



- DANS CE NUMÉRO**
- 2 Nouveaux débouchés au Maroc
 - 3 Le Conseil de commerce Canada-Pakistan
 - 4 Le marché de l'environnement tchèque, slovaque, hongrois et slovène
 - 6 Carrefour É.-U. : TechnicallyHip.ca
 - 8 CGA-Canada en Chine
 - 9 Visite d'Équipe Canada à Shanghai
 - 10 L'aéronautique française
 - 12 Japon : le capital de risque
 - 13 La formation en commerce international
 - 15 Foires et missions commerciales

• **DESTINATION : RÉUSSITE**
Services aux voyageurs d'affaires

• **LE COMMERCE CANADIEN EN REVUE**
(Voir les encarts.)

Grâce à la CCC



Gros contrat à IMP

Faut pas lâcher! C'est là le mot d'ordre que s'est imposé **IMP Group Limited, Aerospace Division (IMP Aerospace)** après l'échec en 1994 de sa tentative d'obtenir un contrat de services standard de maintenance et de réparation en dépôt (*Standard Depot Level Maintenance*) d'hélicoptères H-3 de la marine des États-Unis, qu'elle avait soumissionné avec un partenaire américain bien connu dans le cadre d'un accord général de passation de commandes (*Basic Ordering Agreement – BOA*). Non seulement l'entreprise de Halifax a-t-elle présenté une nouvelle soumission en 1998, mais elle a décidé de faire chemin seul cette fois, en recourant aux bons offices de la *Corporation commerciale canadienne (CCC)*. Le résultat? En mars 2000, IMP a décroché un contrat de réparation d'avions

militaires américains d'une valeur de 50 millions de dollars US, le plus gros qui ait jamais été attribué à un fournisseur canadien.

Depuis sa création en 1970, IMP Aerospace, filiale en propriété exclusive de IMP Group International, fournit à ses clients du secteur aérospatial militaire et commercial toute une gamme de services de soutien technique, de fabrication et de réparation. La compagnie de 1 200 employés repartis dans trois usines en Nouvelle-Écosse et affichant des revenus annuels de 140 millions de dollars, s'est taillé une réputation mondiale dans la technologie et l'entretien des hélicoptères maritimes.

Au Canada, IMP Aerospace assure des services de soutien d'ingénierie et de
Voir page 7 – IMP

1^{er} Prix de l'exportation des Premiers Peuples



Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew (à droite) présente le **Prix de l'exportation** à M. Jean-Marie Fortin, président de *Bleuets Mistassini Ltée*, lors du gala des prix d'excellence *Mishtapew*, qui s'est tenu le 4 mars dernier. La directrice des ressources humaines de l'entreprise, M^{me} Marlène Fortin, et le chef spirituel des Hurons, M. Raymond Gros-Louis, assistent à l'événement. C'est la première fois que le Prix de l'exportation, commandité par le MAECI, a été décerné. Le gala annuel, organisé par l'Association d'affaires des Premiers Peuples, s'est déroulé lors du *Salon international de l'alimentation (SIAL)* de Montréal.

(Pour en savoir davantage, rendez-vous à : www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique **Nouvelles commerciales**.)

Le capital de risque

Nouveaux débouchés au Maroc

L'environnement commercial s'est transformé radicalement au Maroc depuis une dizaine d'années. Les liens et les réseaux traditionnels ont cédé le pas à une nouvelle génération d'opérateurs marocains qui ont de l'investissement et du développement des affaires une conception qui se rapproche davantage des pratiques internationales. Cette nouvelle attitude ouverte vise aussi les services des actionnaires étrangers pour ce qui est de lancer ou de développer diverses opérations dans des secteurs en voie d'expansion. Le capital de risque est maintenant perçu au Maroc comme un facteur critique pour stimuler la croissance dans une économie en pleine mutation, qui chaque jour doit composer avec la mondialisation et l'ouverture de ses marchés.

L'intérêt que représente le secteur financier au Maroc réside dans le réseau d'affaires qu'il entretient avec l'industrie locale et dans son aptitude à juger à leur juste valeur les projets qui ne relèvent pas des secteurs traditionnellement privilégiés par les banques. Ce réseau peut constituer une source utile d'information pour les entreprises canadiennes qui étudient le marché marocain des investissements ou sont à la recherche de partenaires.

Un bref historique

Il y a à peine dix ans, l'activité bancaire au Maroc s'exerçait dans un environnement stable, très protégé par un régime de contrôles hétéroclites, incomplets et souvent dépassés. Ces dernières années, la mondialisation, la révolution technologique et la déréglementation ont toutefois mené à de profondes transformations.

Les 24 banques du Maroc ont réagi à cette évolution en diversifiant leurs produits et en se recentrant sur de nouveaux secteurs. Tous les établissements de crédit ont créé leurs propres OPCVM (organismes de placement collectifs en valeurs mobilières), SICAV (sociétés d'investissement à capital variable), fonds communs de placement et produits d'assurance, et ils ont en même temps diversifié leurs instruments d'épargne et leurs opérations de crédit.

De ces 24 banques, 18 se caractérisent par une participation étrangère plus ou moins importante à leur capital. Les investissements étrangers dans le système

financier marocain vont sans doute augmenter à l'avenir car, d'une part, les banques locales se voient forcées d'ouvrir davantage leur capital pour financer leurs acquisitions et, d'autre part, la privatisation, déjà annoncée, offrira de nouveaux débouchés aux opérateurs étrangers. Les Caisses Desjardins du Québec ont récemment signé une entente avec la BCP, une banque marocaine, pour les transferts de fonds par des Marocains résidant au Canada.

Le capital de risque au Maroc

Le capital de risque, ou capital d'investissement, est un secteur relativement nouveau au Maroc, mais on assiste présentement à un accroissement de la demande en capitaux d'investissement et à la prolifération des sociétés spécialisées, principalement en réponse aux besoins des entreprises marocaines désireuses de se moderniser.

Les opérateurs du secteur marocain du capital de risque possèdent un réseau relationnel de premier ordre avec l'industrie locale et à ce titre peuvent constituer une excellente source de renseignements pour les sociétés canadiennes et offrir des conseils à celles qui souhaitent s'implanter ou s'introduire sur le marché marocain. Les firmes canadiennes désireuses de réaliser de grands projets au Maroc ont donc intérêt à recourir à leurs services, surtout si elles envisagent de faire appel à l'ingénierie financière au niveau local.

Les dix principaux opérateurs marocains de capital de risque

- ASMA Invest
- Capital Finance
- CapitalInvest
- Casablanca Finance Group
- Faisal Finance Maroc
- (La) Financière Capitale
- Mediterranean Finance
- Moussahama
- Société maroco-émirienne de développement (SOMED)
- UPLINE INTERNATIONAL

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Leopold Battel, conseiller commercial, ambassade du Canada au Maroc, tél. : (011-212-37) 68-74-36, téléc. : (011-212-37) 68-74-15, courriel : leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca ✉

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique Occasions d'affaires.)

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

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

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

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

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

CanadExport

Abstraction faite de la situation politique actuelle, le Pakistan offre des débouchés très intéressants pour les exportateurs canadiens. Tel est le message que lance aujourd'hui le **Conseil de commerce Canada-Pakistan (CCCP)**, qui contribue à maintenir le dynamisme des

Maintenir le dynamisme

Le Conseil de commerce Canada-Pakistan

échanges bilatéraux au moyen de ses nombreux services et programmes axés sur l'exportation et l'investissement.

Depuis près de vingt ans, le CCCP — fondé à Montréal mais qui a son siège à Toronto depuis 1996 — s'emploie à remplir son mandat, soit de promouvoir les échanges bilatéraux entre le Canada et le Pakistan. Il y a actuellement plus de 50 sociétés commerciales et dirigeants d'entreprises qui sont membres de cet organisme, dont la liste de contacts compte 450 autres noms.

Les exportations et les investissements canadiens au Pakistan ont diminué ces dernières années, en partie suite à la prise du pouvoir par les militaires en octobre 1999 et aux essais nucléaires du Pakistan en 1998. Néanmoins, le président du CCCP, M. Andy Merchant, considère qu'il y a de bons débouchés pour les exportateurs canadiens, qui peuvent soutenir la concurrence des États-Unis et des pays d'Europe dans presque tous les secteurs d'activité et possèdent un avantage vu la faible valeur du dollar canadien.

