



## DANS CE NUMÉRO

- 2 Occasions d'affaires
- 4 Le marché de l'édition en France.
- 6 Le secteur de la construction en Suisse
- 7 L'aérospatiale en Roumanie
- 8 CCC : marchés publics aux États-Unis
- 9 Carrefour États-Unis : Electramedia

## EN VEDETTE :

- 10 • MESSAGE DU MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL
- 11 • LA FRONTIÈRE CANADO-AMÉRICAINNE
- 14 Japon : Salon des soins à domicile
- 15 Les TIC à Hong Kong
- 17 La Havane : le Canada remporte un prix
- 18 Salons et conférences à retenir



**Meilleurs vœux pour les fêtes!**

Prochain numéro le 15 janvier 2002



*Avec l'aide de l'ambassade du Canada*

# On Xplore aux É.A.U.

**H** eureusement que le président-directeur général de **Xplore Technologies<sup>®</sup> Corp.**, M. Brian Groh, ne croit pas toujours au « trop beau pour être vrai », sinon ses clients n'auraient peut-être pas obtenu des ordinateurs répondant à leurs besoins et à leurs exigences. De plus, Xplore n'aurait pas enregistré l'extraordinaire croissance annuelle de 500 % de ses ventes, attribuable au succès instantané de ses ordinateurs.



Utilisation du système d'ordinateur puissant et mobile sans fil à stylet de Xplore.

Maintenant chef de file dans la fabrication d'ordinateurs mobiles durcis, Xplore de Toronto a de bonnes chances d'enregistrer un taux de croissance égal, sinon supérieur,

*Voir page 16 – On Xplore*

## Conseils pratiques aux exportateurs

### Secours en cas de catastrophe

par M. Louis Poliquin, consultant canadien à Washington, pour la Direction du financement à l'exportation du MAECI.

Les appareils modernes de haute technologie peuvent nous avertir de l'imminence d'un ouragan, d'un tsunami, d'une inondation ou d'un tremblement de terre, mais ils sont impuissants quand il s'agit de réparer les dégâts causés par ces cataclysmes ou par des conflits mondiaux. Aucun dispositif n'a encore été inventé qui puisse égaler notre réseau d'aide internationale et sa capacité d'atténuer les effets des

catastrophes et de soulager la souffrance humaine qui en découle.

Nous ne savons pas quand ni où la prochaine calamité va se produire, mais il est rassurant de savoir que les pouvoirs publics et la communauté de l'aide internationale sont prêts à intervenir immédiatement et de façon concertée. En situation de crise,

*Voir page 3 – L'aide*



Branchez-vous sur le COAI

# Occasions d'affaires internationales

**JORDANIE** — Matériel interrupteur, batteries de condensateurs et équipement accessoire — La Compagnie nationale d'électricité (NEPCO) lance un appel d'offres (n° 23/2001) pour obtenir des solutions clés en main aux sous-stations de 400/132/33 kV situées à Amman Nord, à Amman Sud et à Qatrana, dans le cadre d'un seul contrat.

À Amman Nord : (a) accroissement de la capacité existante de 400 kV par l'ajout d'un nouveau diamètre à deux baies et trois disjoncteurs (1-1/2 borne ouverte, 2 500 A); (b) construction d'une nouvelle sous-station GIS de 132 kV, 2 500 A, de type à double barre omnibus et à baie de 15 interrupteurs; (c) 2 batteries de condensateurs de 20 MVAR, 33 kV.

À Qatrana : (a) construction d'une nouvelle sous-station de 400 kV à trois diamètres, chaque diamètre comportant deux baies de trois disjoncteurs (1-1/2 borne ouverte, 2 500 A); (b) extension de la sous-station existante de 132 kV à borne ouverte et double barre omnibus pour loger deux circuits transformateurs d'arrivée; (c) 4 batteries de condensateurs de 20 MVAR, 33 kV.

À Amman Sud : fourniture et installation de 2 batteries de condensateurs de 20 MVAR, 33 kV.

Le contrat comporte la conception, la fabrication, les essais en usine, l'emballage, la livraison et le déchargement sur les lieux, l'installation, les travaux correspondants de génie civil et électromécanique, la mise en service et la garantie. Coût des documents de soumission : 2 000 \$ US.

Garantie de soumission : 650 000 DJ [1,00 dollar canadien = 0,442 dinar jordanais]. Garantie bancaire de 180 jours à compter de la date de clôture de l'appel d'offres. Date de clôture : **15 janvier 2002**. Pour obtenir les documents de soumission, communiquer avec M. Azzam, directeur général, Département des achats, Compagnie nationale d'électricité, rue Zahran, 7<sup>e</sup> cercle, Jabal Amman, C.P. 2310, Amman, Jordanie, 11181, tél. : (011-962-6) 585-8615, téléc. : (011-962-6) 581-8336.

Communiquer avec M<sup>me</sup> Hala Helou, agente de commerce principale, téléc. : (011-962-2) 567-3088, courriel : [hala.helou@dfait-maeci.gc.ca](mailto:hala.helou@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier **011025-04854**. (Avis reçu de l'ambassade du Canada à Amman).

**GUYANA** — Production et utilisation d'énergie hydroélectrique au Guyana — La compagnie ENMAN Services Limited, de Trinidad, qui dirigera un consortium d'importantes entreprises internationales

pour développer une usine hydroélectrique de 1 milliard de dollars américains sur le fleuve Mazaruni, est à la recherche de partenaires canadiens qui voudraient se joindre au projet.

Pour plus de renseignements, cliquer sur le site internet d'ENMAN ([www.enmangroup.com](http://www.enmangroup.com)). Communiquer avec M. Tom Bearss, conseiller commercial, haut-commissariat du Canada à Trinidad et Tobago, téléc. : (1-868) 628-2576, courriel : [tom.bearss@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tom.bearss@dfait-maeci.gc.ca) en indiquant le numéro de dossier **010810-03787**. (Avis reçu du haut-commissariat du Canada à Trinidad et Tobago). 🌟

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.iboc.gc.ca](http://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](http://www.coai.gc.ca)

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

Mise en page : **Yen Le**

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

[www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport)

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

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

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

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

ISSN 0823-3349

CanadExport

— Suite de la page 1

ils sont là, prêts à envoyer avec la plus grande rapidité et efficacité des fournitures déjà identifiées et localisées.

L'aide humanitaire est une activité très spécialisée, et les clés de la réussite y sont les mêmes que pour toute entreprise : être au bon endroit au bon moment et comprendre parfaitement les besoins du client. Avec ce rapport, nous voulons initier les exportateurs canadiens au secteur de l'aide et leur donner des conseils pratiques sur la façon de positionner leur produit dans le système international de prestation d'aide.

### Définir les secours en cas de catastrophe

La notion de secours en cas de catastrophe est vaste et recoupe l'assistance aux personnes qui ont survécu à une catastrophe naturelle (telle que tremblement de terre et inondation) et les situations d'urgence complexes (telles que conflits violents), ainsi que les ressources nécessaires à la reconstruction. Ce type d'action exige la collaboration de six organismes des Nations Unies, de 200 organisations non gouvernementales (ONG) internationales et des gouvernements du monde entier. Selon des chiffres non officiels, le marché de l'aide aurait une valeur de 4 milliards de dollars américains, une proportion de 60 à 70 % de cette somme étant dépensée près des régions sinistrées même.

### De l'argent ou des produits?

La communauté de l'aide internationale a retiré une leçon fondamentale de son expérience : la façon la plus rapide et la plus efficace d'aider le plus grand nombre de gens consiste à contribuer financièrement aux efforts des organismes de secours bien établis. L'argent donne aux organismes d'aide plus de marge pour acheter des produits normalisés, de bénéficier d'une ristourne sur le volume et de choisir où acheter. En bout de ligne, ce que recherchent les organismes d'aide, c'est d'en avoir le plus possible pour l'argent qu'ils ont à consacrer aux secours, et souvent, ils achètent les produits dans le pays sinistré parce que cela est plus rapide et moins cher et leur permet de donner un coup de pouce à une économie qui a souffert.

### L'intervention du Canada

Les entreprises et les particuliers au Canada qui souhaitent faire partie du système d'aide internationale peuvent,

pour commencer, communiquer avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), le ministère de la Défense nationale (MDN), l'Agence canadienne pour le développement international (ACDI) et les ONG canadiennes. Chacun de ces organismes joue un rôle dans l'atténuation des impacts des catastrophes.

avion des articles d'aide humanitaire, à la demande du gouvernement du Canada et d'autres organismes. Le Ministère affiche ses demandes d'achat sur l'internet au moyen du système MERX ([www.merx.cebra.com/](http://www.merx.cebra.com/)), qui est un outil d'approvisionnement de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

# L'aide internationale

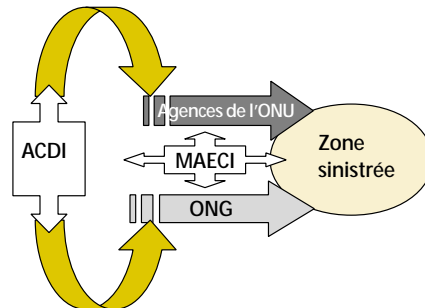
- **MAECI** ([www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)) — reçoit des mises à jour de la situation communiquées par les ambassades et consulats du Canada dans le monde entier, mises à jour dont se sert le ministre des Affaires étrangères pour déterminer ce que doit être l'intervention du gouvernement du Canada. Le Ministère assure également la liaison entre les travailleurs dans les zones sinistrées, les médias et la collectivité. Il n'achète pas d'équipement ni de fournitures directement.
- **ONG canadiennes** — La communauté des ONG est constituée d'un grand nombre d'organisations disparates sans but lucratif dont la plupart font partie d'un réseau international.

