Cyrus Mosun, le premier ministre, M. Jean Chrétien, M. Soheil Mosun, M. Roy Cullen, député (Etobicoke-Nord), secrétaire parlementaire du ministre des Finances.

Detroit, au Michigan, un projet de 500 millions de dollars américains qui fera de l'édifice le nouveau siège social mondial de General Motors. Il a commencé par une immense reproduction de la calandre du radiateur d'une voiture des années 1950. « Nous avons fait nos preuves par la conception, la fabrication et l'installation de l'ouvrage en trois semaines et demi environ », précise M. Darius Mosun.

Impressionné à juste titre, le client, le géant américain de la construction Turner Bailey Brinker, a demandé à SML de s'occuper d'autres aspects des travaux de rénovation — notamment des éléments architecturaux sur mesure d'une valeur de 5,7 millions de dollars américains, comme la porte et les panneaux muraux en verre et les habillages de colonnes en acier inoxydable. Mais Turner demandait aussi à SML de verser une garantie d'exécution qui dépassait les moyens financiers de l'entreprise canadienne.

La CCC apporte la solution

N'ayant obtenu aucun succès auprès des banques ou des sociétés de garantie, SML

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

s'est tournée vers la CCC sur recommandation du député fédéral d'Etobicoke-Nord, M. Roy Cullen. « Sans M. Cullen, nous n'aurions même pas connu l'existence de la CCC et nous n'aurions probablement pas pu accepter le contrat, déclare M. Mosun. Nous sommes extrêmement reconnaissants envers la CCC — elle permet à des entreprises comme la nôtre d'avoir accès à des contrats ou des marchés qui resteraient autrement hors d'atteinte. »

En qualité de maître d'œuvre, la CCC a donc fourni les garanties nécessaires au contrat, qui a été signé en septembre 1999. « Nous étions très impressionnés par la qualité du travail de SML, son souci du détail, l'intégrité personnelle de ses dirigeants et ses pratiques commerciales », explique le directeur de compte à la CCC, M. Tim O'Farrell, qui signale par ailleurs que la CCC et SML l'orgnent actuellement plusieurs autres projets aux États-Unis.

Une machine bien huilée

La CCC s'est également engagée dans la négociation avec Turner. « La CCC a fait un excellent travail, se rappelle M. Mosun. Et à nos yeux, c'est M. Tim

Voir page 8 – Soheil Mosun

COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

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

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

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

Conditions propices aux exportations

L'environnement

par Stephen S. Poloz, vice-président et économiste en chef, Société pour l'expansion des exportations

Les entreprises exportatrices canadiennes ont déjà été frappées par le ralentissement de la croissance économique mondiale, et on prévoit que les ventes à l'exportation enregistreront une faible croissance de 2 à 3 % en 2001 — soit un net recul par rapport à 2000. Cette projection suppose que la croissance de l'économie américaine suivra une courbe en U dans la seconde moitié de l'année, suivie d'une croissance mondiale solide en 2002.

Une partie de l'économie canadienne semble bien positionnée pour faire face au ralentissement du secteur des produits et services environnementaux. Le Canada est devenu un chef de file mondial dans le secteur environnemental, avec plus de 6 000 entreprises qui y évoluent d'une façon ou d'une autre. Bien que les données soient incomplètes en raison de la taille relativement petite de l'industrie, la valeur des exportations de produits et services environnementaux a dépassé un milliard de dollars en 1998, et tout porte à croire que la croissance a été vigoureuse depuis. L'équipement de lutte contre la pollution atmosphérique, le matériel de traitement de l'eau, de même que les technologies de traitement des déchets et

des scories sont les principaux domaines.

Des changements structurels dans le monde laissent entrevoir une croissance encore plus vive pour ce secteur. La sensibilisation du public aux enjeux environnementaux croît très rapidement, tant dans les pays développés que dans les pays en développement. Traditionnellement déterminée par la réglementation, la demande de produits et services environnementaux est aujourd'hui davantage alimentée par la reconnaissance que le respect de l'environnement n'est pas seulement bon pour les affaires, mais aussi par le fait qu'il semblerait être prôné par les actionnaires. Même si, en bout de ligne, aucun achat d'équipement environnemental n'a lieu, bon nombre d'entreprises ont recours à des services d'experts-conseils en environnement pour évaluer leurs risques environnementaux.

Les normes environnementales sont d'ailleurs de plus en plus au centre des négociations sur la libéralisation des échanges, comme le révèle l'issue du Sommet des Amériques à Québec. Les chefs de gouvernement se sont rendu compte que de nombreux prétendus adversaires de la

mondialisation étaient disposés à accepter la position selon laquelle le libre-échange est avantageux sur le plan économique. Pourtant, ils craignent souvent que le libre-échange ne soit pas forcément équitable, dans le sens qu'il ne garantit pas le respect voulu des principes de la démocratie, des pratiques de travail et des normes environnementales. Les dirigeants présents au Sommet de Québec ont essentiellement appuyé ces opinions. Par conséquent, il y a tout lieu de s'attendre à ce que le programme de négociation pour les futures négociations commerciales sera plus vaste, englobant entre autres l'environnement, les pratiques de travail et les principes de la démocratie, plutôt que de porter exclusivement sur les détails pratiques du libre-échange.

En raison de ces tendances, les projets d'investissement étranger direct sont de plus en plus assortis d'études d'impact sur l'environnement. De plus, les facteurs d'atténuation et les solutions sont souvent proposés par le Canada, car les entreprises canadiennes sont devenues des chefs de file dans ce secteur.



M. Stephen S. Poloz de la SEE

Pratiquement chacune des formes de l'activité économique humaine produit des effets secondaires sur l'environnement, depuis la production d'eaux usées jusqu'à la pollution atmosphérique en passant par l'amoncellement de déchets d'usine. À mesure que des technologies efficaces seront élaborées pour lutter contre ces effets secondaires, le marché mondial pour ces technologies prendra énormément d'expansion.