Un marché « voie d'accès »

Les militaires ont jusqu'à la fin de 2002 pour remettre les pouvoirs à un gouvernement élu. Ensuite, le Pakistan — avec ses 140 millions d'habitants, sa classe moyenne en pleine croissance et sa situation géographique stratégique — sera, estime M. Merchant, « l'un des marchés les plus lucratifs dans le monde. Et le Pakistan est une voie d'accès aux marchés de la Russie et du Moyen-Orient. »

Selon M. Merchant, la principale priorité du gouvernement pakistanais pour les coentreprises est l'exploration pétrolière et gazière. Les autres débouchés éventuels se trouvent dans le secteur de la construction d'habitations, de la technologie de l'information, des

infrastructures, de l'agroalimentaire et de la pêche.

Le CCCP, de par ses nombreuses activités, favorise la création de débouchés de ce genre. Il offre régulièrement des colloques de gens d'affaires qui ont trait aux



Cérémonie de signature à Lahore entre M. Hasan Naqvi (à droite), président de CM Inc. de Markham (Ont.) et M. Ahmad Bilal Mehboob, p.d.g. d'OPSTeC, lors d'une mission commerciale organisée en janvier 2000 par le CCCP, de concert avec le MAECI. À l'arrière, le président du CCCP, M. Andy Merchant (à droite), et des représentants d'OPSTeC.

possibilités d'investissement dans divers secteurs. Un colloque sur le secteur de l'environnement a récemment été tenu, en collaboration avec l'Ontario Exports Inc. En février, à l'occasion d'une journée d'accueil où étaient admis les gens d'affaires et les investisseurs éventuels qui n'étaient pas membres, on a pu entendre des conférenciers qui représentaient divers secteurs d'activité tant du Canada que du Pakistan.

Les missions commerciales rapportent

Au cours des dernières années, le Conseil a organisé deux missions commerciales

au Pakistan, en étroite collaboration avec les délégués commerciaux du haut-commissariat du Canada à Islamabad et des consulats du Canada à Karachi et à Lahore.

En général composées de huit à dix participants, ces missions ont donné de solides résultats. La plus récente mission, en janvier 2000, a permis de créer une coentreprise réunissant la firme **CM Inc.**, entreprise de technologie de l'information qui a son siège à Markham, et l'Institut dirigé par l'Overseas Pakistanis Science and Technology City (OPSTeC) à Lahore.

Elle a aussi permis la nomination d'agents au Pakistan par la société **Fuelling Technologies Inc.**, entreprise dont le siège est à Toronto et qui s'occupe de convertir des voitures au gaz naturel.

Les missions ont jusqu'à maintenant mis en vedette les secteurs des télécommunications, de l'éducation, de l'agroalimentaire, des technologies de l'information, de la finance et de la santé, mais le Conseil envisage d'accorder une place importante aux secteurs de l'automobile et de l'environnement dans sa prochaine mission (à annoncer).

Le Conseil accueille aussi des missions de l'étranger et des dignitaires qui viennent du Pakistan et dont les visites sont habituellement coordonnées en collaboration avec le Ministère. On attend pour la fin de mai une délégation de directeurs des conseils de l'investissement du Pakistan, y compris le ministre pakistanais du Commerce et de l'Industrie.

Un rôle de direction

M. Merchant estime que l'initiative en vue d'apporter la prospérité économique au Pakistan viendra de l'étranger plutôt que de l'intérieur du pays. « J'estime qu'en tant que Canadiens nous pouvons jouer un rôle déterminant dans les efforts visant à mettre le Pakistan sur la voie de la prospérité économique. »

Ce chemin commence par des améliorations dans des secteurs de base comme la santé, l'éducation et les infrastructures. « Le pays possède l'expertise nécessaire; ce qu'il faut, c'est que les gens définissent les bonnes priorités. »

Pour financer des coentreprises canadiennes, M. Merchant préconise, parlant

Voir page 11 – Canada-Pakistan

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, RÉP HONGRIE

Le mar

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 le résumé de l'une de ces études. Pour en obtenir la version intégrale ou pour accéder aux autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

www.infoexport.gc.ca



La République tchèque, la République slovaque, la Hongrie et la Slovénie ont toutes hérité de problèmes environnementaux. La lutte contre la pollution engagée dans ces pays a créé une demande pour les produits et les services environnementaux en provenance de l'Occident.

L'essor actuel du marché de l'environnement dans ces pays s'explique surtout par leur souhait d'adhérer à l'Union européenne. Pour que leur candidature soit retenue, ils doivent mettre leur législation environnementale en conformité avec les nombreux règlements de l'Union européenne.

Les problèmes de pollution auxquels sont confrontés ces quatre pays d'Europe centrale et de l'Est se ressemblent. Des décennies d'industrialisation intensive, l'utilisation du charbon pour les besoins énergétiques et une législation environnementale inefficace ont fait d'énormes ravages. On estime que la Hongrie et la République tchèque devront dépenser de 15 à 16 milliards de dollars chacune pour se conformer aux normes européennes.

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



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

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour les industries de l'environnement en Europe.



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

www.infoexport.gc.ca

UBLIQUE SLOVAQUE ET SLOVÉNIE

ché de l'environnement

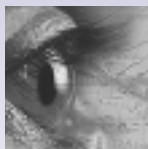
Débouchés

Dans ces quatre pays, il existe une forte demande d'équipements et de services visant à moderniser les installations de traitement de l'eau, des eaux usées et des déchets solides. Les technologies antipollution de pointe en provenance de l'Occident sont également recherchées.

Aperçu du marché

République tchèque : En 1999, le marché tchèque des équipements servant à assainir l'eau et à traiter les eaux usées était évalué à 966 millions de dollars, et on s'attend à ce que la demande d'équipements et de technologies augmente considérablement au cours des prochaines années. Les décharges contaminées pourraient constituer un débouché éventuel pour les entreprises canadiennes spécialisées dans la gestion des déchets toxiques.

République slovaque : La République slovaque est le pays qui a le plus de mal à se conformer aux normes européennes. Certes, des efforts ont été déployés, mais les questions environnementales ont été mises en veilleuse à cause des difficultés économiques que connaît le pays. À l'heure actuelle, 70 % des déchets municipaux sont enfouis sans traitement préalable et moins de 2 % des déchets sont recyclés.



Hongrie : La Hongrie représente le plus important marché des équipements de traitement de l'eau et des eaux usées des quatre pays étudiés. Ce marché se chiffrait à 1,2 milliard de dollars en 1999. Les entreprises hongroises contrôlent environ 37 % du marché et les entreprises

d'Europe de l'Ouest, 45 %. La part du marché qui revient au Canada et aux États-Unis est de 10 %.

En 1999, le marché hongrois de gestion des déchets municipaux s'élevait à 230 millions de dollars; quelque 4,3 millions de tonnes de déchets municipaux ont été traitées. Le secteur privé détient 22 % du marché de traitement des déchets en Hongrie. Ce pourcentage varie cependant : il dépasse les 50 % dans les grandes régions urbaines et est presque nul dans les petites villes. Les importations représentent environ 75 % du marché, les principaux fournisseurs et investisseurs étrangers étant l'Allemagne, l'Autriche et la France.

Slovénie : La Slovénie est le plus prospère des quatre pays étudiés en ce qui a trait aux programmes de restructuration économique, industrielle et environnementale. Le marché des équipements de traitement de l'eau et des eaux usées est relativement limité pour l'instant, mais il est en expansion. La demande d'équipements pour le recyclage et la collecte sélective continue d'augmenter.

Accès au marché

La principale réserve concernant ces quatre pays reste le financement des projets. La privatisation qui se réalise petit à petit et le souhait de ces pays d'adhérer à l'Union

européenne ont toutefois fait progresser la demande d'équipements environnementaux. À l'heure actuelle, les entreprises d'Europe de l'Ouest dominent ce marché. Les entreprises canadiennes qui veulent y percer devront être prévoyantes. Pour augmenter les chances de réussite, il importe de mener des études approfondies, d'avoir un agent sur place et de visiter le pays visé.

Ce marché vous intéresse?

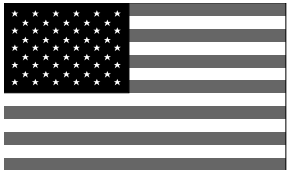
Vous souhaitez en savoir plus sur ce marché ? Nous vous invitons à lire le rapport complet intitulé *Le marché de l'environnement en République tchèque, en République slovaque, en Hongrie et en Slovénie*. Pour consulter gratuitement ce rapport préparé par notre Centre des études de marché, ainsi que des centaines d'autres, visitez le site du Service des délégués commerciaux à : www.infoexport.gc.ca

www.infoexport.gc.ca

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

Le marché de l'environnement

Consultez nos études de marché



Carrefour États-Unis

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

TechnicallyHip.ca « On est mieux chez soi »

Brent Halliday, de Greenston Venture Partners, a créé à l'intention des Canadiens un nouveau site internet amusant, tout à fait d'actualité, railleur et opiniâtre, mais il a un but sérieux. De fait, M. Halliday entend se servir de TechnicallyHip.ca (www.technicallyhip.ca) pour capter l'attention du demi-million de Canadiens qui travaillent dans le secteur américain de la haute technologie et donner à ces expatriés l'envie de rentrer au Canada.