En situation d'urgence, la plupart des ONG internationales qui ont leurs propres bureaux au Canada, comme la **Croix rouge canadienne** ([www.redcross.ca](http://www.redcross.ca)), **Care Canada** ([www.care.ca](http://www.care.ca)) et **Vision mondiale Canada** ([www.worldvision.ca](http://www.worldvision.ca)), font parvenir les sommes recueillies par des collectes de fonds à un service d'approvisionnement centralisé qui effectue les achats nécessaires. Toutes ces ONG sont prêtes à acheter des biens et des services canadiens dans la mesure du possible.

Dans la deuxième partie de ce rapport, on examinera le secteur de l'aide plus en détail, on traitera des méthodes d'approvisionnement et on présentera diverses organisations d'aide internationales.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec la Direction du financement à l'exportation, section des IFI, MAECI, tél. : (613) 995-7251, courriel : [ifinet@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ifinet@dfait-maeci.gc.ca) 🍁

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



- **IFInet** ([www.infoexport.gc.ca/ifinet](http://www.infoexport.gc.ca/ifinet)) — un site internet maintenu par la Direction du financement à l'exportation du MAECI, fournit des renseignements sur les activités d'approvisionnement financées par les Institutions financières internationales (IFI) et les organismes de l'ONU, que le Service des délégués commerciaux peut vous aider à poursuivre.
- **ACDI** ([www.acdi-cida.gc.ca](http://www.acdi-cida.gc.ca)) — fournit le financement (notamment le financement de l'aide alimentaire) aux ONG internationales qui œuvrent dans la zone sinistrée. L'Agence n'achète pas d'équipement ni de fournitures directement.
- **MDN** — envoie des groupes d'intervention d'urgence ou transporte par

Équipe Canada inc. • Team Canada Inc  
1-888-811-1119  
[exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca)

# FRANCE

# Le marché

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](http://www.infoexport.gc.ca)



Après quatre années de ralentissement, le marché de l'édition en France s'est stabilisé en 1999 et atteint aujourd'hui 3,3 milliards de dollars canadiens. Selon le Syndicat National de l'Édition en France, les ventes de livres en 2000 auraient augmenté de 6 % par rapport à celles de 1999.

## Tendances du marché

Les livres ayant connu le plus de succès en 1999 se trouvent dans la catégorie de la littérature générale. Ils ont rapporté quelque 615,7 millions de dollars, ce qui représente près de 30 % des ventes de livres cette année-là. La réussite de ce secteur est attribuable aux améliorations du format livre de poche pour cette catégorie et à l'évolution continue du graphisme et de la conception, ce qui a notamment donné lieu à l'apparition de livres animés et musicaux. Les bandes dessinées occupent également une place importante sur ce marché. On s'attend à ce que les secteurs des livres pour enfants et des bandes dessinées connaissent une croissance importante alors que les éditeurs concentrent leurs efforts sur les produits à valeur ajoutée.

## « 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 arts et les industries culturelles en Europe.



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

[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

# de l'édition

## Débouchés

Les éditeurs canadiens de livres de langue anglaise ont plus de chances de réussir sur ce marché en vendant

## Facteurs à considérer pour accéder au marché

On peut réduire les obstacles potentiels à l'entrée sur le marché français de

essentiellement par la fidélité à la marque. La meilleure façon d'y présenter de nouveaux titres est d'engager un agent littéraire qui connaît bien l'industrie.

### Ventes de livres par secteur – 1999

| Type  | Valeur du marché (en millions \$) | Taille du marché (en %) | Nombre de livres vendus (en %) |
|---|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| Éducation                                   | 515,5                             | 15,5                    | 16,2                           |
| Sciences/techniques                         | 580,7                             | 16,8                    | 7,0                            |
| Religion                                    | 58,7                              | 1,8                     | 1,7                            |
| Thèmes spirituels/occultes                  | 13,9                              | 0,4                     | 0,4                            |
| Encyclopédies et dictionnaires              | 386,6                             | 11,7                    | 2,6                            |
| Littérature générale                        | 615,7                             | 18,6                    | 28,7                           |
| Actualités                                  | 79,5                              | 2,4                     | 1,8                            |
| Art   | 151,1                             | 4,6                     | 2,1                            |
| Livres pour enfants                         | 293,1                             | 8,8                     | 17,6                           |
| Bandes dessinées                            | 134,7                             | 4,1                     | 4,1                            |
| Répertoires (e.g., annuaires téléphoniques) | 27,9                              | 0,8                     | 0,5                            |
| Guides pratiques                            | 484,0                             | 14,6                    | 17,0                           |
| Autres                                      | 1,9                               | 0,1                     | 0,1                            |
| <b>Total</b>                                | <b>3343,3</b>                     | <b>100</b>              | <b>100</b>                     |

Source: Syndicat National de l'Édition. *Statistiques France 1999, 2000*

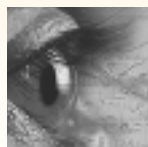
En France, le succès d'une œuvre publiée dépend beaucoup de l'efficacité de la publicité et de la commercialisation. Les maisons d'édition étrangères doivent s'attendre à investir des sommes importantes pour faire connaître leurs auteurs sur le marché français, ainsi qu'à consacrer de trois à cinq ans de recherche et de commercialisation avant d'obtenir des résultats.

### Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire *Le marché de l'édition en France*. Ce rapport et des centaines d'autres préparés par le Centre des études de marché peuvent être obtenus sans frais en consultant le site Web du Service des délégués commerciaux du Canada au :

[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

les droits de traduction aux éditeurs français. Les traductions marchent très bien en France, surtout celles à partir de l'anglais. En 1999, près de 70 % des droits de traduction acquis par de grands éditeurs concernaient des livres de langue anglaise (969 titres sur 1090). Les traductions françaises d'œuvres d'auteurs canadiens anglophones, dont Margaret Atwood et Robertson Davies, ont remporté un franc succès en France. En 2001, la moitié des nouveaux romans sur ce marché seront des traductions de l'anglais.



l'édition. En connaissant bien les conditions et les exigences locales grâce à une étude de marché sérieuse, en établissant minutieusement les coûts et les prix et en assurant un bon suivi. Il est fortement recommandé aux éditeurs canadiens qui souhaitent vendre des droits aux éditeurs français de se faire représenter par des avocats.

Le marché français est très particulier et se caractérise

*De retour sur des bases solides*

# Le secteur de la construction en Suisse

**L'**industrie de la construction en Suisse reprend de la vigueur après une décennie où 800 entreprises ont dû fermer leurs portes et où le nombre d'emplois dans le principal secteur a chuté de 166 000 à 96 000. Maintenant, grâce à l'accroissement des investissements publics et privés, l'industrie se retrouve sur des bases solides.

## Aperçu du marché

À la suite d'une longue dépression qui s'est attardée près de dix ans et qui a causé un excédent de mises en chantier et de projets de construction par rapport à la demande, l'industrie de la construction en Suisse repart en force : depuis la deuxième moitié de 1999, les consommateurs ont commencé à augmenter leurs achats et le principal secteur de la construction a enregistré un chiffre d'affaires annuel de 14 milliards de francs suisses (FS) [1,00 \$ CAN = 1,036 FS], ou près de 20 milliards de francs suisses si l'on compte les corps de métier du second-œuvre. Le secteur public (autorités fédérales, cantons et municipalités) recommence à dépenser, injectant des capitaux dans de gros projets d'infrastructure, notamment pour l'expansion des aéroports et la modernisation des voies ferrées et des autoroutes.

Deux tendances sont dignes de mention, soit premièrement l'investissement dans les projets souterrains, notamment les tunnels, qui a haussé de 33 % à 47 % au cours de la dernière décennie, et deuxièmement l'importance accrue des ouvrages de génie civil.

## Louer ou rénover

La Suisse a un taux d'accession à la propriété des plus bas au monde et ce, pour une bonne raison : les prix de l'immobilier en Suisse sont extrêmement élevés et les banques suisses exigent que les acheteurs avancent une mise de fonds de 20 %. Comme une maison de trois chambres à coucher coûte entre 0,5 et 1,0 million de francs suisses, la location reste souvent la seule solution.

Le propriétaire moyen d'habitation en Suisse n'est pas particulièrement

mobile et préfère rénover plutôt que de se réinstaller. Considérant que 33 % des activités de construction dans le secteur privé (et 55 % dans le secteur public) sont attribuables à la modernisation des édifices vieillissants, une petite vague d'expansion est prévue dans le secteur du bricolage. Les gros marchés au détail du bricolage se retrouvent dans toutes les grandes villes de la Suisse et s'adressent aux propriétaires qui préfèrent s'occuper eux-mêmes des petits travaux de rénovation.



## Débouchés

Il existe des débouchés pour des produits de créneau de qualité offerts à prix concurrentiel dans tous les sous-secteurs, mais particulièrement dans les spécialités suivantes : construction sur charpente en bois, panneaux de fibre à densité moyenne, panneaux intérieurs et extérieurs, cadres de fenêtres (en bois de pruche par exemple), portes de garage, escaliers, produits chimiques pour la construction, maisons préfabriquées et maisons en bois rond, matériaux d'isolation et d'économie d'énergie, équipement pour le génie civil, mesure et exploration géophysiques.

## Considérations relatives à l'accès au marché

L'édifice suisse type, qu'il soit à usage commercial, industriel ou résidentiel, doit être durable. Il doit avoir une structure très solide, avec des murs de briques et des fondations en béton, construite avec des matériaux de construction, d'isolation et de toiture de grande qualité.

Les normes de construction sont élevées parce que le propriétaire moyen, qui a tendance à demeurer au même endroit, s'attend à avoir cette qualité.

Bien qu'il ne soit pas essentiel, un partenaire local peut s'avérer utile pour comprendre et devancer les besoins des clients.

Les appels d'offres publics pour les projets du gouvernement fédéral, des cantons et des municipalités sont publiés tous les jours dans le *Schweizerisches Handelsamtsblatt* (SHAB). Le SHAB lance également des appels d'offres pour des projets à réaliser à l'étranger.