De plus, les pays qui accusent le plus de retard sur le plan environnemental sont également ceux qui ont été, de tout temps, le moins en mesure de se le permettre. Les technologies environnementales, telles que le traitement des eaux usées, sont souvent considérées comme un luxe inutile en période de difficultés. Il reste que le marché mondial de l'énergie s'est considérablement renforcé au cours des deux dernières années et que bien des pays en développement ont par conséquent de l'argent et sont prêts à acheter.

Que conclure? Le secteur mondial des produits et services environnementaux entre dans une période avantageuse sans précédent. Les entreprises canadiennes semblent être bien positionnées pour tirer profit de ces effets combinés. ❁

Soheil Mosun Limited — Suite de la page 7

O'Farrell qui a permis à la machine de tourner rondement. »

Pour le contrat de suivi, SML confiera une partie des travaux en sous-traitance. Ce nouveau rôle s'inscrit bien dans l'évolution prévue de l'entreprise, qui souhaitait passer du rôle de fabricant traditionnel à celui d'une firme qui met son expertise de fabrication en commun avec d'autres au moyen d'alliances stratégiques et de la gestion de projets. « C'est l'information qui deviendra de plus en plus précieuse et non nécessairement tous les équipements ou les installations de fabrication à l'interne », explique M Mosun.

À cette fin, SML a investi dans des logiciels pour gérer ses activités et créer

des bases de données intégrant le vaste bassin de renseignements techniques dont elle dispose. « Notre ingéniosité et notre expérience, conjuguées au soutien de la CCC, nous permettent d'obtenir de nouveaux contrats lucratifs à l'étranger. »

Il s'agit d'une combinaison gagnante qui commence à inciter bien des entreprises à se tourner vers nos voisins du Sud.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Darius Mosun, vice-président, SML, tél. : (416) 243-1600, poste 225; sans frais : 1 888 446-6786, téléc. : (416) 243-7132, courriel : dmosun@soheilmosun.com internet : www.soheilmosun.com ❁

A Hong Kong, le développement économique et la croissance démographique ont gravement dégradé l'environnement. Ces deux dernières années, cette situation a pris une importance vitale au moment où le gouvernement tente de faire de Hong Kong le « carrefour mondial de l'Asie ».

29 milliards \$ pour l'environnement

En 1999, le chef de l'exécutif a annoncé, à l'occasion de son discours d'orientation,

un ambitieux programme d'investissement de 29 milliards de dollars sur 10 ans visant à assainir l'environnement. Cette somme comprend 9 milliards de dollars destinés aux problèmes touchant l'air, l'eau, les eaux usées et les déchets solides, ainsi que 20 milliards qui serviront à améliorer le système de transport.

Au nombre des principales initiatives gouvernementales et des projets à venir, mentionnons :

- un plan cadre de réduction des déchets sur 10 ans (1998-2007);
- un nouveau plan d'action contre la pollution de l'air;
- un plan d'évacuation stratégique des eaux usées de 5 milliards de dollars;
- l'établissement d'un Conseil pour le développement durable;
- une stratégie relative aux édifices écologiques.

Le virage écologique que s'apprête à prendre Hong Kong présente des débouchés pour les entreprises canadiennes en ce qui concerne le transfert de technologie, l'investissement, les services de consultation, les produits d'ingénierie, le commerce et les coentreprises.

Le Canada et Hong Kong ont signé en 1992 un protocole d'entente sur la collaboration en matière d'environnement. Hong Kong reconnaît de plus en plus le potentiel du Canada dans ce secteur, sa réputation en tant que pays où l'environnement se porte bien ainsi qu'à titre de fournisseur de produits de qualité. Les Canadiens possèdent donc un avantage sur le marché de Hong Kong.

Pour plus de détails, communiquer avec M^{me} Fatima Lai, agente commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : fatima.lai@dfait-maeci.gc.ca internet : www.hongkong.gc.ca

Débouchés dans le biodiesel

Les émissions des véhicules alimentés au diesel constituent la source première de pollution de l'air à Hong Kong. Maintenant que le gouvernement de

Hong Kong a fait de la qualité de l'air une priorité, le ministère de la Protection de l'environnement lancera bientôt un programme d'essai du biodiesel s'échelonnant sur six mois avec dix véhicules à moteur, dont des autobus franchisés, des véhicules de transport de produits légers ainsi que des véhicules lourds. Le programme permettra d'examiner à quel point le biodiesel peut abaisser les émissions par rapport au diesel à teneur ultra faible en soufre. Le ministère voudrait mettre à l'essai d'autres échantillons de biodiesel s'ils répondent aux besoins de Hong Kong. Cette initiative offre certaines possibilités pour les entreprises qui ont déjà commercialisé du biodiesel, des additifs ou de l'huile de canola de qualité industrielle à faible coût.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Fatima Lai, agente commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : fatima.lai@dfait-maeci.gc.ca internet : www.hongkong.gc.ca

Un urbanisme sain

Le gouvernement de Hong Kong a lancé, en octobre 2000, une initiative visant à renforcer les normes environnementales en matière de construction. Cette initiative, baptisée « Developing Hong Kong: Better Planned City: Greener Buildings », vise à encourager une meilleure conception des bâtiments, l'amélioration de

l'environnement intérieur et de la ventilation, le recours à des installations et à des matériaux respectueux de l'environnement ainsi que la réduction des déchets de construction.

Hong Kong, l'une des villes les plus densément peuplées de la planète, possède une industrie de construction des plus dynamiques. Elle est particulièrement célèbre pour ses gratte-ciel et la construction rapide de tours d'habitation en béton. L'industrie produit un quartier d'habitation toutes les 10 minutes, soit environ 50 000 unités d'une superficie moyenne

de 400 pieds carrés annuellement. Elle produit aussi 32 000 tonnes de déchets par jour.