L'idée de construire un site internet a été inspirée à M. Halliday par des Canadiens travaillant dans la Silicon Valley qui ont fondé le Moose Lounge, un lieu de rencontre où les membres se racontent leurs souvenirs du Canada en consommant de la bière Moosehead et des Smarties. Il se trouve que M. Halliday connaissait M. Handol Kim, vice-consul du Canada à San Jose, mais aussi détenteur du titre de « Head Moose » (original en chef) de ce bar, et c'est de là qu'est née l'idée de créer TechnicallyHip.ca. « Mon intention était d'adopter le ton ironique qui domine au Moose Lounge, raconte M. Halliday. Quant au nom du site, il s'inspire évidemment du groupe Tragically Hip, sans doute un des secrets canadiens les mieux connus — tout comme notre industrie de la haute technologie. »

Mais TechnicallyHip.ca se veut plus qu'un site d'auto-caricature. Il renferme également des renseignements sur l'im-

migration, les impôts et les offres d'emploi, des comptes rendus de réussites canadiennes, des forums de discussion en direct et des hyperliens sur tout ce qui est canadien, y compris le site de la Soirée du hockey.

M. Halliday croit que le site pourrait plaire aux Canadiens qui, après avoir acquis le savoir-faire américain, se rendent compte que le Canada leur manque. Il espère aussi obtenir l'appui de commanditaires nationaux désireux d'inciter les expatriés canadiens à rentrer au pays.

« Forts de leur expérience dans la haute technologie et d'un réseau de contacts, les Canadiens expatriés aux États-Unis doivent opter entre l'immigration définitive ou le rapatriement au Canada, explique M. Halliday. Jusqu'à récemment, la plupart choisissaient de poursuivre leur carrière aux États-Unis. Aujourd'hui, l'attrait de la Silicon Valley n'est plus aussi puissant, et on trouve aujourd'hui au Canada des débouchés technologiques de calibre mondial. En mettant en contact les Canadiens qui travaillent aux États-Unis et en les renseignant sur l'évolution de la situation ici, nous voulons améliorer la circulation des idées, de l'expérience, de l'information et, peut-être, des personnes. »

Et puis même s'ils ne reviennent pas au Canada, M. Halliday espère que son site permettra aux expatriés de garder leur identité canadienne.

TechnicallyHip.ca est pour le moment administré par un groupe sans but lucratif composé de dirigeants de l'industrie canadienne de la haute technologie — Greenston Venture Partners, PMC Sierra, PriceWaterhouseCoopers et A-Live Holdings. Des organismes tels que CanadalT.com, Rocket Builders et Bull, Houser & Tupper ont aussi donné leur appui au site. Le Digital Moose Lounge,



un réseau de technologues canadiens dans la Silicon Valley, entend se servir de TechnicallyHip.ca comme point de contact en direct entre ses réunions hebdomadaires.

La popularité du site est telle que 200 nouveaux membres s'y joignent tous les jours, et M. Halliday compte devoir bientôt engager plusieurs employés à temps plein pour l'administrer. « Nous avons plein d'idées, et les réactions sont formidables. Je pense que notre croissance se fera naturellement; ceux qui sont là-bas en apprendront davantage sur ce qui se passe ici, et les expatriés pourront ainsi se raccrocher un peu au Canada. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brent Halliday, Greenston Venture Partners, tél. : (604) 717-1977, courriel : bh@greenstonevc.com

[Extrait d'un article de Monica Ullman publié dans Silicon Valley NORTH (www.siliconvalleynorth.com), reproduit avec permission spéciale.]

Consultez le site de la Section commerciale des relations Canada-États-Unis (www.dfait-maeci.gc.ca/geo/usa/business-f.asp)... pour obtenir toute une gamme de renseignements sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

— Suite de la page 1

maintenance en dépôt pour les flottes d'hélicoptères CH124 Sea King et d'appareils CP140 Aurora des Forces canadiennes. Elle est également responsable des services de soutien sur place de la nouvelle flotte d'hélicoptères de recherche et sauvetage CH149 Cormorant. À l'heure

marine américaine, ainsi que pour 29 appareils Sea King de l'aviation égyptienne.

La CCC à bord

À la demande du DoD, l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense prévoit que tous les achats d'une valeur de plus de 100 000 dollars US effectués auprès des entreprises cana-

IMP Group Limited

actuelle, ses exportations vont principalement vers les États-Unis.

Destination : États-Unis

« Quelque 99 % de nos exportations sont destinées au Département de la défense (DoD) et à des entreprises des États-Unis », explique M. Derek Kinsman, vice-président au marketing international d'IMP Aerospace, qui compte Lockheed Martin, Boeing, Raytheon et Northrop Grumman parmi ses clients américains.

C'est à 1990 que remontent le premier contrat qu'IMP a obtenu du DoD et les premiers contacts établis avec la CCC. IMP avait alors conclu un accord BOA avec la marine américaine pour la réparation et la remise en état du matériel de stabilisation automatique des hélicoptères H-3.

Le nouveau contrat, d'une durée de cinq ans, prévoit la prestation de services de remise en état, de réparation, de maintenance technique et de soutien sur place pour la flotte de 60 hélicoptères H-3 de la

diennes fassent intervenir la CCC. « C'est là le plus gros contrat que nous ayons facilité en faveur d'IMP », explique M^{me} Joan Nolan, directrice de projets à la CCC. Ces



Le président et p.d.g. de IMP Group, M. Ken C. Rowe, et le capitaine C. Deitchman, commandant COMHELTACWINGLANT (en médaille) lors de la livraison du premier hélicoptère H-3 SDLM de la U.S. Navy (photo) le 18 janvier dernier.

gens-là connaissent bien les procédés à suivre et les débouchés qu'offre le marché. Il est très agréable de travailler avec eux. »

« Nous avons eu d'excellentes relations avec la CCC, confirme M. Kinsman. La Corporation nous a donné un appui solide tout au long des étapes de la soumission. Et bien sûr, la CCC a beaucoup d'expérience et veille toujours à défendre nos intérêts. »

Alors qu'approche la fin de la première année du contrat, IMP vient tout juste de livrer les huit premiers appareils remis en état dans ses usines. « Tout se déroule bien et la marine américaine semble satisfaite », dit M^{me} Nolan.

Recours aux options

Le niveau de satisfaction semble même être très élevé, puisque la marine a fait savoir à IMP qu'elle entendait se prévaloir de la première année en option (mars 2001 à mars 2002) prévue dans le BOA. « Les États-Unis ne sont pas tenus d'exercer leur option sur l'une ou l'autre des quatre

DES SOLUTIONS COMMERCIALES POUR NOS EXPORTATEURS



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

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

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

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

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

années qui restent, précise M. Kinsman. Bien sûr, cette décision nous réjouit; nous prévoyons recevoir six autres appareils d'ici juin. »

La stratégie de base de la compagnie consiste à continuer de mettre à profit les leçons tirées de son expérience auprès du ministère canadien de la Défense nationale et de solliciter d'autres contrats à l'étranger. « Bien entendu, c'est vers les États-Unis que nous nous tournons habituellement, et nous avons vu juste. À lui seul, ce contrat assure à notre entreprise une croissance de plus de 15 %. »

Forte de cette réussite et de cette croissance, IMP Aerospace est maintenant bien placée pour tirer parti d'autres possibilités offertes par le marché international. Et elle sait qu'elle peut compter sur l'appui de la CCC.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Derek Kinsman, vice-président, International Marketing, tél. : (902) 873-2250, poste 1421, fax : (902) 873-2290, courriel : impaero@impgroup.com internet : www.impgroup.com

COMMENT FAIRE AFFAIRES AVEC LE GOUVERNEMENT AMÉRICAIN?

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

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

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

Gâce à sa participation à la mission d'Équipe Canada en Chine en février, l'Association des comptables généraux accrédités du Canada (CGA-Canada) va pouvoir contribuer à créer dans ce pays l'infrastructure comptable nécessaire pour réussir dans l'économie de marché.