Bien que la Suisse ne soit pas membre de l'Union européenne, elle en a adopté la plus grande partie des normes et des règlements; et grâce aux récents accords bilatéraux, elle profite d'un accès presque sans entrave aux autres pays de l'Union.

## Principaux concurrents

La concurrence provient essentiellement des entreprises de la Suisse et d'autres pays européens, surtout l'Allemagne. Les appels d'offres sont toutefois ouverts à tous les soumissionnaires qualifiés.

## Salons commerciaux

Les salons commerciaux offrent un excellent moyen pour les entreprises canadiennes d'évaluer le potentiel du marché, d'identifier les partenaires éventuels et d'établir des relations d'affaires sur le marché suisse de la construction. **Swissbau**, un des plus gros événements d'Europe dans le secteur de la construction, a lieu tous les ans à Bâle et porte toujours sur des sous-secteurs différents à chaque fois.

Autres salons populaires dans l'industrie : **BAU** ([www.bau-muenchen.de](http://www.bau-muenchen.de)), à Munich, et **BATIMAT** ([www.batimat.com](http://www.batimat.com)), à Paris.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Werner Naef, agent commercial, ambassade du Canada à Berne, tél. : (011-41-31) 357-3206, téléc. : (011-41-31) 357-3210, courriel : [werner.naef@dfait-maeci.gc.ca](mailto:werner.naef@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada-ambassade.ch](http://www.canada-ambassade.ch) et [www.infoexport.gc.ca/ch](http://www.infoexport.gc.ca/ch) 🌟

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

**L'**industrie roumaine de l'aérospatiale est un fournisseur mondial de produits et de services qui vont des avions et des hélicoptères tant civils que militaires aux moteurs et aux trappes de train d'atterrissage, sans oublier l'équipement hydraulique et électronique. Depuis la disparition de l'ancien bloc communiste, les entreprises roumaines du secteur de l'aérospatiale et de la défense tentent de se regrouper. Elles cherchent donc à former des alliances avec des partenaires étrangers qui les aideraient à lancer de nouveaux programmes — et à mener ceux-ci à bien.

À l'heure actuelle, l'industrie aérospatiale en Roumanie est composée de 11 sociétés par actions à responsabilité limitée et compte plus de 13 000 employés. Le potentiel roumain dans ce secteur et dans la défense couvre un large éventail : recherche et développement, fabrication, montage, équipement électronique, entretien, réparation et révision, essais en vol, certification et soutien à la clientèle.

Le secteur exporte 40 % de sa production, qui atteint 100 millions de dollars américains en produits et en services. Les marchés de destination sont les Émirats arabes unis, le Vietnam, l'Inde, le Pakistan, le Soudan, l'Angola, l'Équateur, la Hongrie, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Belgique, la France, l'Italie, les États-Unis, Israël, la Chine, l'Australie, le Canada et l'Afrique du Sud.

Le marché intérieur reste en ce moment limité pour l'équipement en aérospatiale et dans le domaine de la défense, mais la décision de la Roumanie et de la Bulgarie de se joindre à l'OTAN stimulera les dépenses dans ces deux pays, qui devront prendre des mesures nécessaires pour répondre aux exigences de l'organisation.

Du côté de l'aviation civile, TAROM, la ligne aérienne nationale roumaine, exploite maintenant une flotte d'Airbus et d'avions ATR; elle sera probablement privatisée d'ici la fin de 2001. Plusieurs tentatives de privatisation d'autres grandes entreprises roumaines comme Turbomecanica, Romaero et IAR S.A. Brasov ont échoué au cours de ces dernières années. Cependant, Eurocopter et IAR sont en train de constituer Eurocopter-Romania, dont Eurocopter détiendrait 51 % des actions. Bombardier, Spar Aerospace et Intelcan sont également présentes sur le marché.

## Cinq étoiles dans le secteur roumain de l'aérospatiale

Les entreprises suivantes sont des chefs de file de l'industrie de l'aérospatiale en Roumanie.

**AEROSTAR S.A.** — Fondée en 1953 en tant que base de réparation d'avions pour la force aérienne roumaine, cette société par actions à responsabilité limitée certifiée ISO 9001 est maintenant

# L'aérospatiale en Roumanie

cotée à la bourse de Bucarest. Des alliances stratégiques conclues avec des partenaires étrangers comme A-E Electronics S.A. et Aerothom Electronics S.A. témoignent de la détermination de l'entreprise à réussir et à accéder aux technologies de pointe.

**AVIOANE CRAIOVA S.A.** — Établie en 1972, cette société certifiée ISO 9001 est un des gros fournisseurs roumains de produits et de services destinés aux avions militaires et civils.

**IAR S.A. BRASOV** — Cette entreprise certifiée ISO 9000, fondée en 1925, a été entièrement modernisée en 1968 pour approvisionner des sociétés de l'Europe de l'Ouest comme AeroSpace et Britten-Norman. Depuis 1970, IAR est le seul fabricant roumain d'hélicoptères commerciaux et militaires.

L'entreprise vient de s'associer au consortium franco-allemand Eurocopter pour former Eurocopter-Romania. La nouvelle société est censée conclure son premier contrat, une entente de deux à trois ans signée avec les Émirats arabes unis pour la vente de dix nouveaux hélicoptères de transport Puma AS-330 et la revalorisation de 15 autres appareils.

**ROMAERO S.A.** — Forte de 75 années d'expérience dans l'industrie de l'aviation, cette entreprise exploite une importante base d'entretien et de réparation d'avions depuis la Deuxième Guerre mondiale.

Au début des années 1970, l'entreprise a commencé à fabriquer des Islanders BN-2 en collaboration avec

Britten-Norman et des BAC 1-11 en collaboration avec British Aerospace. Elle concentre maintenant ses efforts auprès des fabricants d'avions de l'Ouest et est devenue un important sous-traitant pour des sociétés comme Boeing, Bombardier, I.A.I., British Aerospace et Britten-Norman.

**TURBOMECANICA S.A.** — Fondée en 1975, l'entreprise fabrique des moteurs d'avion et des systèmes dynamiques

pour hélicoptères conformément aux normes techniques les plus élevées. Elle était la première société roumaine à obtenir la certification ISO 9002.

## OPIAR

OPIAR [Association roumaine des employés en aéronautique] est une organisation non gouvernementale sans but lucratif qui a été créée en 1998 pour appuyer et protéger les intérêts de ses entreprises membres dans l'industrie aéronautique roumaine. OPIAR agit comme liaison entre ses membres et les syndicats, les représentants gouvernementaux, ainsi que les organes législatifs et exécutifs. Elle participe à l'élaboration de politiques favorables à la coopération et veille à ce que les sociétés roumaines restent concurrentielles dans la nouvelle économie planétaire.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Corina Stanescu, assistante commerciale, ambassade du Canada à Bucarest, tél. : (011-40-1) 307-5093, téléc. : (011-41-1) 307-5015, courriel : [corina.stanescu@dfait-maeci.gc.ca](mailto:corina.stanescu@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/bucharest](http://www.dfait-maeci.gc.ca/bucharest) 🌟

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

# CCC : marchés publics aux États-Unis

*Tiré d'une allocution prononcée par M<sup>me</sup> Judy Bradt, directrice du développement des affaires (aérospatiale, défense et technologie informatique), ambassade du Canada à Washington (D.C.), lors d'un colloque spécial de la Corporation commerciale canadienne (CCC), tenu à Montréal en novembre dernier, sur la façon de faire des affaires avec le gouvernement américain.*

**L**e gouvernement américain est le plus gros client du monde, fort d'un budget annuel de 200 millions de dollars américains affecté aux contrats d'approvisionnement seulement (supérieur aux dépenses totales de certains pays).

Trois facteurs importants se conjuguent et créent un environnement idéal pour faire des affaires avec le gouvernement fédéral américain : l'offre et la capacité canadiennes; la demande du gouvernement américain; et le champ d'application des accords commerciaux, ce qui signifie que les produits et les services canadiens peuvent être sur le même pied que ceux des concurrents américains.

## Une mine de renseignements

Un des avantages de vendre au gouvernement fédéral américain, c'est que les capitaux appartiennent au secteur public, de sorte que les organismes qui dépensent doivent rendre compte de leurs achats et que ces renseignements sont donc publics. Par l'entremise du Federal Procurement Data Center ([www.fpdc.gov](http://www.fpdc.gov)) [FPDC], on peut trouver gratuitement des données sur les contrats accordés dans le passé et d'accéder à une mine de renseignements sur l'identité de l'acheteur, la nature de la dépense, l'identité des soumissionnaires, les dates d'octroi des contrats, etc.

## Stratégies d'achat

Les acheteurs disposent de plusieurs façons importantes de conclure des contrats. Les appels d'offres sont de moins en moins courants et se limitent à l'achat de biens commerciaux assorti d'exigences strictes non négociables. Par ailleurs, les demandes de propositions sont plus élaborées et s'appuient sur un genre spécial de contrat négocié, à partir de listes de fournisseurs, et administré par la General Services Administration (GSA);

il s'agit un peu d'une offre à commandes principale où sont énoncées les modalités essentielles auxquelles les vendeurs peuvent offrir leurs produits et leurs services.

## Être en ligne et en première ligne

Il est important de chercher soigneusement les occasions d'affaires sur les sites internet et par d'autres méthodes. Mais une fois que vous avez accompli ce travail, faites connaître vos produits en rencontrant les gens en personne.

## Principaux points de contact

**FirstGov.gov** ([www.FirstGov.gov](http://www.FirstGov.gov)) est votre point de départ et vous amène à la porte d'entrée principale du gouvernement américain. Il contient des liens vers tous les ministères et les organismes indépendants fédéraux. Ce site vous renseigne sur leur nature, leur mode d'organisation, l'endroit où se trouvent les clients et leurs besoins.