Les prix des propriétés de Hong Kong figurent parmi les plus élevés du monde. Les aires libres, les jardins verts et les balcons sont des articles de luxe. En outre, la qualité de l'air est un sujet de préoccupation croissante. En tant que métropole internationale,

Hong Kong doit améliorer les normes régissant l'environnement résidentiel. Dans le cadre de l'initiative susmentionnée, le gouvernement accordera une plus grande attention à l'urbanisme au moment d'aménager de nouvelles villes, restaurera les vieux quartiers et construira des immeubles plus écologiques.

Hong Kong a beaucoup à apprendre de l'étranger en matière de construction écologique. Les consommateurs ainsi que les industries de la construction et de l'immobilier voudraient en savoir davantage sur ce qui se fait ailleurs dans le monde, d'autant plus que le gouvernement de Hong Kong les y encourage. Cet intérêt se traduit par une forte demande d'équipements, de services et de matériaux de construction respectueux de l'environnement.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Eunice Wong, agente de commerce, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7414, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : eunice.wong@dfait-maeci.gc.ca internet : www.hongkong.gc.ca 🍁



Les entreprises canadiennes spécialisées dans la technologie environnementale de pointe sont invitées à se joindre à une mission environnementale qui se rendra dans les régions de Copenhague – Malmö/Lund – Göteborg, du 3 au 7 septembre 2001. Le Service des

Mission environnementale

En route vers la Scandinavie

délégués commerciaux (SDC) du Canada en Suède et au Danemark a fait coïncider la mission avec deux foires commerciales qui se dérouleront à Göteborg cette semaine-là : EcoTech et Process Technology.

Certains des services offerts par le SDC dans le cadre de cette mission comprennent la mise sur pied de programmes spécialisés dans les trois endroits; l'accent sera mis sur les rencontres personnelles qui aideront les participants à explorer les possibilités de partenariat et les débouchés. De plus, des cocktails de réseautage auront lieu au Danemark comme en Suède. Le SDC encourage également les intéressés à entrer en communication avec lui afin d'évaluer le marché potentiel pour leurs produits environnementaux dans les deux pays.

Région d'Öresund

Le pont d'Öresund relie la capitale danoise, Copenhague (population d'environ 2 millions d'habitants), à la région de Malmö/Lund, en Suède. Englobant la zone métropolitaine de Copenhague et la partie septentrionale de la Suède, la région d'Öresund s'étend sur quelque 14 000 km² et compte 2,9 millions d'habitants.

DANEMARK

Le secteur de l'environnement au Danemark, dont la majorité des protagonistes se trouvent autour de Copenhague ou dans la capitale même, emploie 15 000 personnes et génère des revenus d'environ 5 milliards de dollars. L'importance du pays en tant qu'exportateur net de technologie et de services en environnement s'accroît, surtout du fait que l'État danois a, dès le début, encouragé la mise en œuvre de programmes environnementaux novateurs et d'envergure. Cette décision a permis aux entreprises locales

de prendre une longueur d'avance en se dotant d'une expertise et en développant des solutions technologiques avant leurs concurrents étrangers. Les Danois qui veulent tirer parti des débouchés commerciaux en environnement sont donc déjà tournés vers les marchés internationaux.

Innovation : possibilités

Deux excellentes raisons devraient inciter les sociétés canadiennes du secteur de l'environnement à entrer sur le marché danois : tout d'abord, l'importance accordée aux produits et aux procédés mettant à profit des technologies non polluantes montre clairement qu'il existe des possibilités attrayantes pour les solutions de pointe, perfectionnées et inédites, par opposition aux technologies plus anciennes.



Ensuite, les programmes de financement au Danemark ont fait de l'industrie danoise une porte d'entrée vers un vaste bassin de contacts industriels en Europe centrale et en Europe de l'Est. Le secteur danois de l'environnement, en particulier la fabrication et la consultation, est généralement réceptif aux coentreprises et privilégie la prestation de services comme les solutions clés en mains, la gestion de projets et le génie-conseil plutôt que la simple fourniture d'équipement. Les domaines les plus importants comprennent le traitement des déchets, l'épuration des eaux, l'amélioration de l'air, les technologies de production non polluantes pour l'environnement et le recyclage. Des fonds sont versés pour l'application ou la mise au point de ces technologies.

Activités en Europe de l'Est

Le Danemark injecte d'importants capitaux dans le secteur de l'environnement, qu'il s'agisse de services-conseils, d'équipement ou de technologie, dans la région de la mer Baltique, soit les pays baltes, la Pologne, et les régions de Saint-Petersbourg et de Kaliningrad. En outre, le Fonds d'investissement en Europe de l'Est fournit de l'aide financière aux

coentreprises de tous les secteurs, pas seulement en environnement, établies par des sociétés de fabrication ou de services du Danemark et de l'Europe de l'Est.

Les segments qui connaissent la meilleure croissance sont la gestion des

déchets solides et la technologie non polluante, suivies de l'amélioration de la qualité de l'air et de l'épuration des eaux.

« Déchets 21 » (Waste 21) — Les politiques en matière de gestion des déchets solides étant devenues une priorité pour les pays de l'Union européenne (UE), ce programme de gestion des déchets solides au Danemark pour la période 2000-2004 entraînera une intensification des activités dans le traitement des déchets, la technologie de recyclage et les réseaux de distribution. « Déchets 21 » vise le recyclage de 65 % des déchets industriels et de 30 % des rebuts ménagers d'ici 2004.

Technologie non polluante — Durant la prochaine décennie, le Danemark accélérera le recours à des solutions de technologie non polluante dans le plus grand nombre possible de procédés industriels, à l'aide d'incitatifs continus sous forme de financement gouvernemental, pour éliminer les solutions de « fin de fabrication ». Le pays continuera d'accueillir favorablement les technologies et procédés industriels qui épargnent l'environnement et les ressources.

Contraintes

Les exportateurs canadiens de technologies environnementales ne doivent pas oublier que les Danois considèrent leur pays comme un fournisseur de solutions de premier plan dans ce secteur et qu'ils estiment donc que leurs propres produits sont supérieurs, jusqu'à preuve du contraire. Par ailleurs, les décideurs danois respectent les solutions novatrices, haut de gamme et perfectionnées pour les problèmes écologiques. Les solutions à faible contenu technologique peuvent aussi trouver leur place spéciale au Danemark, mais plus rarement.