CGA-Canada a signé trois accords qui permettront à un plus grand nombre d'établissements d'enseignement chinois de

nationaux de comptabilité, ainsi qu'un contrat avec le prestigieux China Women's College, qui dispensera des cours de base en comptabilité dans le cadre d'un programme menant à un diplôme.

Les deux instituts nationaux, l'un à Beijing et l'autre à Shanghai, offriront des programmes de perfectionnement professionnel aux comptables et on prévoit

du commerce et des échanges.»

L'association a bénéficié, au départ, du soutien du gouvernement canadien, par l'intermédiaire du Programme de promotion de la gestion administré par l'Agence canadienne de développement international. « L'ambassade du Canada en Chine nous a ouvert de nombreuses portes », rappelle M. Hryciuk. Aujourd'hui, le programme d'études professionnelles de CGA-Canada, offert dans six universités chinoises, est entièrement autofinancé.

« CGA-Canada compte déjà, dans les secteurs public, commercial et industriel de la Chine, près de 1 800 membres et étudiants, et il y a dans ce pays un potentiel de croissance extraordinaire, ajoute M. Hryciuk. Le gouvernement estime que la Chine a besoin d'au moins 300 000 comptables chevronnés pour mener à bien sa réforme économique, moderniser les sociétés d'État et créer les marchés financiers nécessaires à l'investissement. »



Un succès sur tous les fronts

CGA-Canada en Chine

dispenser son programme d'études professionnelles, qui jouit d'une renommée mondiale, et de former ainsi les professionnels dont la Chine a besoin pour amorcer les réformes et mettre en place

qu'ils formeront plus de 10 000 comptables professionnels chaque année. « Nous travaillerons aussi de concert avec l'institut de Beijing pour mettre au point des cours spécialisés sur la fonction de contrôle, la finance et les valeurs ainsi que sur la comptabilité publique », déclare M. Bruce Hryciuk, président du conseil et chef de la direction de CGA-Canada.

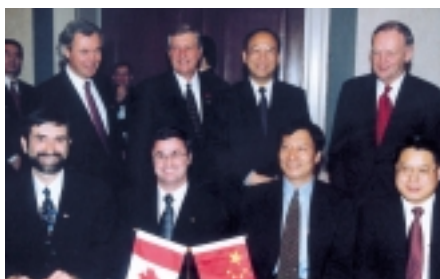
Le China Women's College, dont la fondation remonte à 1949, répond aux besoins des femmes chinoises en formation postsecondaire. Il compte actuellement trois facultés (droit, sciences sociales et administration), fréquentées par des étudiantes à plein temps, ainsi qu'un centre de formation destiné aux cadres du gouvernement et de l'industrie.

Des missions qui rapportent

Sa participation à la mission d'Équipe Canada constitue un autre exemple de l'appui continu dont jouit CGA-Canada de la part du gouvernement fédéral.

« Les cérémonies de signature ont réuni CGA-Canada et d'autres établissements d'enseignement et associations

Voir page 11 - CGA-Canada



Cérémonie de signature à Beijing. Assis, de gauche à droite: M. Guy Legault, p.d.g et M. Bruce Hryciuk, président du conseil et chef de la direction de CGA-Canada; M. Chen Xiao Yue, vice-président, Institut national de comptables de Chine à Beijing; M. Li Yong, secrétaire général de l'Institut chinois de comptables publics accrédités et sous-ministre des Finances. Debout, de gauche à droite: le ministre Pierre Pettigrew; le premier ministre de l'Ontario, M. Mike Harris; M. Zeng Peiyan, p.d.g. de la Commission d'État à la planification du développement; et le Premier ministre, M. Jean Chétien.

les marchés financiers nécessaires à son intégration dans l'économie mondiale.

Contrats et protocoles d'entente

CGA-Canada, dont le siège se trouve à Vancouver, est une association professionnelle qui représente 60 000 comptables généraux accrédités et étudiants du Canada, des Bermudes, des Antilles et des pays riverains du Pacifique. Au cours de la mission en Chine, elle a signé des protocoles d'entente visant l'utilisation de son matériel didactique avec les deux instituts

La comptabilité : servi l'avenir

Les dirigeants chinois savent que la transition de l'économie centralisée à l'économie de marché ne pourra réussir que si les activités commerciales, comptables et financières s'appuient sur une base solide en matière de gestion et de reddition de comptes. CGA-Canada, chef de file mondial en formation des professionnels de la comptabilité, est présente en Chine depuis 1993, où elle aide l'une des plus grandes économies du monde à bâtir et à moderniser son infrastructure humaine.

« Le développement d'une infrastructure comptable est une condition essentielle à la mise en place d'un marché boursier viable et d'un système bancaire normal, ainsi qu'à toute tentative de privatisation, affirme M. Hryciuk. La comptabilité est la pierre angulaire de l'investissement,

Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez www.infoexport.gc.ca et inscrivez-vous en ligne.

WIN EXPORTS

Profitant de l'effet créé par la visite récente d'Équipe Canada à Shanghai, le consulat général du Canada a organisé un festival canadien de la gastronomie de deux semaines en collaboration avec le groupe Carrefour. Ce groupe possède la principale chaîne de supermarchés en Chine, avec 27 magasins dans le pays. Le festival a eu lieu dans les deux magasins de Carrefour qui réussissent le mieux à Shanghai — Jinqiao et Gubei.

Le Ministre inaugure le festival canadien de la gastronomie

Visite d'Équipe Canada à Shanghai



La demande de produits alimentaires canadiens a augmenté régulièrement à Shanghai ces dernières années. Aussi les

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a officiellement inauguré le festival canadien de la gastronomie au magasin de Jinqiao le 14 février. Cette manifestation a obtenu un grand succès commercial. Plusieurs produits offerts en promotion étaient tous vendus avant la fin de la première semaine, et Carrefour a l'intention de retenir comme produits permanents un grand nombre, sinon la totalité, des produits offerts en promotion.

La promotion comprenait plus de 200 produits alimentaires canadiens, tous faciles à obtenir à Shanghai. Plus de 15 entreprises canadiennes ont participé au festival, lequel faisait la promotion du bœuf, des vins, des vins de glace, de la bière, de jus de fruit, de bonbons, de biscuits, du sirop d'érable, de la margarine et des fruits de mer congelés du Canada, comme aussi de divers produits alimentaires à valeur ajoutée : aliments congelés et pour le micro-ondes, grignotines, thé, café, compote de pomme, produits de santé et légumes.

Le festival canadien de la gastronomie a été une excellente occasion de mieux faire connaître au consommateur local la qualité et la diversité des produits alimentaires canadiens offerts à Shanghai.

fournisseurs canadiens sont-ils en train d'explorer de nouveaux moyens de rendre leurs produits disponibles pour les consommateurs chinois.

Le consulat général organise souvent des dégustations de vins, des promotions en magasin, des colloques sur l'alimentation, des dégustations d'huîtres et divers autres programmes de sensibilisation pour mieux faire connaître ces produits alimentaires canadiens de grande valeur.

Les magasins du groupe Carrefour sont uniques en Chine : on y vend des produits chinois dans un supermarché moderne, en même temps que des produits courants et des aliments de spécialité importés et à valeur ajoutée. Ces

produits alimentaires de haute qualité et provenant de Chine aussi bien que de l'étranger, réunis dans un décor moderne, font des magasins Carrefour de Shanghai des supermarchés favoris tant pour les habitants de la ville que pour les expatriés. Ces caractéristiques font aussi des magasins Carrefour un choix idéal pour présenter le festival canadien de la gastronomie.

Pour mieux faire connaître cette manifestation, le consulat général du Canada a conçu et distribué en 8 000 exemplaires un dépliant promotionnel qui affiche le logo d'Équipe Canada. La réaction des consommateurs à cette promotion était étonnamment enthousiaste, phénomène qui a confirmé l'évolution et le raffinement croissants des goûts des consommateurs de Shanghai. Les aliments congelés et les produits de confiserie se sont vendus très rapidement.

Pour plus de renseignements sur la commercialisation de produits alimentaires



M. Alain Huang (2^e de gauche), directeur de l'expansion des affaires à Manatco Trading House Co. Inc., s'entretient avec le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew. Entre eux on aperçoit M. Philippe Hery, directeur régional de la région Est de Carrefour.

sur le marché chinois, on peut contacter M. Henry Deng, agent de commerce principal, consulat général du Canada à Shanghai, tél. : (011-86-21) 6279-8400, téléc. : (011-86-21) 6279-8401, courriel : henrydeng@shanghai.gc.ca 🍁



L'industrie aéronautique française joue un rôle de chef de file sur le marché des avions de type Airbus, des avions d'affaires, des hélicoptères, des moteurs et des équipements. Bien que ce secteur ait souffert de la réduction des budgets de défense, il a cependant profité de la croissance mondiale. En 2000, le

consolide ainsi sa position avec 45 % du marché mondial.