**FedBizOpps.gov** ([www.FedBizOpps.gov](http://www.FedBizOpps.gov)) est un site incontournable pour toute soumission adressée à un organisme fédéral. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002, il remplacera le *Commerce Business Daily*. C'est là que tous les ministères et organismes du gouvernement américain doivent afficher les avis d'appels d'offres pour les contrats de plus de 25 000 \$ US. Il vous permet aussi d'établir un profil visant les produits et les services dont vous voulez être avisés lorsqu'un appel d'offres est lancé.

Le service de jumelage pour les marchés américains ([www.ccc.ca/francais/ccb\\_services\\_bidmatching.cfm](http://www.ccc.ca/francais/ccb_services_bidmatching.cfm)) de la CCC fait le tour des appels d'offres affichés sur le FedBizOpps et supprime tout ce qui n'est pas couvert par l'ALENA.

**DoDBizOpps.com** ([www.DoDBizOpps.com](http://www.DoDBizOpps.com)) est un exemple de site qui n'affiche pas seulement les débouchés, mais qui donne également des renseignements sur la façon de faire affaire avec l'organisme.

## DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



Corporation  
Commerciale  
Canadienne

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](mailto:info@ccc.ca) internet : [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)

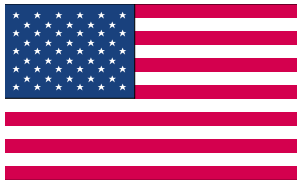
**Acquisition Reform Network** ([www.ARNet.gov](http://www.ARNet.gov)) est votre centre de documentation en matière d'approvisionnement; il contient des liens vers le FPDC et des renseignements sur les règlements concernant les acquisitions ainsi que tout ce que vous avez besoin de savoir à toutes les étapes du processus de soumission.

Les Règlements relatifs aux acquisitions fédérales (Federal Acquisition Regulations [FAR]) comportent 53 parties, dont plusieurs sont très importantes pour vous guider tout au long du processus de vente au gouvernement fédéral américain. La partie 25 traite des acquisitions à l'étranger et donne des renseignements sur les produits et les services couverts par l'ALENA ou ceux qui doivent être conformes à certaines exigences énoncées dans la loi régissant les approvisionnements fédéraux intitulée Buy American Act.

Le **Service des délégués commerciaux du Canada** ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)) et **Équipe Canada inc** ([www.exportsource.gc.ca](http://www.exportsource.gc.ca)) offrent des renseignements sur les services et les programmes à l'exportation.

Le site internet de la CCC ([www.ccc.ca](http://www.ccc.ca)) renferme d'autres liens sur les affaires avec le gouvernement fédéral américain. 🍁





# 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](mailto: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.

Logiciel révolutionnaire de sécurité

## Electramedia lauréate du prix COMDEX

**M.** Canoehead vit. Ancien membre de la troupe de comédiens Frantics, M. Paul Chato — justicier canadien à la tête d'aluminium des années 1980 — est maintenant président de G + A Electramedia, entreprise torontoise chef de file dans la conception et la réalisation de sites internet. Toutefois, il ne semble pas pouvoir s'empêcher de lutter contre le crime — aujourd'hui le cybercrime, bien sûr. En ce mois de novembre, en qualité d'exposant au pavillon du Canada à la foire COMDEX Fall 2001, G + A Electramedia a rendu public son logiciel révolutionnaire de sécurité, AccessArmor<sup>MD</sup>, qui lui a valu le prix « Best of COMDEX » du meilleur produit de sécurité.

Les prix « Best of COMDEX » sont attribués pour les technologies ou produits les plus novateurs ou marquants présentés à la foire d'automne COMDEX. Le prix remporté par Electramedia représente donc une importante réussite pour cette petite entreprise (50 employés) qui n'avait jamais participé à une foire commerciale, et à plus forte raison à COMDEX, la plus importante foire commerciale des Amériques sur la technologie de l'information (TI).

G + A Electramedia — fruit d'une alliance stratégique entre la nouvelle entreprise d'élaboration de services-médias, Electramedia, et l'entreprise torontoise chef de file dans le domaine de l'établissement de la marque et de la notoriété, Gottschalk + Ash — est une entreprise pionnière dans les applications internet pilotées par bases de données pour clients légers. L'entreprise, qui a des bureaux à Toronto, à Montréal et à Zurich, poursuit

ses activités au Canada, à Hong Kong, en Allemagne et aux États-Unis. Mercedes-Benz Canada, DaimlerChrysler, Bell Mobilité et Ernst & Young comptent parmi ses nombreux clients prestigieux.

### Sécurité garantie par changement constant du mot de passe

Le tout dernier produit de l'entreprise, AccessArmor<sup>MD</sup>, est le premier service géré d'authentification de mot de passe sécurisé pour utilisateurs d'internet. Ce logiciel garantit la sécurité des opérations sur l'internet parce qu'il remplace le processus statique d'inscription du nom d'utilisateur et du mot de passe par une technologie révolutionnaire. « La plupart des pirates informatiques volent les mots de passe existants, explique M. Chato, c'est pourquoi nous avons mis au point un système qui génère aléatoirement un nouveau mot de passe chaque fois que le système est utilisé.

L'utilisateur n'a qu'à inscrire son numéro d'identification personnel (NIP) dans le système qui génère un mot de passe sécurisé que l'utilisateur copie ensuite dans le champ du mot de passe sur l'internet. Il suffit d'une étape de plus. »

Electramedia était sur le point de lancer AccessArmor<sup>MD</sup> lorsqu'elle reçut un appel du ministère des Affaires étrangères et



M. Paul Chato, président de G + A Electramedia, avec son prix « Best of COMDEX ».

du Commerce international au sujet de COMDEX. « C'était le moment idéal, affirme M. Chato, l'intérêt d'une foire telle que COMDEX est d'avoir l'occasion de rencontrer un public très spécialisé et très ciblé. »

Ce public comprend des décideurs mondiaux dans le domaine de la TI. Comme l'explique M. Pat Fera, délégué commercial à la Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis du MAECI, « Si vous cherchez à vous faire connaître, COMDEX Fall, qui a lieu en novembre à Las Vegas, est l'endroit idéal. » Il fait état de résultats impressionnants de COMDEX Fall 2000 : 2 500 exposants, plus de 200 000 visiteurs, 3 500 représentants de médias.

Voir page 13 — Electramedia

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

# Message aux gens d'affaires canadiens

## Du ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew



Le ministre du Commerce international,  
M. Pierre Pettigrew

*Les attentats du 11 septembre contre New York et Washington (D.C.) ont eu de profondes répercussions sur la sécurité en Amérique du Nord, sur la frontière canado-américaine et, par conséquent, sur nos relations commerciales avec les États-Unis, notre plus important partenaire commercial.*

*Compte tenu de cette nouvelle réalité, nous devons faire preuve d'encore plus de vigilance pour garantir la sécurité et l'intégrité de notre frontière commune. Au cours des dernières semaines, le Canada a pris plusieurs mesures destinées à préserver les échanges bilatéraux et il continuera de collaborer étroitement avec les autorités américaines en vue de trouver des moyens efficaces de mettre ces mesures en œuvre.*

*Le Canada voudrait avant tout indiquer à ses partenaires américains, tant au sein du gouvernement que dans le milieu des affaires, sa détermination à agir, et à bien leur faire comprendre les efforts que nous déployons pour atteindre notre objectif commun, soit d'assurer la sécurité et l'ouverture de notre frontière. En qualité de gens d'affaires canadiens, vous pouvez jouer un rôle de premier plan en informant vos partenaires et vos clients américains des initiatives canadiennes qui visent à améliorer la circulation des gens et des marchandises de part et d'autre de la frontière.*

*Afin de vous aider à transmettre ces messages et de vous donner les faits essentiels dont vous avez besoin lorsqu'on vous pose des questions sur les gestes faits par le Canada depuis le 11 septembre, nous avons préparé un feuillet d'information intitulé : « La frontière canado-américaine : sûre et ouverte au commerce » (voir ci-contre).*

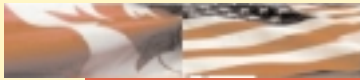
*Ce feuillet peut être facilement distribué durant des réunions d'affaires, des foires commerciales ou d'autres événements. On peut se procurer des copies supplémentaires auprès de la Direction des relations Canada-États-Unis, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, au numéro (613) 944-7960, ou sur le site internet des relations Canada-États-Unis, à la page réservée à la promotion commerciale (<http://www.can-am.gc.ca>).*

*Nous vivons à une époque où nous devons relever de nombreux défis et des défis tout à fait inédits. Mais un élément demeure constant : les liens commerciaux entre le Canada et les États-Unis sont les plus solides, les plus fructueux et les plus dynamiques au monde. Nous viendrons ensemble à bout des ralentissements temporaires que subissent soit l'économie mondiale, soit la circulation à la frontière, et c'est aussi ensemble que nous surmonterons les problèmes, comme nous l'avons d'ailleurs toujours fait.*

*En tant que ministre du Commerce international, je vous invite à participer à cet effort collectif pour aider le Canada, et donc chacun de nous, à demeurer concurrentiel et prospère.*

*Si vous avez des questions ou des inquiétudes, n'hésitez pas à téléphoner au numéro précité, le (613) 944-7960.*

*C'est ensemble que nous allons réussir.*



# LA FRONTIÈRE CANADO-AMÉRICAINNE : SÛRE ET OUVERTE AU COMMERCE

## OUVERTE TOUTE LA JOURNÉE, TOUS LES JOURS

- La frontière canado-américaine est restée ouverte tous les jours, toute la journée, depuis le 11 septembre. Contrairement à certaines informations diffusées dans les médias, la frontière n'a *jamais* été fermée.
- Le trafic est moins important qu'avant le 11 septembre, et il y a encore des retards occasionnels, surtout aux importants postes frontaliers du sud de l'Ontario et de la Colombie-Britannique.
- On peut trouver les temps d'attente sur l'Internet. Ils sont mis à jour toutes les quatre heures à l'adresse [www.ccr-aadrc.gc.ca/customs/general/times/menu-f.html](http://www.ccr-aadrc.gc.ca/customs/general/times/menu-f.html)
- De part et d'autre de la frontière, des mesures extraordinaires ont été mises en place pour réduire les retards attribuables à une vigilance accrue.
- Les organismes frontaliers canadiens et américains ont intensifié le recours aux heures supplémentaires et au personnel à temps partiel, ont annulé les congés et réaffecté leurs ressources auparavant consacrées à des activités moins essentielles, afin d'assurer la sécurité de la frontière et la circulation de voyageurs et de marchandises légitimes.