Voir page 11

SUÈDE

La Suède est un importateur net de technologies environnementales mais un chef de file mondial dans l'analyse du cycle de vie. Les Suédois ont des compétences dans l'épuration des eaux et des fumées, ainsi que dans les usines de chauffage à distance alimentées au biocombustible. Les exportations suédoises en environnement sont légèrement plus élevées à destination des marchés nordiques et Est-européens que pour tous les autres produits et services combinés. À l'instar du Danemark, la Suède effectue des investissements considérables dans des projets de la région de la mer Baltique.

Adoptée pour la première fois en 1969, la législation suédoise sur l'environnement a été renforcée en 1999 avec l'adoption du Code de l'environnement, qui exerce des pressions accrues sur les pollueurs. Les technologies environnementales canadiennes peuvent occuper un créneau dans les segments suivants :

- **Air** : technologies avancées de réduction des émissions industrielles; instruments de mesure; prévention des émissions des véhicules; amélioration de la qualité de l'air à l'intérieur des édifices.
- **Sol** : restauration.
- **Eau** : installations modernes d'épuration des eaux usées; traitement de l'eau par lixiviation; protection de la nappe phréatique; instruments de mesure.
- **Énergie** : sources renouvelables d'énergie et efficacité énergétique.
- **Déchets** : réduction des déchets et recyclage; traitement des déchets dangereux. Une taxe d'enfouissement a été introduite en janvier 2000; on interdira ainsi l'enfouissement des combustibles et des déchets compostables à partir de 2002 et 2005, respectivement.
- **Produits et technologies non polluants** : remplacement des substances nuisibles à l'environnement par des produits plus écologiques.

Foire Eco-Tech à Göteborg

L'environnement figurait en tête à l'ordre du jour du Sommet de l'UE qui a eu lieu à Göteborg en juin, au moment où la Suède terminait son mandat à la présidence de l'UE. Göteborg, la deuxième ville de Suède et siège de géants industriels comme Volvo, SKF et ESAB, est déterminée à protéger l'environnement et travaille de concert avec l'industrie pour s'attaquer à des

problèmes comme la pollution de l'air. En décembre dernier, M. Geoffrey Ballard a reçu le nouveau Prix de l'environnement Göteborg pour sa pile à combustible inédite.

Depuis 1989, Göteborg est aussi l'hôte d'EcoTech, foire commerciale biennale qui tombe en même temps que la conférence Ecology. Cette année, EcoTech s'est adjointe un nouvel événement : Process Technology, premier salon commercial de son genre en Scandinavie, qui réunira toutes les industries de procédés. Les technologies des procédés sont étroitement liées aux solutions environnementales, et les premières réactions semblent indiquer que ce salon sera extrêmement populaire.

Problèmes d'accès au marché

Quoique l'anglais soit parlé couramment en Suède, les entreprises canadiennes constateront qu'un partenaire suédois leur permettra de comprendre plus facilement les documents de soumission, les certifications, les dispositions législatives et les questions réglementaires. En outre, vu que la plupart des décisions en environnement sont prises à l'échelle locale, un partenaire peut les aider à évoluer dans un régime complexe (23 conseils régionaux et 288 municipalités).

Références sur l'internet

Le Service des délégués commerciaux du Canada (dont des études de marché) : www.infoexport.gc.ca

DANEMARK

- Bureau de la protection de l'environnement du Danemark, site en anglais et rapports : www.mst.dk/homepage/
- Green City (présentation de la technologie et des solutions environnementales du Danemark) : www.greencity.dk/html/index.html
- Projet Danish Industrial Symbiosis (moyens de recycler les déchets dans une collectivité) : www.symbiosis.dk/
- Ministère de l'Environnement et de l'Énergie (version anglaise des politiques danoises en environnement) : www.mem.dk/ukindex.htm

SUÈDE

- Foire commerciale en environnement EcoTech, 4-7 septembre 2001 : www.swefair.se/miljoteknik/
- Salon commercial Process Technology, 4-7 septembre 2001 : www.swefair.se/processteknik/

- Entreprises environnementales à Göteborg : www.miljo.gu.se/miljokompemens
- Ville de Göteborg (renseignements donnés en anglais) : www.goteborg.se
- Réseau environnemental dans les régions de Malmö et d'Öresund : www.miljoteknikoresund.net
- Ville de Malmö (renseignements donnés en anglais) : www.malmo.se
- Bureau de la protection de l'environnement de Suède) : www.environ.se/international/
- Swedish Enviro Net (Tout sur l'environnement en Suède) : <http://smn.environ.se/miljonat/english/index.htm>
- Swedish Trade Council (Conseil du commerce de Suède) — exportateurs suédois du secteur de l'environnement : www.swedentech.swedishtrade.se/
Pour plus de renseignements, communiquer avec
- M. David Horup, ambassade du Canada au Danemark, tél. : (011-45-3) 348-3258, téléc. : (011-45-3) 348-3221, courriel : david.horup@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.dk
- M^{me} Inga-Lill Olsson, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3019, téléc. : (011-46-8) 453-3016, courriel : inga-lill.olsson@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canadaemb.se 🍁



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.



L'observation crée l'occasion

Par Brenda Hawryluk, STEP

Parfois, les débouchés sautent aux yeux par leur absence même. Au Japon, il y a 20 ou 30 ans, il était fort peu probable de trouver du pain à table au diner. Quelqu'un s'en est rendu compte et c'est ainsi que l'industrie de boulangerie a pris naissance au Japon. Aujourd'hui, il se peut qu'il y ait du pain à table, mais ce sera assurément du pain blanc. Quelqu'un s'en est rendu compte et c'est ainsi que nous sommes allés au Japon pour faire connaître les produits de boulangerie faits avec de la farine de blé entier auprès de l'industrie japonaise de boulangerie.