Enfin, le lancement de l'avion de transport militaire A400M constitue l'un des principaux programmes européens de défense. Airbus propose le programme d'avion de transport militaire A400M pour remplacer les C-130 Hercules ainsi que les

Canada, afin d'y élargir leur présence auprès de leur clientèle nord-américaine.

Du côté des fournisseurs canadiens, **Pratt & Whitney Canada** est le seul constructeur des turbopropulseurs pour ATR 42/72 alors que des firmes comme la **Magellan Aerospace**, la **Messier-Dowty**, la **GE/Honeywell Canada** ou la **BAE**

Un marché en plein envol

L'aéronautique française

chiffre d'affaires du secteur, en hausse de 2,6 %, dépassait les 39 milliards de dollars. Ses produits sont destinés principalement au marché civil et, 76 % à l'exportation.

La société européenne Airbus détenait, en 2000, 46 % du marché mondial des ventes d'aéronefs civils. Au cours des quatre prochaines années, il lui faudra produire 1 626 aéronefs. Le rythme des livraisons est en hausse, et l'objectif à atteindre est de 400 appareils d'ici 2003.

La mise en service de l'A380 d'Airbus, le plus grand projet de l'aviation civile, est prévue pour le début de 2006. Huit compagnies aériennes ont déjà exprimé leur intérêt pour le modèle du A380-800 qui comprend entre 480 et 550 sièges, ce qui représente un total de plus de 60 exemplaires, dont un tiers de cargo. L'assemblage du A380 et des autres gros porteurs se fera à Toulouse, et l'aménagement intérieur à Hambourg. Toulouse confirme ainsi son rôle de pôle européen de l'aéronautique. Le super-jumbo créera 160 000 emplois en Europe, dont quelque 10 000 emplois directs en France. Le seuil de rentabilité du A380 est de 250 appareils vendus; ce programme coûtera entre 14,8 et 18 milliards de dollars.

En ce qui a trait au marché des avions d'affaires, la société française Dassault a vendu 90 jets Falcon, soit près de 50 % du marché mondial du haut de gamme, pour atteindre un chiffre d'affaires de 8,5 milliards de dollars canadiens.

La fabrication de l'hélicoptère de transport NH90 sera le résultat d'un partenariat entre Eurocopter, AgustaWestland et Fokker, et portera sur 196 appareils. Eurocopter

C-160 Transall de sept pays européens, dont les besoins s'élèvent à 225 appareils. Ce programme sera géré par Airbus Military Company et EADS Military Transport Division. Ce projet offre la possibilité aux fabricants de moteurs européens de mettre au point un nouveau turbopropulseur. En outre, plusieurs com-

EUROPE

panies européennes se sont associées pour présenter une offre commune. Le coût du développement et de l'achat par la France de 50 appareils est évalué à 8,5 milliards de dollars.

Les relations commerciales Canada-France

Les importations françaises de matériel aéronautique canadien représentaient 542 millions de dollars en 1999, soit 25 % des exportations totales du Canada vers ce pays. L'essor des liaisons aériennes régionales ouvre de nouveaux créneaux aux fabricants. Les compagnies régionales Air Littoral et Brit'Air opèrent des flottes respectives de 19 et de 20 CRJ, et cette dernière a commandé ferme 12 exemplaires du CRJ700 ainsi que 4 exemplaires du nouveau CRJ900. Plusieurs groupes français, dont le Zodiac-Intertechnique, le Thales Avionics/Sextant et le Liebherr Aerospace participent à la fourniture des différents systèmes requis pour ces appareils. Le Eurocopter, le Thales Avionics et le Liebherr Aerospace poursuivent également le développement de leurs activités de soutien et de service au

Systems Canada sont devenues des fournisseurs ou des sous-traitants de pièces et d'équipements pour Airbus. En outre, **Bombardier Aérospatiale** est le plus grand fournisseur non européen de structures et d'attaches d'ailes d'A330/340.

Pour sa part, **Air Canada** est l'un des plus importants opérateurs nord-américains d'Airbus dont elle exploite 103 appareils sur l'ensemble de la gamme. En outre, Air Canada a été le client de lancement pour l'Amérique du Nord des long-courriers A340-500/600 avec l'achat de deux appareils A340-500 et de trois A340-600.

Les débouchés

Bien que des occasions de participation aux programmes Airbus existent, le processus de réduction du nombre des fournisseurs engage ceux-ci à livrer des systèmes intégrés complets, ce qui inclut la conception, l'ingénierie, l'assemblage et le contrôle final, pour des contrats de longue durée. Les industriels canadiens qui s'intéressent aux nouveaux programmes, comme le A380 ou le A400M, doivent évaluer les possibilités d'alliances avec d'autres sociétés européennes ou nord-américaines déjà partenaires, afin de satisfaire à des exigences particulières. Le coût croissant des programmes civils ou militaires européens conduit les industriels à rechercher des partenaires internationaux, afin de les associer dans des accords de représentation croisés, de coproduction ou de développement conjoint de produits de haute technologie.

Pour percer le marché, il faut une présence régulière. La promotion de produits

Voir page 11

doit en valoriser les avantages comparés, tels les technologies nouvelles, la qualité supérieure, la certification ISO ainsi que les livraisons à coûts compétitifs. Par ailleurs, une démarche plus en amont signifiera la prise en charge d'une partie des coûts de développement, dont l'amortissement sera réparti sur la durée du programme.

En ce qui concerne le marché de la défense, la Direction générale pour l'armement (DGA) est l'organisme chargé de l'identification des besoins en matière d'équipement et de l'achat de matériel de défense pour les forces françaises. Le processus d'approvisionnement est complexe et suit des règles précises. Pour obtenir des précisions sur les marchés en cours, rendez-vous sur le site : www.defense.gouv.fr/dga/

À ne pas manquer

Les entrepreneurs canadiens du secteur de l'aéronautique qui voudraient faire valoir leurs produits et leurs services ainsi qu'établir des contacts avec des clients et des partenaires éventuels ne devraient

pas manquer le **Salon de l'aéronautique de Paris** (www.paris-air-show.com). Il s'agit là de l'événement international majeur de l'industrie de l'aéronautique et de l'aérospatiale. Organisé tous les deux ans, le salon aura lieu au Bourget, du **17 au 24 juin** prochain.

Grâce à la participation de l'industrie canadienne à des forums ainsi qu'à des événements européens de ce genre, cela permettra d'y rencontrer des partenaires régionaux et commerciaux, et de mieux suivre l'évolution des normes européennes et des certifications techniques qui peuvent constituer des obstacles à ce marché.

Le regroupement des entreprises canadiennes sous un même pavillon accentuera leur présence et mettra en valeur la capacité de l'industrie aérospatiale du Canada. Il s'agit d'une occasion unique pour les entreprises canadiennes de faire valoir auprès de leurs clients leurs performances et leurs réussites.

Pour plus d'information sur le **Salon de l'aéronautique de Paris**, rendez-vous à

la rubrique « **Foires et missions commerciales** » du site internet de *CanadExport* : www.infoexport.gc.ca/canadexport

Pour plus d'information sur l'industrie aéronautique française, contactez M. Guy Ladequis, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011 33 1) 44-43-23-59, téléc. : (011 33 1) 44-43-29-98, courriel : guy.ladequis@dfait-maeci.gc.ca 🌟

Canada-Pakistan

— Suite de la page 3

au nom du Conseil, un rôle d'investisseur pour les caisses de retraite et les institutions financières du Canada. « Ces institutions peuvent jouer un rôle important en finançant les entreprises canadiennes qui souhaitent faire des affaires au Pakistan. Le Pakistan est un marché sûr; le pays n'a jamais fait défaut de paiements. C'est une situation où tout le monde gagne, tant les entreprises canadiennes que les sociétés d'investissement. »

Pour plus d'information, communiquer avec M. Andy Merchant, président, tél. : (905) 763-8281, téléc. : (905) 763-8104, courriel : cpbc@home.com 🌟

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique *Associations/Conseils commerciaux*.)

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M^{me} Judith Walker, Communications et relations gouvernementales, CGA-Canada, tél. : (604) 605-5108, courriel : jwalker@cga-canada.org internet : www.cga-canada.org 🌟

CGA-Canada en Chine — Suite de la page 8

professionnelles — chinois aussi bien que canadiens — et accru les possibilités de collaboration future, souligne M. Hryciuk. Les réseaux créés avec vos pairs, sur l'avion et dans le pays d'accueil, constituent un véritable facteur de valeur ajoutée de ces missions. »

Quelque 19 universités et 13 collèges communautaires canadiens participaient à la mission, attirés par l'énorme marché chinois des services d'éducation. La mission a indubitablement renforcé la réputation de CGA-Canada comme leader mondial dans la formation de comptables professionnels.