## POUR UNE GESTION PLUS « INTELLIGENTE » DE LA FRONTIÈRE

- Le gouvernement du Canada a fourni 65 millions \$US aux douanes canadiennes pour qu'elles réalisent rapidement de nouvelles initiatives fondées sur l'évaluation des risques. Les fonds serviront à implanter de nouvelles technologies destinées à renforcer l'échange de renseignements et les procédures d'examen des agents de première ligne affectés à la frontière, et à engager des agents supplémentaires.
- Le Canada s'est engagé à examiner différentes technologies de gestion « intelligente » de la frontière afin d'accélérer le passage des voyageurs légitimes.
- Plusieurs initiatives sont menées actuellement en vue d'accroître l'efficacité et d'améliorer la surveillance aux points d'entrée. Elles comprennent des entrevues conjointes d'immigration et de sécurité, le recours à des techniques de pointe telles que la lecture électronique des passeports et des plaques d'immatriculation et l'amélioration des échanges d'information entre le Canada et les États-Unis.
- Le Parlement examine des mesures législatives permettant d'accélérer le dédouanement des marchandises à destination du Canada provenant d'entreprises préapprouvées à faible risque.
- Les douanes canadiennes coopèrent étroitement avec les douanes américaines, s'occupant même des contrôles à l'exportation dans le cas des camions quittant le Canada, afin de réduire les retards.



# LA FRONTIÈRE

## UNE FRONTIÈRE SÛRE ET FLUIDE

- Après les événements du 11 septembre, le Canada a réagi énergiquement pour parer à la menace terroriste et renforcer la sécurité, non seulement dans le pays, mais aussi aux ports d'entrée, aux postes frontaliers et à l'étranger.
- Le premier ministre Chrétien a formé un comité spécial du Cabinet chargé de la sécurité publique et du contre-terrorisme placé sous la direction du ministre des Affaires étrangères, John Manley. Le comité examine les politiques, les mesures législatives, les règlements et les programmes du gouvernement afin d'adapter aux nouvelles réalités tous les aspects de l'approche canadienne de la sécurité publique.
- Le résultat immédiat se retrouve dans le plan antiterroriste du Canada (projet de loi C-36) qui vise quatre objectifs :
  - > empêcher les terroristes d'entrer au Canada et protéger les Canadiens des actes terroristes;
  - > mettre en place des moyens d'identifier, de poursuivre, de condamner et de punir les terroristes;
  - > travailler avec la communauté internationale en vue de traduire les terroristes en justice et s'attaquer aux causes profondes de la violence;
  - > s'assurer que la frontière canado-américaine reste sûre et contribue à la sécurité économique.
- De nouvelles mesures de sécurité sont mises en œuvre aux aéroports et à la frontière pour assurer la sécurité du commerce et des voyages entre le Canada et les États-Unis.
- Les procédures d'immigration et de statut de réfugié sont resserrées et de nouvelles mesures sont mises en place pour intensifier la sécurité aux ports d'entrée.
- Les organismes de sécurité canadiens continuent de collaborer étroitement aux enquêtes menées par les autorités américaines sur les attaques terroristes.
- Des ministres canadiens se sont entretenus avec leurs homologues américains ainsi qu'avec M. Ridge, le directeur de la sécurité du territoire américain, de l'importance qu'il y a à trouver des solutions immédiates pour améliorer la circulation à nos frontières.

## DES RELATIONS COMMERCIALES PRIVILÉGIÉES

- La frontière canado-américaine est un puissant symbole de l'interdépendance de nos deux pays et de leur partenariat à long terme.
- L'esprit de coopération qui règne entre les deux pays leur a assuré tous deux d'énormes avantages. Ensemble, nous avons bâti des relations commerciales d'une portée et d'une étendue sans précédent, qui engendrent un commerce bilatéral dont le volume annuel dépasse les 475 milliards \$US.
- La circulation transfrontalière sûre des marchandises et des personnes est essentielle pour la prospérité économique des deux pays. Des deux côtés de la frontière, des millions d'emplois dépendent du commerce et de l'intégration continue des deux économies.
- Le premier ministre Chrétien et le président Bush ont tous deux déclaré que la circulation des biens et des services à la frontière devrait être rétablie à la normale le plus tôt possible.

Pour plus de renseignements sur les initiatives du gouvernement du Canada relatives à la frontière, consulter les sites suivants :

Gouvernement du Canada, lutte contre le terrorisme : [http://canada.gc.ca/wire/2001/09/110901-US\\_f.html](http://canada.gc.ca/wire/2001/09/110901-US_f.html)

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : [www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp)

Agence des douanes et du revenu du Canada : [www.ccr-aadrc.gc.ca/customs/general/measures/menu-f.html](http://www.ccr-aadrc.gc.ca/customs/general/measures/menu-f.html)

— Suite de la page 9

## Participation réduite mais engagement accru

Le nombre d'inscriptions à COMDEX Fall 2001 était moins élevé, en raison du récent ralentissement économique. Mais cela ne faisait pas peur à Electramedia, bien au contraire. « Nous avons pensé que bon nombre de nos concurrents seraient absents parce que les entreprises réduisent leurs dépenses. Nous avons décidé que la foire était l'occasion d'aller de l'avant au lieu de reculer, surtout que nous voulions lancer notre produit. Les personnes présentes étaient des gens sérieux qui recherchent des produits sérieux et qui sont décidés à s'engager. »

Un des facteurs clés ayant décidé Electramedia à participer à la foire était la possibilité d'exposer au pavillon du Canada. « Nous sommes en compagnie d'autres Canadiens, affirme M. Chato, ce qui est très bien pour des novices comme nous. C'était notre toute première participation à la plus importante foire de l'informatique, ce qui était plutôt intimidant. C'est pourquoi il était extrêmement rassurant pour nous d'être sous l'aile du gouvernement du Canada. »

M. Chato appréciait l'emplacement, le prix, y compris le soutien fourni au pavillon du Canada. Étant donné que des représentants du gouvernement canadien participent à la foire depuis plus de 20 ans,

n'ont jamais participé à la foire, mais qui connaissent déjà un peu le marché américain, explique M. Fera, Il arrive parfois que des entreprises participent plus d'une fois mais, de façon générale, les entreprises y viennent pour la première fois. »

## Lauréate du prix COMDEX

# Electramedia

Cette année, le pavillon du Canada a accueilli 11 entreprises (dont Electramedia), deux agences municipales d'expansion économique et deux organismes provinciaux. Au nombre de ces exposants, il y avait le triangle de la technologie du Canada, **Databeacon Inc.**, **E-CTI Inc.**, le gouvernement de l'Alberta (par l'intermédiaire de **Alta Terra Ventures Corporation**, **Athabasca University**, **Baseline Technologies Inc.** et **Web Host Canada**), **Alberta Innovation & Science**, **Investment Attraction Branch** de l'Alberta, **Lava Computer Mfg. Inc.**, **Navitrak**, la ville de Richmond Hill (par l'intermédiaire de **A&L Computer Software Ltd.**) et **Valt-X Technologies**.

## Le pavillon offre des services à valeur ajoutée

Les entreprises qui ont exposé au pavillon du Canada ont reçu des services à valeur

n'auraient obtenue par elles mêmes. De plus, comme le pavillon est mis sur pied suivant la formule clé en main, les entreprises n'ont pas à déployer d'énormes efforts logistiques que suppose la participation indépendante. « Génial, le stand clé

en main, » affirme M. Chato. « Chacun des éléments – table, chaise, prise électrique – est facultatif et fourni contre paiement d'un supplément. Tout ce qu'il fallait faire, c'est de nous rendre sur place avec notre documentation publicitaire, de brancher notre ordinateur portable et tout était prêt. »

Selon M. Fera, « Si vous vous êtes bien préparés, et que vous avez fixé des rendez-vous avec des partenaires ou clients éventuels, si vous offrez un produit de pointe et que vous êtes prêts à vous présenter aux exposants, aux visiteurs et aux médias, vous pouvez passer de l'obscurité à la renommée. »

Ce fut certainement le cas pour Electramedia qui, après l'annonce du prix remporté, a provoqué la cohue au stand. L'entreprise a fait l'objet d'entrevues par des équipes de télévision de Corée, de Chine et du Japon, et elle a obtenu d'innombrables « tuyaux ». « La sécurité est la plus grande préoccupation à l'échelle mondiale, affirme M. Chato, et l'occasion d'être parmi les plus grands dirigeants lorsque les prix ont été annoncés et que nous avons alors remporté celui d'une catégorie aussi recherchée nous a donné l'impression de faire de la planche à roulettes sur un tsunami. »

À mesure que grossit la vague d'appels et d'attention des médias qui déferle dans le sillage de la foire, M. Chato peut être amené à se tourner vers son fidèle canoë d'aluminium. Néanmoins, un parcours sans heurts et stimulant attend cette entreprise canadienne dynamique.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Paul Chato, président, G + A Electramedia, tél. : (416) 361-6161, courriel : paul@electramedia.com internet : www.electramedia.com



M. Paul Chato (à droite), président de G + A Electramedia, avec M. Chris Lindquist, juge de CIO à COMDEX Fall 2001 tenue à Las Vegas.

le pavillon est situé dans un endroit très achalandé et bien en vue auquel la plupart des entreprises n'auraient pas accès par elles-mêmes. « Nous sommes à la recherche de petites et de moyennes entreprises qui

ajoutée, tels que des conseils sur les circuits de commercialisation, de l'aide pour l'élaboration de documents de presse et une conférence de presse offrant une couverture nettement plus étendue qu'elles

**Q**u'ont en commun un lit ajustable et un numérisateur couleurs en 3D ou un support pour ordinateur portable? Ce sont toutes des innovations canadiennes, dont bon nombre ont été exposées au Salon des soins à domicile et de la réadaptation qui a eu lieu du 24 au 26 octobre 2001 à Tokyo Big Sight, au Japon. La section com-

merciale de l'ambassade du Canada à Tokyo s'est servie de ce salon pour appuyer les entreprises canadiennes spécialisées dans des produits de soins de longue durée.