En mars dernier, le Saskatchewan Trade and Export Partnership — STEP — a organisé une série d'exposés au Japon sur les produits de boulangerie faits avec de la farine de blé entier et a trouvé un chef-boulangier de la Saskatchewan pour faire la démonstration des produits. Les ingrédients et les produits de boulangerie des sociétés **InfraReady Products, Randolph and James Flax Mills Ltd., Farmgro Organics** et **CSP Foods** ont été présentés à cinq événements — une foire de boulangerie d'une semaine dans la région de Kansai, des démonstrations à Nagoya et à Fukuoka et deux démonstrations à Tokyo. Ces événements accueillent, entre autres, quelque 200 propriétaires de boulangerie, des chefs, des meuniers, des journalistes et des photographes de revues de l'industrie de boulangerie, de même que des représentants d'associations de boulangerie de tout le pays.

Bien que l'industrie japonaise de boulangerie se soit hâtée de produire de la confiserie, des petits gâteaux et des croissants exquis, ainsi que d'autres spécialités fines, il est plus difficile de trouver des produits faits avec de la farine de blé entier. Le concept est relativement nouveau au Japon, mais la visite de STEP a certainement suscité l'intérêt des Japonais. Les conversations se sont poursuivies pendant

des semaines à la suite de cette visite, ce qui permet de penser qu'il y a de très bonnes possibilités d'établir des rapports de longue durée.



Comment sommes-nous parvenus là? Grâce à une action menée au bon moment et aux compétences de la Saskatchewan. À l'occasion de la visite du STEP au consulat général du Canada à Osaka en décembre dernier, les entreprises de la Saskatchewan ont été invitées à participer au programme « Pensons canadien » à l'ambassade du Canada, qui a eu lieu dans tout le Japon. Cette invitation a entraîné des échanges



Le chef Syed Shah de CSP Foods, de la Saskatchewan, démontre l'emploi des produits à grain entier en pâtisserie. En médaillon : une jeune dégustatrice.

et s'est traduite par une collaboration entre le STEP, le consulat général, les consulats du Canada à Fukuoka et à Nagoya, l'ambassade du Canada à Tokyo et la Commission canadienne du blé.

L'expérience tout entière a démontré que, lorsque tous les bons ingrédients sont mélangés pour atteindre un but commun, le produit final est davantage de débouchés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Brenda Hawryluk, Spécialiste du commerce, Asie-Pacifique, Saskatchewan Trade and Export Partnership, tél. : (306) 787-9335, téléc. : (306) 787-6666, courriel : bhawryluk@sasktrade.sk.ca internet : www.sasktrade.sk.ca 🍁

Invitation au 3^e Salon international japonais des fruits de mer et de la technologie

TOKYO, JAPON — 17-19 juillet 2001 — **Tokyo Big Sight** (www.bigsight.or.jp). Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a réservé un espace pour l'aménagement d'un Stand d'information du Canada dans le cadre de ce salon commercial au Centre d'exposition internationale de Tokyo. Participants attendus :

- **Acheteurs de fruits de mer** : supermarchés (supérettes, grandes surfaces), magasins à succursales multiples, courtiers et autres détaillants en poissons, entreprises de vente par correspondance.
- **Utilisateurs de fruits de mer** : hôtels et restaurants, ainsi que d'autres entreprises de restauration, notamment des entreprises de traitement des produits marins, de distribution de repas, de

spécialités alimentaires et de plats à emporter.

- **Les intervenants de l'industrie de la pêche au niveau national** : administrations municipales, associations coopératives de pêche, pêcheurs, entreprises de pisciculture, pêcheries et stations d'expérimentation.

Les entreprises canadiennes peuvent communiquer avec le MAECI si elles désirent participer au Salon; ou présenter leurs produits ou des renseignements sur leurs activités au Stand d'information du Canada.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Matt Fraser, délégué commercial, direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2974, téléc. : (613) 944-2397, courriel : matt.fraser@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka 🍁

Au mois d'octobre 1999, la Banque japonaise pour la coopération internationale (JBIC) (www.jbic.go.jp) est née de la fusion de la Banque export-import du Japon (JEXIM) et du Fonds pour la coopération économique d'outre-mer du Japon (OECF). Bien qu'une seule entité officielle soit désormais chargée d'accorder les prêts du Japon visant à encourager le commerce et le développement, la JBIC gère séparément deux comptes pour ses deux mandats distincts. En effet, les prêts d'ADP, l'aide officielle du Japon en matière de développement, sont gérés par le service de la coopération économique d'outre-mer, tandis que les prêts touchant le secteur commercial sont gérés par le service des finances internationales.

Auparavant, la JBIC consacrait la plupart de ses prêts d'APD au renforcement de l'infrastructure économique des pays bénéficiaires. Mais sa nouvelle politique définit trois objectifs prioritaires :

1. Encourager la diminution de la pauvreté ainsi que le développement économique et social

La JBIC offrira des prêts d'APD pour encourager activement le développement des infrastructures et des secteurs sociaux et économiques, en mettant l'accent sur la coordination et l'attribution des rôles et des responsabilités pour les

prêts de la JBIC non assortis de conditions libérales (il s'agit en quelque sorte d'un financement mixte par le crédit). De plus, la JBIC apportera une aide directe aux programmes de développement des ressources humaines et de diminution de la pauvreté. Pour l'octroi de cette aide,

L'aide officielle japonaise au développement

La JBIC vous attend

une attention particulière sera prêtée aux femmes dans tous les programmes.

2. Prendre des mesures pour contrer les problèmes mondiaux

La JBIC consacra une plus grande part de ses ressources d'APD aux problèmes environnementaux, tels que le réchauffement de la planète, et à d'autres questions d'intérêt mondial, comme la conservation de l'énergie, la surpopulation, le sida, la famine et la toxicomanie. L'aide encouragera également le renforcement des capacités des pays bénéficiaires touchés par ces problèmes.