Programme d'études professionnelles de CGA

Faisant appel aux nouvelles technologies (CD-ROM et Internet), le programme de CGA intègre la déontologie aux innovations les plus pointues de la comptabilité, de la vérification, de la finance et de la fiscalité, et donne aux comptables agréés les compétences nécessaires pour occuper des postes de haute responsabilité dans les secteurs public et privé.

« Les pays en transition comme la Chine savent que cette réforme ne peut se faire sans la mise en place d'un système comptable permettant de mesurer le rendement financier au niveau de l'entreprise, dit M. Guy Legault, président-directeur général de CGA-Canada. Notre réussite est telle que le titre de CGA est déjà le titre professionnel étranger de prédilection pour les comptables et les étudiants en comptabilité du pays le plus peuplé du monde. »

365 jours par an!

Canadexport en direct : www.infoexport.gc.ca/canadexport
« branché » sur les marchés du monde

Canadexport en direct : Commanditaires



TOKYO et KOBE, JAPON — juin 2001 — L'ambassade du Canada à Tokyo invite les entreprises du secteur de la technologie internet et sans fil à s'inscrire à la foire **Pensez Canada – Pensez capital de risque**, qui se tiendra à Tokyo et Kobe, au Japon, de concert avec le festival « Pensez

renseignements sur l'internet. Avec l'approche de la technologie de troisième génération (3G), la demande en réseaux d'arrière-plan, en services d'accès et en technologies de transfert, en logiciels et en dispositifs 3G intégrés augmente rapidement.

Ventures, ainsi que de nombreuses entités semblables d'origine étrangère, telles **Whitney & Co.**, **Schroder Ventures** et **H&Q Asia Pacific**. Les représentants de plusieurs grandes entreprises à la recherche d'alliances stratégiques, dont NTT DoCoMo, Toshiba, Mitsubishi et Sony, seront aussi présents à cet événement, qui se déroulera dans l'auditorium de 230 sièges de l'ambassade du Canada.

Pensez Canada au Japon

Le capital de risque

Canada 2001 ». Douze entreprises qui ont un intérêt marqué et des projets bien définis pour le Japon seront choisies pour participer à ces événements, qui seront accueillis par les deux plus gros centres économiques du pays.

« Pensez Canada 2001 » marque le lancement officiel du Programme de capital-risque, mis sur pied par l'ambassade canadienne à Tokyo dans le but d'accroître les liens d'échanges et d'investissement entre le Canada et le Japon dans des secteurs autres que ceux des richesses naturelles et des matières premières. Avec l'aide du consulat général du Canada à Osaka et de partenaires au Canada même, l'ambassade fait la promotion des débouchés qui existent pour d'autres industries, en particulier les nouvelles entreprises dans les domaines de la technologie de l'information et de la biotechnologie, en les aidant à former des alliances financières, stratégiques ou technologiques avec des sociétés canadiennes ou japonaises de capitaux de risque.

La technologie sans fil au Japon

Vu l'immense popularité du mode-i au Japon — la version japonaise des téléphones WAP donnant accès à l'internet — ce pays est à l'heure actuelle l'un des marchés les plus prometteurs et les plus dynamiques au monde pour le développement de la technologie sans fil. Les liaisons sans fil sont aujourd'hui plus nombreuses que les liaisons fixes en raison de l'utilisation grandissante, chez les Japonais, des dispositifs sans fil pour télécharger de la musique, participer à des jeux, faire leurs achats et trouver des

Par ailleurs, les Japonais utilisent aussi davantage leur ordinateur personnel, faisant croître le marché des logiciels de plus de 20 % chaque année. La fusion des technologies internet et sans fil a donné



lieu à une pénétration élevée de la téléphonie cellulaire et à la conception de contenus internet accessibles sans fil au Japon.

La technologie sans fil et l'internet

« Pensez Canada – Pensez capital de risque » est un excellent point de départ pour les spécialistes canadiens à la recherche de débouchés internationaux. Tant à Kobe qu'à Tokyo, chacune des entreprises choisies disposera de 20 minutes pour exposer son plan d'affaires, ses projets et ses attentes face au marché japonais, de même que ses besoins en matière de financement et de partenariats, à un auditoire réunissant des sociétés de capital de risque, des investisseurs et des partenaires stratégiques japonais. La deuxième journée dans chaque ville pourra être réservée à des activités et rencontres personnelles, qui peuvent être organisées durant la première journée ou même avant.

Tokyo, 4-5 juin

C'est à Tokyo que se trouvent la majorité des principales sociétés de capital-risque du Japon, notamment JAFCO, NIF, CSK

Kobe, 6-7 juin

On trouve au Kansai, région où est située la ville de Kobe, plusieurs gros protagonistes du secteur de l'électronique, dont le géant du sans fil Kyocera, et d'autres comme Omron, Matsushita et Nintendo. Les représentants de plusieurs sociétés de capital de risque du Kansai spécialisées dans les projets d'aide aux entreprises de la région seront aussi présents. L'événement se tiendra à la Chambre de commerce et d'industrie de Kobe, avec la collaboration de HERO (organisation de développement économique Hanshin-Awaji), du parc de recherche de Kyoto et du bureau du JETRO à Osaka.

Des activités personnelles à caractère professionnel, y compris des rencontres avec vos homologues japonais, peuvent être organisées dès votre arrivée en consultation avec l'ambassade du Canada à Tokyo ou le consulat général du Canada à Osaka.

Pour organiser de telles rencontres et des activités, s'adresser à M. Avi Salsberg, agent commercial, section de l'investissement, de la technologie et de la science, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6330, poste 3327, téléc. : (011-81-3) 5412-6254, courriel : avrom.salsberg@dfait-maeci.gc.ca

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

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

Au moment où l'informatique fait disparaître les frontières et où les entreprises étendent leur influence à travers le monde, il devient de plus en plus pressant d'acquiescer des compétences en commerce international. Mais comment surmonter les obstacles suscités par la diversité des langues et des cultures? Comment trouver les bons contacts à l'étranger? Comment vendre de façon rentable sur des marchés très compétitifs?

Les personnes capables de répondre à ces questions sont de plus en plus recherchées. Voici donc **FITThabilité**, un cours de formation pratique par étapes, mis au point par des experts en la matière. Offert par le Forum pour la formation en commerce international (Forum for International Trade Training – FITT), le programme **FITThabilité** couvre tous les aspects essentiels que doivent connaître ceux et celles qui se lancent sur le marché mondial. Des milliers de personnes ont déjà suivi les cours, qui sont dispensés en direct ainsi que par l'entremise de divers collèges, universités et organisations privées à travers le Canada.

Il suffit d'un ordinateur pour apprendre

Pour suivre les cours en direct, il suffit de posséder des connaissances de base en informatique et d'avoir accès à l'internet par PC ou Mac. Une fois inscrit, les participants peuvent naviguer d'un cours à l'autre à leur propre rythme, à partir d'un endroit qui leur convient. Au cours de la période d'instruction, ils peuvent demander conseil à un expert en commerce international, consulter un manuel détaillé, obtenir de l'aide en direct et bénéficier d'un soutien technique spécialisé.

FITThabilité comprend un vaste éventail de cours, d'une durée de 40 heures et débutant à diverses dates tout au long de l'année. « Entrepreneurat mondial » donne un aperçu des éléments fondamentaux du commerce international. « Marketing international » et « Marché international : entrée et distribution » expliquent comment mettre en marché des produits et des services à l'étranger. « Financement du commerce international » explore les diverses facettes du financement ainsi que les choix possibles. « Recherche en commerce international » aide les participants à comprendre en profondeur les marchés visés. Et ce n'est là qu'un échantillon des cours disponibles.

Dans le cadre de leur formation, les participants effectuent des études de marché et élaborent des plans de

La formation en commerce international

marketing pour des entreprises canadiennes. Les résultats ont été si prometteurs que certains ont été embauchés avant même d'avoir terminé leurs travaux scolaires.