à des marques américaines et scandinaves bien connues, à des produits de fabrication moins coûteuse de l'Asie du Sud-Est et aux produits japonais de haute technologie, les représentants de l'ambassade ont pourtant poursuivi leurs efforts pour attirer l'attention des Japonais. Ils ont tiré le meilleur parti des lieux où se déroulait

- **BHM Medical** ([www.bhm-medical.com](http://www.bhm-medical.com)) — lève-malades et appareils de transfert faciles à utiliser et à entretenir pour usage résidentiel et institutionnel;
- **AbsorbPlus** ([www.absorb-plus.com](http://www.absorb-plus.com)) — produits d'incontinence pour adultes;
- **Ackerman International Inc.** — roulements à billes pour berceuses.

# Salon des soins à domicile et de la réadaptation au Japon

merciale de l'ambassade du Canada à Tokyo s'est servie de ce salon pour appuyer les entreprises canadiennes spécialisées dans des produits de soins de longue durée.

Les représentants commerciaux de l'ambassade ont fait du salon un événement encore plus utile pour les 11 entreprises canadiennes (voir ci-dessous) en créant un programme économique et informatif qui comprenait des démonstrations de produits au salon, une visite préalable à un établissement local de soins gériatriques et un cocktail à l'ambassade. Les entreprises participantes envisageaient d'exposer au salon chacune de son côté, mais grâce au soutien de l'ambassade, elles ont pu assurer une forte présence canadienne — à un coût minime — devant un auditoire de partenaires commerciaux éventuels au Japon.

## Détente avant le salon

La visite de l'hôpital gériatrique de Sagami-hara, le 22 octobre, a donné une importante occasion aux participants **Broda Seating**, **Vision Wheelchair Seating Systems** et **Bi-Op Inc.** d'évaluer le marché pour leurs produits au Japon. L'ambassade a pris des dispositions pour que les entreprises puissent faire des présentations à cet hôpital japonais moderne, de style occidental, axé sur la réadaptation et l'interaction sociale des patients.

## Au cours du salon

Compte tenu de la population vieillissante du Japon, il est certain que le secteur des soins de longue durée au pays affichera une croissance constante. Même si les produits canadiens doivent faire concurrence

le salon en organisant une visite chez les participants pour assister aux démonstrations de leurs produits et en les encourageant à mettre en commun leur expérience et leur savoir.

## Et maintenant, les démonstrations...

La plupart des 11 participants du Canada peuvent témoigner du succès de leur présence au salon. Voici un aperçu des produits de ces 11 entreprises.

- **Bi-Op Inc.** ([www.bi-op.com](http://www.bi-op.com)) — orthétique du pied;
- **InSpeck Inc.** ([www.inspeck.com](http://www.inspeck.com)) — système de numérisation en 3D, qui crée et transmet des images numériques précises d'un pied, éliminant ainsi les moules en plâtre encombrantes;
- **Broda Seating** ([www.brodaseating.com](http://www.brodaseating.com)) — fauteuils et lits spéciaux pour patients atteints de maladies dégénératives comme la chorée de Huntington;
- **Daedalus Technologies Inc.** ([www.daessy.com](http://www.daessy.com)) — supports d'appareils de communication pour fauteuils roulants, tels que ordinateurs portatifs ou synthétiseurs vocaux;
- **Garaventa (Canada) Ltd.** ([www.garaventa.com](http://www.garaventa.com)) — plate-formes d'élévation le long des escaliers;
- **Vision Wheelchair Seating Systems Inc.** — coussins, appuie-tête et appuie-cou ainsi que tables de travail pour fauteuils roulants;
- **Carroll Healthcare** ([www.carrollhealthcare.com](http://www.carrollhealthcare.com)) — lits ajustables qui peuvent être abaissés jusqu'à 17 cm du sol.
- **Verg Inc.** ([www.verg.com](http://www.verg.com)) — traceurs de tension artérielle;



## Après le salon

À la fin de la journée, l'ambassade a témoigné encore une fois de son appui à l'industrie en tenant un cocktail dont l'hôte était le ministre (Affaires économiques et commerciales), M. Peter Campbell, dans le but de favoriser le réseautage entre les entreprises canadiennes et des partenaires japonais actuels ou éventuels. On y a présenté aux sociétés canadiennes des consultants commerciaux indépendants et des intervenants importants de l'industrie japonaise.

## En rappel

La section commerciale de l'ambassade prévoit continuer ses efforts au nom des entreprises canadiennes pour les aider à nouer des relations d'affaires solides en les mettant en contact avec des représentants japonais fiables. Ces entreprises ne sont peut-être pas bien connues pour le moment, mais grâce à ce genre de soutien — et au vieillissement de la population au Japon — elles pourraient fort bien devenir des sociétés vedettes de demain.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Sara Wilshaw, déléguée commerciale, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6200, téléc. : (011-81-3) 5412-6247, courriel : [tokyo.htech@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tokyo.htech@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/](http://www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka/) ou avec M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2467, téléc. : (613) 994-2397, courriel : [jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca](mailto:jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca) 🌟

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

**S**i Hong Kong évoque pour vous fabrication de jouets, jonques et contre-façon de produits, votre conception est désuète. Il peut en avoir été ainsi il y a 30 ans, mais la réalité actuelle est tout autre.

Hong Kong est une ville prospère d'environ 7 millions d'habitants, dont l'économie repose sur l'excellence de son secteur des finances et des services aux entreprises. Hong Kong est une ville que doivent cibler, pour des raisons de nature tant stratégique que commerciale, les entreprises canadiennes dans le domaine des technologies de l'information et des communications (TIC) qui souhaitent étendre leurs activités au marché de l'Asie-Pacifique.

### Pourquoi Hong Kong?

Au cours de la dernière année, le secteur des TIC a subi un pénible recul à l'échelle mondiale. Un des marchés qui s'est avéré un refuge pour les entreprises de TIC assaillies par les difficultés est celui de la Chine. Durant les six premiers mois de 2001, les exportations canadiennes de TIC à destination du continent chinois ont bondi de 200 % comparativement à 2000!

De plus, on prévoit que la Chine restera un phare parce que Beijing accorde une importance prioritaire à l'avancement dans les TIC et que de nombreux économistes prévoient un taux de croissance annuel du PIB de 7 à 8 %. L'ouverture du marché des TIC suite à l'accession de la Chine à l'OMC ne peut qu'améliorer des conditions déjà prometteuses.

Soumise au régime « un pays, deux systèmes », Hong Kong offre aux entreprises canadiennes un accès plus facile au marché chinois, en plus des autres avantages classiques que sont l'anglais comme langue officielle, des pratiques commerciales à l'occidentale et la primauté du droit. Dotée d'une infrastructure de télécommunications et de technologies de l'information qui est de classe mondiale et d'un marché où s'exerce la libre concurrence, Hong Kong est souvent considérée par la Chine continentale comme un excellent terrain pour la mise à l'essai de nouveaux produits. L'entreprise qui réussit à Hong Kong n'aura que plus de facilité à s'implanter sur le marché de la Chine continentale.

Toutefois, il ne faut pas considérer Hong Kong uniquement comme porte de la Chine et de l'Asie. L'an dernier, Hong Kong était la troisième destination des exportations canadiennes de TIC, après les États-Unis et

le Royaume-Uni. En 2000, les exportations canadiennes de TIC vers Hong Kong ont atteint environ 481 millions de dollars, dont environ 100 millions de dollars de produits réexportés vers la Chine. Des entreprises canadiennes de toutes les tailles ont annoncé la signature d'importants contrats.

## Porte de l'Asie pour les entreprises canadiennes

# Les TIC à Hong Kong

### Débouchés

En mai, Hong Kong a publié sa nouvelle stratégie de connexion numérique au monde pour 2001 (Digital 21 Strategy: Connecting the World), qui vise à faire de Hong Kong l'une des principales villes de commerce électronique et de services numérisés au monde. La mise en œuvre de cette stratégie devrait créer de nombreux débouchés pour des entreprises canadiennes dans divers domaines, dont :

- les solutions internet et intranet;
- l'informatisation des services publics;
- les technologies de commerce électronique;
- les communications sans fil;
- les services à large bande;
- l'intégration informatique-téléphonie;
- la conception de contenu multimédia;
- la radiodiffusion numérique;
- l'externalisation des services de soutien et de consultation pour réseaux.

Les entreprises canadiennes souhaitant exploiter les possibilités offertes devraient envisager, pour commencer, de s'associer à l'une des nombreuses entreprises locales.

### Carrefour de l'Asie-Pacifique

Hong Kong, dont l'économie fondée sur les échanges commerciaux est la 10<sup>e</sup> en importance au monde, est le plus grand carrefour de l'Asie-Pacifique pour les importations et les exportations composant les échanges tant à l'intérieur de l'Asie qu'entre l'Orient et l'Occident. Sur le plan de la production, les entreprises hong-kongaises peuvent concourir à la valeur ajoutée en raison de leur connaissance des marchés d'origine et de destination.

Sur le plan financier, la réputation d'excellence de Hong Kong n'est pas à faire!