3. Appuyer les projets de réforme structurelle

La récente crise économique qui a frappé l'Asie est encore fraîche à l'esprit de tous,

c'est pourquoi les prêts d'APD de la JBIC apporteront une aide aux pays bénéficiaires pour qu'ils établissent des filets sociaux viables, qu'ils procèdent à la réforme institutionnelle de leurs systèmes judiciaire et financier et qu'ils encouragent une économie de marché, notamment en ren-

forçant les petites et les moyennes entreprises et en encourageant les investissements privés provenant de l'étranger.

La JBIC reverra probablement certains aspects de sa stratégie sur le plan de l'aide officielle du Japon en matière de développement :

- Une légère réduction annuelle devrait toucher les prêts d'APD. Les prêts d'APD accordés ont baissé de 5 % entre 1998 et 1999, passant de 1 111 milliards de yens à 1 052 milliards. Cette tendance à la baisse devrait se poursuivre.
- En raison de pressions internes au Japon, la JBIC accordera davantage de contrats « conditionnels » à des entreprises japonaises. On prévoit que 50 % des contrats de consultation financés par les prêts d'APD seront destinés exclusivement à des entreprises japonaises, ce qui constitue une augmentation de 30 %. La JBIC collaborera davantage avec l'Agence de coopération internationale du Japon (JICA), qui finance les contrats d'assistance technique en accordant de l'aide sous forme de subventions, mais qui ne transige directement qu'avec des entreprises japonaises (les consultants étrangers doivent passer par ces contreparties japonaises).
- En raison des problèmes financiers au Japon même, on prévoit que la JBIC fera davantage appel aux solutions de

Voir page 15 – La JBIC

Femmes propriétaires d'entreprise :

PARTEZ À LA DÉCOUVERTE DU MONDE VIA WIN EXPORTS!

Bien que les femmes propriétaires d'entreprise constituent un groupe important parmi les exportateurs canadiens, elles sont sous-représentées dans la base de données WIN Exports du Service des délégués commerciaux du MAECI. Cette base de données comprend la liste confidentielle des exportateurs canadiens ainsi que leurs champs d'activité. Aidez-nous à accroître vos débouchés à l'étranger en vous inscrivant en ligne dès maintenant à l'adresse : <http://win.infoexport.gc.ca>

Voici les commentaires d'une femme propriétaire d'entreprise au sujet de WIN :

« C'est une excellente façon, pour une société canadienne, d'obtenir une visibilité internationale. L'emploi du WIN est très simple et les gens peuvent facilement vous trouver. Au cours de la dernière année et

demie, notre société a obtenu au moins 100 tuyaux de délégués commerciaux et du secteur privé, qui se sont soldés par la signature de plus de 50 contrats. J'encourage fortement toute propriétaire d'entreprise à s'inscrire dans la banque de données WIN Exports. »

Robin Saunders, présidente, Les Papiers spécialisés nord-américain inc.,
Hemmingford (Québec).

Pour tout renseignement, cliquer sur l'adresse internet les Femmes d'affaires et le commerce (www.infoexport.gc.ca/businesswomen/menu-f.asp) ou communiquer avec M^{me} Andrea Kucy, déléguée commerciale, Services à l'exportation pour les PME, MAECI, tél. : (613) 996-4785, téléc. : (613) 996-9265, courriel : andrea.koucy@dfait-maeci.gc.ca 🍁



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

« **P**artout dans le monde, les gens qui s'y connaissent en haute technologie savent que le Canada est très fort dans ce secteur », dit M. Keith Chang, l'un des Canadiens qui s'efforce de promouvoir cette réputation.

M. Chang signale que le Canada exporte beaucoup de produits et de services dans les secteurs des télécommunications, de la communication sans fil et de la communication mobile. De plus, il fait activement la promotion des industries sur l'internet,

De l'aide pour les exportateurs canadiens

La haute technologie

Directeur du Développement des affaires internationales au sein de la Direction générale des Technologies de l'information et des communications à Industrie Canada, M. Chang et son équipe ont pour mission de faire valoir la haute technologie canadienne à l'étranger et de dispenser aide et conseils aux entreprises désireuses d'étendre leurs activités sur les marchés mondiaux. Parmi leurs partenaires figurent le MAECI, l'ACDI, d'autres organismes fédéraux et provinciaux de même que diverses associations sectorielles.

L'une des principales tâches de l'équipe de M. Chang consiste à organiser la participation canadienne à des foires commerciales à l'étranger. Ainsi, tous les quatre ans, l'Union internationale des télécommunications (un organisme de l'ONU) tient la plus importante foire mondiale dans le secteur des télécommunications. Elle attire tous les grands de la haute technologie et chaque pays y assure une présence nationale. La Direction du développement des affaires internationales représente le Canada à cette foire et offre un appui considérable aux entreprises désireuses d'y participer. La Direction est également prête à accorder le même appui aux entreprises qui souhaitent participer à des événements plus ciblés, par exemple à la conférence sur la photonique qui se tiendra prochainement.

par exemple le commerce et la sécurité électroniques et les administrations publiques en ligne. Les nouveaux médias et les logiciels sont cependant deux secteurs dans lesquels le Canada pourrait faire plus à l'échelle internationale. Par ailleurs, d'autres secteurs comme la télé-médecine et la formation en ligne offrent un vaste potentiel. De dire M. Chang : « Nous pourrions tirer un meilleur parti de nos atouts dans ces secteurs en nous attaquant aux marchés étrangers. »

À l'heure actuelle, 85 % des exportations canadiennes dans les technologies de l'information et les télécommunications sont destinées aux États-Unis. L'Europe, l'Asie-Pacifique et l'Amérique latine sont quelques-uns des autres grands marchés vers lesquels sont destinées les exportations canadiennes. M. Chang et son équipe concentrent leurs efforts sur ces régions parce qu'elles offrent d'énormes possibilités d'expansion. La Chine est un autre marché prometteur mais qui, selon M. Chang, est très compétitif et difficile à pénétrer. Cela dit, Nortel Networks et d'autres entreprises ont enregistré des succès marquants grâce à leur participation à la mission d'Équipe Canada en Chine plus tôt cette année.