Forum pour la formation
en commerce international

FITT

Accréditation professionnelle

Les cours mènent à l'obtention du titre de Professionnel accrédité en commerce international (PACI), première désignation professionnelle à être attribuée au Canada pour l'acquisition de compétences en commerce international. Lancé en 1997, le titre de PACI est de plus en plus reconnu au Canada comme une marque d'expertise. Selon M^{me} Judy Bradt, directrice des marchés publics à l'ambassade du Canada à Washington, ce titre représente beaucoup plus que l'acquisition d'une formation : il désigne une personne d'expérience, un stratège éprouvé, un communicateur habile, un interprète culturel qui possède les qualités nécessaires pour réussir aujourd'hui sur les marchés mondiaux de demain.

Qu'est-ce que le FITT?

Le FITT est une organisation professionnelle à but non lucratif, d'envergure nationale, qui a pour mandat de mettre au point et de réaliser des programmes et des services de formation, d'établir

une certification et des normes pan-canadiennes, et d'assurer le perfectionnement professionnel continu en commerce international.

Le FITT est un partenaire stratégique d'Équipe Canada Inc (www.tcm-mec.gc.ca)

et reçoit aussi un appui financier de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) (www.edc-see.ca) dans le cadre d'une entente de coopération de trois ans, la SEE est un commanditaire important de la conférence 2001 du FITT.

Conférence 2001 du FITT

Les 3 et 4 juin 2001, la Région de la capitale nationale accueillera la conférence annuelle du FITT. Le programme comprend des ateliers, des expositions et des activités de réseautage. Les participants pourront côtoyer des décideurs de l'entreprise privée et du secteur public et apprendre directement des professionnels. Le 4 juin se donnera un atelier sur les marchés les plus populaires à l'heure actuelle; des délégués commerciaux canadiens venus de divers pays décriront les marchés les plus prometteurs ainsi que les débouchés et les tendances en affaires qui s'y présentent.

Pour de plus amples renseignements sur les cours de **FITThabilité** ou pour s'inscrire, communiquer avec le Forum pour la formation en commerce international, tél.: 1 800 561-3488 ou (613) 230-3553, téléc.: (613) 230-6808, courriel: corp@fitt.ca internet : www.fitt.ca

Pour des renseignements sur la conférence de juin 2001, communiquer avec Osprey Associates, tél.: (819) 827-5931, courriel: conference@fitt.ca ❄

Appels d'offres sécurisés pour les fournisseurs de matériel de défense de l'OTAN

Un nouveau système électronique perfectionné et sécurisé d'appels d'offres, le système eBid, a été présenté récemment aux fournisseurs de matériel de défense de l'OTAN sur le nouveau site internet de la NAMSA. Le système eBid est une plateforme puissante qui donne aux fournisseurs qualifiés du monde entier la possibilité de soumissionner des contrats de ravitaillement et qui fait appel à un cryptage 128 bits, ce qui permet de garantir la confidentialité des offres.

Le site eBid offre aux fournisseurs qualifiés la possibilité de choisir, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, parmi les appels d'offres émis par la NAMSA à l'aide de critères tels que le numéro de nomenclature OTAN (NNO), le numéro de pièce, la date, le code CAGE ainsi que de mots-clés. La soumission d'offres correspondant aux articles sélectionnés se fait grâce à un formulaire en ligne sécurisé indiquant la date de livraison, le numéro de pièce et le prix (exprimé dans la monnaie de n'importe quel pays membre de l'OTAN). Un champ est également prévu pour les messages

en texte libre. Grâce à eBid, les nouveaux marchés d'approvisionnement touchant les 38 systèmes d'armes différents dont la NAMSA assure le soutien sont maintenant publiés sur internet.

Pour obtenir des informations générales sur la NAMSA ou des précisions sur ses activités d'achats, les fournisseurs intéressés peuvent consulter son site internet : www.natolog.com

Pour accéder à eBid, il suffit aux fournisseurs de s'inscrire sur le site www.natolog.com. Lorsque leur candidature aura été vérifiée par la NAMSA, ils recevront un code d'identification et un mot de passe.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Michel Soudrais, directeur adjoint, Achats, & avocat de la concurrence, tél. : (011 35 2) 3063-6568, téléc. : (011 35 2) 3063-4566, courriel : ebid@namsa.nato.int

On peut aussi consulter une étude de marché sur la NAMSA en accédant au site internet du Service des délégués commerciaux à www.infoexport.gc.ca 🍁

Édition 2001 des prix des agents du service extérieur

En qualité d'exportateur canadien, si vous avez reçu dernièrement un excellent service de la part d'un agent du service extérieur canadien, au Canada ou dans une de nos missions — un agent consulaire, un agent d'immigration, un délégué commercial ou un analyste politique — nous aimerions le savoir.

Les **Prix des agents du service extérieur canadiens** ont été institués en 1990 par l'Association professionnelle des agents du service extérieur (APASE) pour souligner et encourager l'excellence dans le service extérieur canadien. Les prix sont accordés dans le cadre d'un processus de candidatures ouvertes. Nous serions donc très heureux de recevoir des mises en candidature de la part des gens d'affaires qui ont eu d'étroites relations de travail avec le service extérieur.

Les mises en candidature seront examinées avec soin par un jury indépendant et chaque candidature sera jugée en fonction des critères suivants : initiative et créativité; service dévoué à l'endroit du Canada et des Canadiens; empathie pour la culture dans laquelle l'agent ou l'agent(e) travaille; et capacité d'inspirer les collègues et les contacts professionnels. En plus d'indiquer les raisons de votre choix, veuillez nous fournir un témoignage d'appui ou les noms, adresses et numéros de téléphone et de télécopieur de personnes avec qui nous devrions communiquer.

La date limite de réception des candidatures est le **30 avril 2001**. Envoyez votre candidature par télécopieur à l'Association professionnelle des agents du service extérieur au (613) 241-5911. Les prix, accompagnés d'un montant en argent, seront remis lors d'un souper de l'APASE au Centre national des Arts, à Ottawa, le jeudi 7 juin 2001.

Pour plus de renseignements, communiquer avec le bureau de l'APASE en composant le (613) 241-1391 ou voir le site internet de l'APASE à www.pafso-apase.com 🍁

Club d'affaires canadien au Maroc

Au Maroc, le Club d'affaires canadien réunit des représentants d'entreprises canadiennes ainsi que la Chambre de commerce du Canada au Maroc, le nouveau Réseau d'affaires canado-marocain au Québec et la Banque centrale populaire. L'objectif est de créer de la synergie entre les gens d'affaires canadiens, d'aider les nouveaux exportateurs canadiens que le marché marocain intéresse et de faciliter l'échange d'information.

À la réunion du Club tenue le 7 février à Rabat, les discussions ont surtout porté

sur les stratégies à adopter pour faire la promotion des relations économiques bilatérales et des partenariats entre gens d'affaires marocains et canadiens, ainsi que sur un plan de travail qui comporte diverses initiatives, dont des missions commerciales au Canada.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Leopold Battel, conseiller commercial, ambassade du Canada, Rabat, tél. : (011-212-37) 687-436, téléc. : (011-212-37) 687-415, courriel : leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca 🍁



M. Leopold Battel (6^e de droite) avec les membres du Club à Rabat.

Promotion d'aliments et de boissons du Canada en Asie du Sud-Est

SINGAPOUR/JAKARTA/MANILLE — 14-18 mai 2001 — Vous êtes une entreprise canadienne du secteur des aliments et boissons? Si vous cherchez à exporter vos produits à destination des détaillants alimentaires, des hôtels, restaurants et fabricants d'aliments de l'Asie du Sud-Est ou que vous souhaitez élargir votre part de marché, rendez-vous à la **Promotion d'aliments et de boissons du Canada en Asie du Sud-Est!** Organisé par Agriculture et Agroalimentaire Canada et par le MAECI, en partenariat avec le ministère de l'Agriculture, de l'alimentation et des affaires rurales de l'Ontario ainsi qu'avec l'Association canadienne des exportateurs de produits alimentaires, cet événement comporte la visite de trois villes clés où vous pourrez rencontrer des clients éventuels venus de tous les coins de la région. C'est là une occasion unique de présenter vos produits, d'offrir des échantillons, d'établir un réseau de contacts locaux dans le secteur des aliments et

boissons, et de participer à des rencontres individuelles organisées d'avance.