Hong Kong, qui compte 265 établissements bancaires de plus de 30 pays, offre tout ce dont les entreprises canadiennes peuvent avoir besoin, qu'elles soient à la recherche de capital-risque ou de fonds pour financer des affaires complexes représentant des milliards de dollars.

### Présence canadienne

C'est à Hong Kong que se trouve la plus importante présence commerciale canadienne en Asie, composée des bureaux locaux ou régionaux de plus de 100 entreprises canadiennes. En fait, la



Chambre de commerce du Canada à Hong Kong est, parmi toutes celles qui sont établies à l'extérieur du Canada, celle qui compte le plus grand nombre de membres, soit plus de 700.

Les entreprises canadiennes de TIC peuvent tirer parti non seulement des services spécialisés de la Chambre de commerce, mais aussi des diligents services du gouvernement du Canada dont ceux des délégués commerciaux du Canada, qui reposent sur un protocole d'entente entre Industrie Canada et l'Information Technology and Broadcasting Bureau de Hong Kong relatif à la coopération dans le domaine des technologies de l'information et des communications.

Pour des renseignements, s'adresser à :

- M. Brian Wong, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852-2) 847-7414, courriel : [brian.wong@dfait-maeci.gc.ca](mailto:brian.wong@dfait-maeci.gc.ca)
- M. Marcel Belec, MAECI, tél. : (613) 995-6962, courriel : [marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca)
- M. Dale Forbes, Industrie Canada, tél. : (613) 990-9092, courriel : [forbes.dale@ic.gc.ca](mailto:forbes.dale@ic.gc.ca)
- M. Eric Barker, Industrie Canada, tél. : (604) 666-1407, courriel : [barker.eric@ic.gc.ca](mailto:barker.eric@ic.gc.ca) 🍁

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

— Suite de la page 1

grâce au succès qu'elle a remporté récemment. Il s'agit d'un accord de trois années d'une valeur de 300 millions de dollars conclu avec une entreprise des Émirats arabes unis (É.A.U.), pour lequel l'ambassade du Canada à Abou Dhabi a servi d'intermédiaire.

La mise en rapport a abouti en juillet à la signature d'un contrat d'une valeur de 300 millions de dollars pour la distribution de 50 000 ordinateurs GeneSys II<sup>®</sup> et Ramline<sup>®</sup> de Xplore, dans plus de 30 pays au Moyen-Orient, en Afrique du Nord et dans des régions d'Asie, au cours des trois prochaines années.

# On Xplore aux É.A.U.

Xplore Technologies<sup>®</sup> Corp. a été créée en 1996 pour répondre à un besoin non comblé, celui d'un puissant ordinateur mobile sans fil à stylet qui est suffisamment robuste pour résister à des conditions extérieures extrêmes (froid, chaleur, pluie, poussière). Les clients sont des entreprises ou organismes dans les domaines de la sécurité publique, des services publics, des services sur le terrain, de la distribution par entrepôt, de la construction et des transports — toute personne devant utiliser un ordinateur pendant ses déplacements. En étroite collaboration avec ses clients, Xplore a mis au point en laboratoire ses systèmes informatiques durcis GeneSys II et Ramline<sup>®</sup>.

Au cours des deux dernières années, Xplore, société de 66 employés inscrite à la Bourse de Toronto (TSE) sous XPL, s'est implantée sur le marché nord-américain et a déployé de grands efforts pour étendre ses activités en Europe et en Asie. « Des courtiers nous ont dit que nous avons réalisés des progrès plus grands, plus rapidement, que toute autre entreprise qu'ils ne connaissent », affirme fièrement, et avec raison, M. Groh.

## Appui personnalisé de l'ambassade

C'est tout à fait naturel qu'une entreprise ayant travaillé de concert avec ses clients ces dernières années, afin de répondre à leurs besoins particuliers, bénéficie elle-même d'un appui personnalisé. Le printemps dernier, M. Groh a reçu un appel de Emaar Properties PJSC, entreprise de promotion immobilière et de technologie de l'information (TI) de Dubaï qui avait obtenu le nom de Xplore de l'ambassadeur du Canada aux Émirats arabes unis, M. Christopher Thomson.

« L'ambassadeur nous a énormément aidé, » déclare M. Groh qui n'avait jamais fait affaire avec le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC). « Il a fourni de nombreux renseignements au sujet de l'entreprise et du pays — de sa culture et de son contexte commercial. Je sais qu'il a également beaucoup travaillé auprès de notre client lui-même pour que les personnes voulues à Emaar soient au courant de notre entreprise et de ce que nous avons à offrir. »

Entreprise chef de file de promotion immobilière dans la région, Emaar est en train de diversifier ses activités en vue de devenir un important intervenant dans le domaine de la TI au Moyen-Orient et au-delà. Son président, S.E. M. Mohamed Alabbar, est aussi directeur général du ministère du Développement économique de Dubaï, qui réunit des dirigeants locaux du monde des affaires cherchant à promouvoir le développement de Dubaï et à en faire un centre de technologie de pointe. « Emaar aide à installer les communications sans fil là où elles n'existent pas, » souligne M. Groh. « Les agents commerciaux avaient entièrement raison — Emaar est un partenaire parfait pour nous. »

M. Fouad Soueid, agent commercial principal au consulat du Canada à Dubaï, a aussi fourni des renseignements sur la compagnie et le pays à M. Groh. « La plupart des exportateurs évitent le Moyen-Orient parce qu'ils craignent les difficultés. Le milieu de travail m'a beaucoup impressionné; le gouvernement des É.A.U. est très favorable à l'investissement étranger. »

## Convaincu des avantages du SDC

M. Groh est maintenant persuadé de l'utilité de faire affaire avec le SDC. « Avec

l'expérience que j'ai maintenant — l'ambassade et le consulat nous ont été d'un grand secours — dorénavant je n'hésiterai plus à m'adresser aux missions lorsque nous étendrons nos activités à d'autres pays. »

L'un des plus importants conseils que M. Groh aimerait donner à d'autres exportateurs canadiens est de prendre le temps de vérifier s'il existe vraiment des débouchés. « Si vous cherchez à faire croître votre entreprise, l'exportation est la meilleure solution, mais il faut prendre le temps d'examiner les possibilités et d'examiner le marché. Rien ne sert de déployer des efforts inutilement; les agents commerciaux connaissent vraiment les personnes clés et ils peuvent vous diriger vers les bons partenaires. »

M. Groh parle avec l'autorité d'un homme qui a trouvé une occasion « si belle qu'elle est vraie ».

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Brian Groh, président-directeur général, tél.: (905) 814-9122, sans frais : 1 888 252-9757, téléc.: (905) 814-9124, courriel : [bgroh@xplorettech.com](mailto:bgroh@xplorettech.com) internet : [www.xplorettech.com](http://www.xplorettech.com) ✨

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



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](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.

WIN  
EXPORTS



# Le Canada remporte le prix du meilleur pavillon à La Havane

**L**e Canada était fortement représenté à la foire commerciale internationale de La Havane (**Havana International Trade Fair – FIHAV**), qui s'est déroulée du 28 octobre au 4 novembre 2001, et à laquelle ont participé 57 pays. Le pavillon du Canada a accueilli environ 50 entreprises, dont une délégation de la province du Manitoba. Le troisième jour de la foire, désigné Journée du Canada, a été marqué par l'ouverture officielle du pavillon par le ministre cubain du Commerce, M. Raul de la Nuez, et par l'ambassadeur du Canada, M. Michael Small.

En plus de fournir les services de base du Service des délégués commerciaux (SDC), la Section commerciale de l'ambassade du Canada à La Havane a veillé à ce que le pavillon présente une excellente image du pays qu'est le Canada et de l'organisme qu'est le SDC. Le Canada était mis en valeur par la conception attrayante du pavillon où figuraient la représentation du drapeau flottant du

nouveau site internet du gouvernement du Canada ([www.canada.gc.ca](http://www.canada.gc.ca)), des photos agrandies portant sur le programme canadien d'expositions-mallettes



De gauche à droite : M<sup>me</sup> Virginia Ayala, assistante de commerce; M<sup>me</sup> Brigitte Walenius, déléguée commerciale; M. Tino Romaguera, agent de commerce principal; M. Francisco Rodriguez, agent de commerce; M. Sylvain Fabi, gestionnaire de programme; et M<sup>me</sup> Alicia Gonzalez, assistante de commerce principale, tous de l'ambassade du Canada à Cuba.

et des affiches du SDC ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)). Le pavillon a eu un tel succès que les organisateurs de la FIHAV ont décerné au Canada le prix du meilleur pavillon.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Brigitte Walenius, déléguée commerciale, La Havane, Cuba, tél. : (011-53-7) 204-2516, téléc. : (011-53-7) 204-2044, courriel : [havan-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:havan-td@dfait-maeci.gc.ca) 🌟

Date limite le 15 janvier 2002

## Saudi Telecommunications 2002

**RIYAD, ARABIE SAOUDITE** — 3-7 février 2002 — Tenu tous les deux ans dans le plus grand marché des télécommunications au Moyen-Orient, le salon **Saudi Telecommunications 2002** (exposition saoudienne sur les télécommunications), qui est la neuvième exposition et conférence internationale des télécommunications, offrira une occasion idéale pour présenter les technologies les plus récentes.

Dans le cadre de la phase actuelle du plus grand projet d'expansion des télécommunications du Moyen-Orient de 4 milliards de dollars américains, la demande continue d'augmenter pour toutes les catégories d'équipements, de logiciels et de services de communications.

Le salon donnera aussi la possibilité de rencontrer les principaux acheteurs et professionnels du secteur au Moyen-Orient.

L'ambassade du Canada à Riyad prévoit tenir un stand d'information dans le pavillon du Canada.

Les entreprises qui souhaitent participer au salon seulement par l'intermédiaire du stand d'information doivent faire parvenir leurs catalogues ou autres documents en au moins cent exemplaires au Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (aux soins de M. Maher Abou-Guendia ou M<sup>me</sup> Keri Holtby) au plus tard le 15 janvier 2002.