Comme le souligne M. Chang les barrières tarifaire ne sont pas les seules difficultés que les exportateurs doivent surmonter : « Il faut aussi savoir adapter son approche et ses façons de faire à celles d'autres cultures. » Les Canadiens n'ont aucun mal à faire des affaires aux États-Unis, la culture américaine étant proche de la nôtre. En Europe, les différences sont plus grandes et en Asie-Pacifique, elles sont énormes.

Pour ce qui est du ralentissement de l'économie américaine, M. Chang y voit un problème à court terme et une correction



PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION

Depuis 1971, le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)* a aidé plus de 30 000 entreprises canadiennes à commercialiser leurs produits et leurs services à l'étranger. Le PDME aide les petites entreprises canadiennes à exporter et à diversifier leurs opérations sur de nouveaux marchés en partageant les coûts de diverses activités de développement des marchés que celles-ci hésiteraient à entreprendre seules, réduisant ainsi leurs risques financiers. Jusqu'à présent, la valeur des ventes découlant des activités soutenues par le PDME a dépassé 14 milliards de dollars.

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

**Le PDME est administré conjointement par le MAECI et Industrie Canada.*

nécessaire et bénéfique : « La bulle devait forcément éclater. Cela pourrait être une bonne leçon pour ceux qui avaient des attentes irréalistes. »

À plus long terme, il demeure optimiste : « Au cours des 10 dernières années, le Canada a produit d'excellentes entreprises de haute technologie. » Et avec son équipe, il entend bien continuer de leur offrir l'appui dont elles ont besoin pour gagner!

Pour plus de renseignements, cliquer sur le site internet d'Équipe Commerciale Canada — Technologies de l'information et des communications (www.ttcinfotech.ic.gc.ca).

Cet article reprend une entrevue parue dans le numéro de mai-juin de *htc — Canada's HiTech Career Journal* (www.brassring.ca). 🍁



Forum pour la formation en commerce international
FITT

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

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

Essor de la construction dans le Golfe

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — 27-31 octobre 2001 — Dubaï vient d'annoncer le développement d'une île en forme de palmier qui doit répondre aux besoins de son industrie touristique en plein essor. Ce centre de villégiature comprendra 2 000 villas thématiques, 40 hôtels de luxe, des centres commerciaux, des cinémas, un parc marin et 120 kilomètres de plages de sable. Il s'agit du plus important complexe du genre au monde et sa réalisation prendra cinq ans.

Ce projet ainsi que de nombreux autres ouvrent d'énormes débouchés aux exportateurs de produits et de services dans les secteurs suivants : bâtiment et construction, technologies de l'eau et environnement, climatisation et réfrigération, nettoyage et maintenance, salles de bain et céramique.

Tous ces secteurs seront en vedette lors du **Big 5 Show** qui, l'an dernier, a attiré plus de 20 000 visiteurs professionnels ainsi que 1 500 entreprises de 50 pays. Le Canada aura son pavillon à cette foire pour faciliter la participation des entreprises canadiennes.

Des renseignements sur le **Big 5 Show** sont fournis sur l'internet : www.dmgindex.com/big5_home.html

Équipe Canada Atlantique

— Suite de la page 6

existe, remarque-t-elle, beaucoup de similarités entre le Canada atlantique et la Géorgie qui devraient donner lieu à de nouveaux débouchés pour le commerce dans pratiquement tous les secteurs... Le succès obtenu dépasse nos attentes, et c'est maintenant aux entreprises canadiennes de tirer parti des rapports amorcés ici. »

Pour plus de renseignements, voir le site internet d'Équipe Canada Atlantique (www.teamcanadaatlantic.com) ou communiquer avec M^{me} Sylvie Racine, Centre d'information sur le marché, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2000, téléc. : (404) 532-2050, courriel : sylvie.racine@dfait-maeci.gc.ca internet : www.can-am.gc.ca/atlanta ❁

Pour plus de renseignements sur cette foire commerciale, communiquer avec M. Sanam Shahani, agent commerciale, consulat du Canada à Dubaï, tél. : (011-971) 4-352-1717, téléc. : (011-971)

Salon Maison Bois

ANGERS, FRANCE — 28 septembre – 1^{er} octobre 2001 — Le Groupe Target International invite les entreprises canadiennes à participer à la 3^e édition du **Salon Maison Bois**.

Exclusivement consacré à la maison bois et au bois dans la maison, le **Salon Maison Bois** s'adresse à la fois aux professionnels de la filière bois et au grand public. Depuis son avènement en 1999, le **Salon Maison Bois** connaît un essor sans précédent et attire des milliers de visiteurs venus de toutes les régions de la France et des pays européens voisins.

La majorité des exposants se sont d'ailleurs dits particulièrement satisfaits des contacts établis lors de ce salon, l'automne dernier, et nombre d'entre eux prévoient augmenter de 10 à 30 % leur production actuelle.

La JBIC — Suite de la page 13

financement conjoint et de financement parallèle en ce qui a trait aux projets de développement, en s'adressant non seulement aux organismes d'aide bilatérale, mais aussi aux institutions financières internationales, telles que la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement.

- Même si l'Asie continuera d'être la région qui reçoit la plus grande part des prêts d'APD (91 % en 1998 et 89 % en 1999), la JBIC tiendra compte davantage, pour l'octroi de ses prêts, des intérêts stratégiques du Japon. Cette approche pourrait mener à une diminution des prêts à certains pays bénéficiaires comme la Chine au profit de pays de l'Amérique latine.