Pour participer ou pour avoir plus de renseignements sur la **Promotion d'aliments et de boissons du Canada en Asie du Sud-Est**, s'adresser à M^{me} Kim Otte, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél.: (613) 759-7535, téléc.: (613) 759-7506, courriel: ottek@em.agr.ca internet: <http://atr-riae.agr.ca/outreach2001/welcome-f.htm>

Pour plus de renseignements sur les débouchés concernant les produits agricoles, les aliments et boissons, le poisson et les fruits de mer en Asie du Sud-Est, s'adresser à :

- M. Francis Chan, agent commercial, haut-Commissariat du Canada à Singapour, tél.: (011-65) 325-3200, téléc.: (011-65) 325-3294, courriel: francis.chan@dfait-maeci.gc.ca internet: www.infoexport.gc.ca/sg
- M. Hermawx Hermawan, agent commercial, ambassade du Canada à Djakarta, tél.: (011-62-21) 525-0709,

téléc.: (011 62 21) 571-2251, courriel: hermawan@dfait-maeci.gc.ca internet: www.infoexport.gc.ca/jakarta

- Butch dela Cruz, agent commercial, ambassade du Canada à Manille, tél.: (011-63-2) 867-0095, téléc.: (011-63-2) 810-1699, courriel: butch.dela-cruz@dfait-maeci.gc.ca internet: www.dfait-maeci.gc.ca/manila 🇵🇭

Mission NEXOS au Royaume-Uni

BIRMINGHAM, ROYAUME-UNI — 5-7 juin 2001 — **PAIGNTON, TORBAY, ROYAUME-UNI** — 12-14 juin 2001 — Le haut-commissariat du Canada à Londres et la délégation générale du Québec à Londres invitent les entreprises canadiennes du secteur de l'environnement à participer à une mission NEXOS (Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers) et à visiter l'**Exposition sur la technologie environnementale (ET2001)**, qui se tiendra à Birmingham, et l'**Exposition internationale sur la gestion des déchets (IWM)**, qui aura lieu à Paignton, Torbay, en vue d'explorer les débouchés commerciaux.

Le programme, organisé conjointement par le haut-commissariat, la délégation générale du Québec et l'Environmental Services Association (Association des services de l'environnement, ESA) du Royaume-Uni, comprend un séminaire d'une journée, une réception, la participation aux deux expositions et des visites d'emplacements liés au secteur de l'environnement.

Le marché britannique de la technologie environnementale est vaste; chaque année, des milliards de dollars sont consacrés à l'amélioration des systèmes et des infrastructures. L'augmentation des dépenses résulte en grande partie de la législation adoptée à l'échelle européenne; on s'attend à ce qu'elle stimule de façon significative l'expansion du marché au cours des années à venir. Le secteur de l'eau et des eaux usées et celui des déchets solides sont des secteurs clés offrant d'énormes débouchés. Une croissance importante est également à prévoir dans le secteur de la surveillance de la pollution de l'air et de la lutte contre la pollution de l'air, de même que dans celui de la gestion et de la réutilisation des sols contaminés.

Le marché du Royaume-Uni jouit de conditions de pleine concurrence et est constamment à la recherche de nouvelles solutions novatrices. Les entreprises canadiennes du secteur de la technologie environnementale sont généralement

Voir page 16 – Mission NEXOS

Plast-Ex 2001



LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

TORONTO — 30 avril-3 mai 2001 — Le Service canadien des délégués commerciaux fera sentir sa présence au cours de la deuxième exposition en importance de l'industrie des matières plastiques en Amérique du Nord, **Plast-Ex 2001**.

Les délégués commerciaux venus de tous les coins de la planète seront sur place à **Plast-Ex**, prêts à vous faire profiter de leur connaissance approfondie du marché mondial des matières plastiques.

Rendez-vous au petit-déjeuner d'Export Café le 2 mai pour en savoir davantage sur les débouchés internationaux pour vos produits et services. Réservez votre place sans tarder! Communiquez avec Ken Cumming du Service des délégués commerciaux, par téléphone, (613) 944-0117, par télécopieur, (613) 944-0050, ou par courriel, kenneth.cumming@dfait-maeci.gc.ca

En plus de nos partenaires d'Équipe Canada Inc, vous pourrez également rencontrer les délégués commerciaux à la **Plast-Ex**, stand 127, ainsi qu'au Centre du commerce international à l'exposition.

Pour plus de précisions, visitez le site Web de l'exposition **Plast-Ex**, au www.plastex.org

www.infoexport.gc.ca

MIAMI — Les 19 et 20 septembre 2001 — Les fabricants canadiens ont une belle occasion de présenter leurs produits lors de la 10^e Exposition annuelle canadienne de l'alimentation, des pêcheries et des boissons à Miami. L'exposition réunira des distributeurs et des fournisseurs de partout dans le monde, et visera particulièrement les marchés des États-Unis, des Caraïbes et de l'Amérique latine.

Les Antilles, troisième destination touristique de l'hémisphère occidental, offrent aux touristes de tous les pays une

10^e Exposition annuelle canadienne de l'alimentation, des pêcheries et des boissons

vaste gamme de produits alimentaires. Les acheteurs recherchent des produits prestigieux pour ce marché dynamique. Les plus importants distributeurs pour l'Amérique latine et les Caraïbes sont situés à Miami. En raison de sa proximité et de ses liens étroits avec ces régions,

cette ville est un marché naturel pour les produits alimentaires de détail canadiens.

L'Exposition canadienne de l'alimentation, des pêcheries et des boissons ouvre de nombreux débouchés aux fabricants canadiens qui veulent pénétrer ces marchés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Normand Villeneuve, consul et délégué commercial, consulat du Canada à Miami, tél. : (305) 579-1600, téléc. : (305) 374-6774, courriel : normand.villeneuve@dfait-maeci.gc.ca

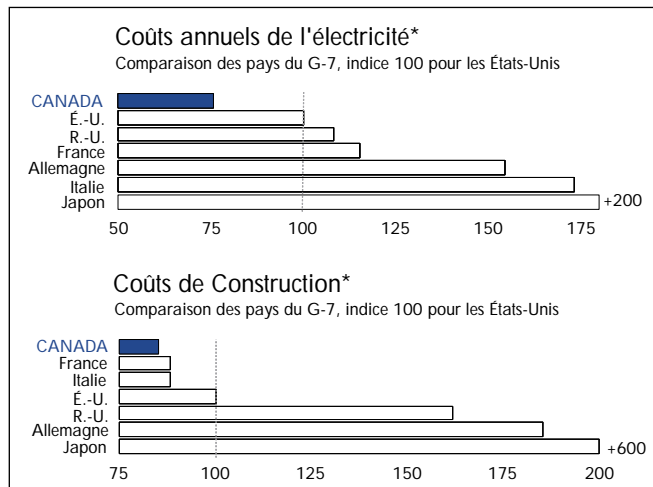
LES COÛTS DE PRODUCTION AU CANADA : LES PLUS FAIBLES AU MONDE

- **Transport** : Les coûts de transport au Canada sont en moyenne inférieurs de 13 % à ceux des États-Unis*.
- **Énergie** : Des études récentes montrent que les coûts annuels d'électricité d'un fabricant moyen sont 28 % plus faibles au Canada qu'aux États-Unis**.
- **Construction** :

—>Le coût de la construction de bâtiments au Canada reste quelque 15 % moins élevé qu'aux États-Unis.

—>En moyenne, les terrains coûtent 6 % moins cher au Canada.

- **Location de bureaux** : Les coûts de location, c'est-à-dire l'espace de bureau plus les frais d'exploitation et le coût des services publics, les taxes et les assurances, correspondent à environ 75 % de ce qu'ils sont aux États-Unis.



Pour plus de renseignements sur la manière d'investir et de faire des affaires au Canada, voir l'internet à l'adresse www.investincanada.gc.ca ou téléphonez au (613) 941-0354, téléc. : (613) 941-3796, courriel : lanoy.louise@ic.gc.ca

* Source : *The Competitive Alternatives Report: A Comparison of Business Costs in North America, Europe and Japan*, KPMG Management Consulting, 1999 www.kpmg.ca/english/services/consulting/publications/competitivealternatives

** Source : *Comparaison des prix de l'électricité dans les grandes villes nord-américaines*, Hydro Québec, 22 décembre 1999 www.hydroquebec.com/publications/comp_2000_fr/index.html

Mission NEXOS

— Suite de la page 15

bien considérées. Le Royaume-Uni est de plus en plus conscient de ce que le Canada a à offrir dans le domaine.

Pour obtenir un rapport détaillé sur le marché britannique de l'environnement, consulter le document suivant : www.infoexport.gc.ca/docs/40149-f.pdf

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Deanne Rourke, agente de développement des affaires, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6619, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : deanne.rourke@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/london ou avec M. Kristian Schnack, agent de commerce, délégation générale du Québec à Londres, tél. : (011-44-20) 7766-5925, téléc. : (011-44-20) 7930-7938, courriel : kristian.schnack@mri.gouv.qc.ca internet : www.quebec.org.uk

Service des renseignements

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

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

Postes Canada
Numéro de convention 1453033