L'envoi doit porter la référence suivante : **TAMS 4216 Saudi Communications**

2002. Après l'exposition, l'ambassade transmettra aux entreprises les coordonnées des clients potentiels.

Pour plus de renseignements, notamment sur la réservation et le prix des stands, cliquer sur [www.recexpo.com](http://www.recexpo.com) ou communiquer avec M. Imad Arafat, agent de commerce, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288, poste 3360, téléc. : (011-966-1) 488-0137, courriel : [imad.arafat@dfait-maeci.gc.ca](mailto:imad.arafat@dfait-maeci.gc.ca) ou avec M. Maher Abou-Guendia, conseiller commercial principal, Direction du Maghreb et de la péninsule arabique, MAECI, tél. : (613) 944-5984, téléc. : (613) 944-7431, courriel : [maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca](mailto:maher.abou-guendia@dfait-maeci.gc.ca) 🌟

## À venir : exposition et conférence de Hong Kong sur l'infrastructure de l'information

**HONG KONG** — 7-10 mars 2002 — À l'exposition et conférence de Hong Kong sur l'infrastructure de l'information (**Hong Kong Information Infrastructure Expo and Conference, HK II Expo**), les entreprises canadiennes du secteur de la technologie de l'information et des communications (TIC) peuvent pénétrer le marché de Hong Kong et de la Chine élargie, qui offre plus de débouchés que jamais auparavant, maintenant que la Chine fait partie de l'Organisation mondiale du commerce.

Plus de 70 000 visiteurs — des particuliers et des commerçants — sont attendus à cette manifestation prestigieuse. Cette exposition vous donne l'occasion de trouver de nouveaux partenaires commerciaux, de faire connaître les applications les plus récentes de votre entreprise dans le domaine de l'électronique et des TIC et de mieux comprendre l'évolution du secteur des TIC dans l'ensemble de la région Asie-Pacifique.

Une mission commerciale à **HK II Expo** est actuellement organisée par

l'Équipe Canada — Technologies de l'information et des communications ([www.ttcinfotech.ca](http://www.ttcinfotech.ca)), qui est composée du Consulat général du Canada à Hong Kong ([www.hongkong.gc.ca](http://www.hongkong.gc.ca)), d'Industrie Canada et de plusieurs gouvernements provinciaux, en partenariat avec le Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) ([www.tdctrade.com](http://www.tdctrade.com)).

Le sous-ministre adjoint d'Industrie Canada, M. Jean-Claude Bouchard, sera le chef de la mission. Le soutien sur place sera assuré par le Service des délégués commerciaux du Canada. Le HKTDC offre gracieusement un service de liaison pour vous mettre en contact avec les entreprises de Hong Kong qui peuvent vous intéresser, avant l'ouverture de **HK II Expo**.

Les demandes seront traitées selon l'ordre d'arrivée. La date limite pour les demandes est le 1<sup>er</sup> février 2002.

Pour plus de renseignements sur **HK II Expo**, cliquer sur <http://hkiexpo.com>

Pour plus de renseignements sur la participation à la délégation canadienne, communiquer avec :

- M. Ken Fong, coordonnateur de projet, Hong Kong Trade Development Council, tél. : (416) 366-3594, courriel : [ken.kk.fong@tdc.org.hk](mailto:ken.kk.fong@tdc.org.hk)
- M. Dale Forbes, Industrie Canada, tél. : (613) 990-9092, courriel : [forbes.dale@ic.gc.ca](mailto:forbes.dale@ic.gc.ca)
- M. Eric Barker, Industrie Canada, tél. : (604) 666-1407, courriel : [barker.eric@ic.gc.ca](mailto:barker.eric@ic.gc.ca)
- M. Brian Wong, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7414, courriel : [brian.wong@dfait-maeci.gc.ca](mailto:brian.wong@dfait-maeci.gc.ca)
- M. Marcel Belec, délégué commercial, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 995-6962, courriel : [marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcel.belec@dfait-maeci.gc.ca) ✨

## Perfectionnez-vous au salon Edxpo 2002

**LE CAIRE, ÉGYPTÉ** — 16-19 avril 2002 — L'exposition et conférence du Moyen-Orient sur l'éducation, la formation et le perfectionnement **Edxpo 2002** est un salon où les établissements d'enseignement, les organismes de formation et les fournisseurs de systèmes et de technologies peuvent présenter leurs produits et leurs services sur les marchés du Moyen-Orient.

Parmi plus de 10 000 visiteurs attendus à **Edxpo**, il y aura des étudiants, des parents, des professionnels de l'éducation, des spécialistes des ressources humaines et de la formation, des responsables de l'élaboration des politiques et des chercheurs aussi bien d'entreprises privées que du secteur public.

Pour les plus de 200 exposants venus de partout dans le monde, **Edxpo** est une occasion de recruter des étudiants, de faire des ventes, de lancer de nouveaux produits, d'établir des contacts, de négocier des partenariats, de recruter des agents ou des distributeurs, d'analyser la concurrence, de faire la connaissance de leaders et de décideurs, de rencontrer des clients nouveaux ou éventuels et de mieux comprendre le secteur de l'éducation au Moyen-Orient.

Avec son économie solide — la troisième en importance au Moyen-Orient et en Afrique du Nord — et une population en croissance rapide qui a besoin de services d'éducation et de formation, l'Égypte est l'endroit idéal pour tenir **Edxpo 2002**,

d'autant plus que le gouvernement égyptien a, lui seul, alloué plus de 12,5 milliards de dollars à l'éducation, la recherche, le perfectionnement et la formation.

L'ambassade du Canada au Caire aura un stand à **Edxpo** et mettra les exposants canadiens en contact avec des clients égyptiens importants. Pour plus de détails, communiquer avec M. Tarek Abdel Meguid, agent commercial, ambassade du Canada au Caire, tél. : (011-20-2) 794-3110, téléc. : (011-20-2) 794-7659, courriel : [tarek.meguid@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tarek.meguid@dfait-maeci.gc.ca)

Pour plus de renseignements sur **Edxpo**, communiquer avec M<sup>me</sup> Maha Surani, gestionnaire de projet, Trade Links International, tél. : (011-20-2) 414-5158/-5202, téléc. : (011-20-2) 415-5212, courriel : [msurani@trade-links.org](mailto:msurani@trade-links.org) internet : [www.trade-links.org](http://www.trade-links.org)

Pour plus de renseignements sur les débouchés commerciaux en Égypte, communiquer avec M. Tarek Abdel Meguid, agent commercial, ambassade du Canada au Caire, tél. : (011-20-2) 794-3110, téléc. : (011-20-2) 794-7659, courriel : [tarek.meguid@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tarek.meguid@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada-eg.com](http://www.canada-eg.com) ou avec M. J.M. Scott-Harston, Direction du Moyen-Orient, MAECI, tél. : (613) 944-6346, téléc. : (613) 944-7975, courriel : [michael.scott-harston@dfait-maeci.gc.ca](mailto:michael.scott-harston@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/middle\\_east/country-e.asp?cid=126](http://www.dfait-maeci.gc.ca/middle_east/country-e.asp?cid=126) ✨



## Salons et conférences au calendrier

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

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

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

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

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

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

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

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

**SÉOUL, CORÉE** — 26 février–1<sup>er</sup> mars 2002 — **Expo Comm 2002** est le plus grand salon des télécommunications de la Corée, qui attirera plus de 500 entreprises d'une quarantaine de pays et accueillera certainement plus de 60 000 visiteurs. Le secteur coréen du sans fil est en plein essor, et le pays détient le record du taux de pénétration internet à large bande sur la planète.

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

**BARCELONE, ESPAGNE** — 4-8 mars 2002 — La quatorzième exposition internationale **Alimentaria**, considérée comme l'un des événements les plus marquants de l'alimentation et des boissons dans le monde, mettra en vedette 3 000 exposants de 51 pays et s'attend à recevoir plus de 117 000 visiteurs de 98 pays. L'ambassade du Canada à Madrid organisera un Pavillon canadien pour marquer cet événement.

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

**ROTORUA, NOUVELLE-ZÉLANDE** — 12–16 mars 2002 — La **Foire commerciale internationale et la conférence des industries forestières** constitue la plus

importante exposition du secteur en Nouvelle-Zélande. Ce pays, qui est en train de devenir un chef de file mondial dans le domaine de la foresterie, devra faire des investissements considérables dans de nouvelles usines de transformation, ce qui peut s'avérer une source d'occasions d'affaires pour les fabricants canadiens de machines pour l'activité forestière et pour la transformation du bois.

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

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

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

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

**LE CAIRE, ÉGYPTÉ** — 9–11 avril 2002 — **Middle East and Africa Ports and Maritime Exhibition and Conference** — Cette exposition et cette conférence, qui mettront en vedette les progrès technologiques dans le secteur des ports et des transports maritimes, constituent l'un

Voir page 20 – Salons

## Salons et conférences au calendrier — Suite de la page 19

des plus grands salons de ce genre. L'événement aura lieu à une période où le Moyen-Orient et l'Afrique subissent des réformes importantes et reçoivent des investissements considérables, et où le gouvernement égyptien a l'intention de construire de nouveaux ports et de moderniser les ports existants.

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

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

**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.

**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<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> édition de la foire-conférence asiatique internationale sur la sécurité et la protection incendie, **Asian Securitex 2002**, tenue conjointement avec **Asian Elenex**, est la principale foire internationale sur la sécurité. Elle associe les dernières

innovations en électronique de pointe aux plus récentes percées dans les technologies du bâtiment. L'intérêt que suscite l'événement est avivé par la demande en pleine croissance de solutions récentes en matière de prévention et de sécurité incendie depuis les attaques terroristes du 11 septembre dernier.

**ALGERS, 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.

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

## Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. On peut obtenir des renseignements de nature commerciale 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](http://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