Jusqu'à présent, les entreprises canadiennes n'ont pas obtenu beaucoup de succès dans le cadre des projets financés par la JBIC. Les barrières culturelle et linguistique ont certes contribué à cette

4- 351-7722, courriel : dubai-td@dfait-maeci.gc.ca internet : www.infoexport.gc.ca/ae ou Cosmos Pacific Investment & Consulting Inc., Vancouver (C.-B.), tél. : (604) 731-9663, téléc. : (604) 263-1652, courriel : cpic@cpiconsult.com internet : www.cpiconsult.com ❁

Évalué à 17 milliards de dollars, le marché français de la construction de maisons individuelles est actuellement en pleine mutation et l'intérêt croissant du public français pour l'habitat bois entraîne une augmentation constante de ce type de construction.

Pour plus d'information, voir le site internet : www.salon-maison-bois.com

Pour informations et réservations, communiquer avec M^{me} Nadine Gaillardet, Target International, tél. : (514) 683-8108, courriel : targetinternational@sympatico.ca

Pour plus de renseignements sur le secteur des matériaux de construction en France, communiquer avec M^{me} Cécile Bourdages, attachée commerciale, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44 43 23 74, téléc. : (011-33-1) 44 43 29 98, courriel : cecile.bourdages@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/paris/ ❁

situation, mais le plus important facteur d'échec est le fait que les entreprises canadiennes perçoivent les entreprises japonaises comme beaucoup plus grandes, plus compétitives et mieux connectées aux projets financés par la JBIC. Malgré tout, de nombreux débouchés attrayants s'offrent aux entreprises canadiennes qui persévèrent à établir de bonnes relations avec la JBIC et à développer des partenariats avec leurs contreparties japonaises, particulièrement pour des contrats d'ingénierie et de consultation en Asie, en Amérique latine et en Afrique financés par l'aide officielle du Japon en matière de développement, par l'entremise de la JBIC et de la JICA.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Edward Wang, délégué commercial et Chef d'équipe (Asie), direction du financement à l'exportation, MAECI, tél. : (613) 996-6188, téléc. : (613) 943-1100, courriel : edward.wang@dfait-maeci.gc.ca ❁

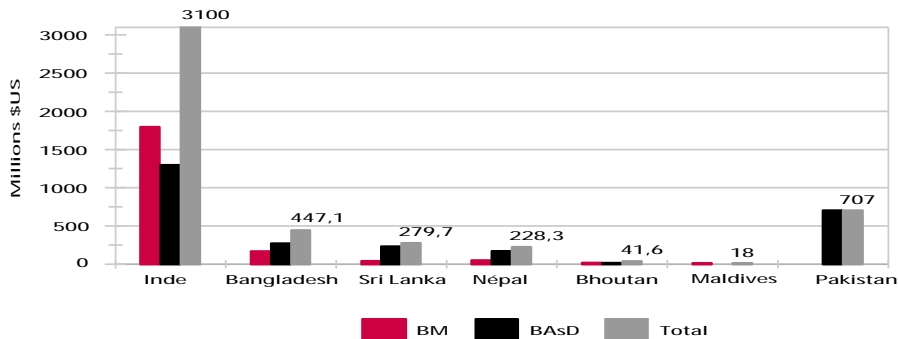
Alerte projets IFI — Suite de la page 1

- Tous les projets annoncés, financés par la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement (BAsD), font l'objet d'un suivi, en particulier dans les secteurs de l'énergie, du pétrole et du gaz naturel, des technologies de

renseignements sur les projets ainsi que des avis de marché correspondants.

Pour plus de renseignements, y compris les instructions à suivre pour l'inscription de votre entreprise dans la base de données, communiquer avec la direction

Engagements de crédit des IFI Région de l'Asie du Sud - 2000



l'information, des transports, de l'agriculture, des mines, du logement, de l'infrastructure et de l'environnement.

- Une recherche est effectuée chaque jour au sujet des avis de marché.
- Des renseignements concernant les projets financés par les IFI sont envoyés aux entreprises qui ont l'expérience pertinente sur le plan de l'exportation ou des gammes de produits recherchés. Ces entreprises sont identifiées par l'entremise du site internet d'Industrie Canada et de la base de données Win Exports.

La prochaine étape consistera à constituer une base de données sur les entreprises canadiennes désireuses d'exploiter des occasions d'affaires financées par les IFI dans la région de l'Asie du Sud. Cette base de données servira à dresser une liste d'envoi pour la diffusion des

de l'Asie du Sud, MAECI, tél. : (613) 996-0917, téléc. : (613) 996-5897, courriel : psa@dfait-maeci.gc.ca

Pour obtenir de précieux renseignements qui vous permettront de comprendre le fonctionnement des marchés,

de planifier votre stratégie, ainsi que de trouver des pistes d'affaires et d'y donner suite, des guides à l'intention des gens d'affaires, des renseignements sur l'aide offerte au Canada et à l'étranger, des liens utiles, le calendrier des événements à venir et des exemples de réussites, consulter le site IFInet à l'adresse www.infoexport.gc.ca/ifinet

La section « Le monde » à l'adresse www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp contient des renseignements spécifiques sur les pays de l'Asie du Sud et leurs marchés prioritaires. Pour les coordonnées de nos délégués commerciaux, selon le secteur, en Asie du Sud, consulter la section « Le commerce », à la même adresse. 🍁



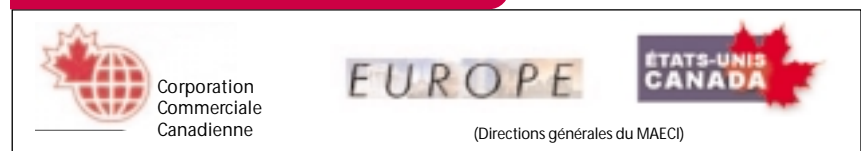
IFInet est votre porte d'accès internet aux activités d'approvisionnement financées par les Institutions financières internationales (IFI) et les organismes de l'ONU.
www.infoexport.gc.ca/ifinet/menu-f.asp

365 jours par an!

Canadexport en direct : « branché » sur les marchés du monde

Pour lire plus d'articles, voir www.infoexport.gc.ca/canadexport

Canadexport en direct : commanditaires



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 1453033