



La péninsule Arabe à découvrir

Mission commerciale le mois prochain

Dans ce numéro

- 2 Réussites de Royal DeMaria : santé!
- 4 Aperçu du potentiel de marché
- 6 Plan d'action sur la frontière intelligente canado-américaine
- 7 Exportations dans l'espace avec la CCC
- 8 Des débouchés en or aux Jeux olympiques d'Athènes
- 9 La priorité aux piles à combustible à Tokyo
- 10 Le projet de réseautage des campus en Chine vous attend
- 11 Le marché thaïlandais de l'environnement
- 12 Foires de recrutement pour étudiants étrangers
- 14 Bricolage et jardinage à Londres, table d'hôte à SIAL, à Paris
- 15 Salons et conférences au calendrier
- 16 Nouveau Conseil consultatif des PME

Le secrétaire d'État (Europe centrale et orientale et Moyen-Orient), M. Gar Knutson, s'est entretenu avec CanadExport sur la **mission commerciale** qu'il mènera dans la **péninsule Arabe du 10 au 20 octobre 2002**. Organisée par le Conseil de commerce canado-arabe (CCCA), la mission a pour but de tirer parti de l'énorme potentiel d'un marché en croissance rapide.

Aperçu du marché

Le marché de la péninsule Arabe présente pour les entreprises canadiennes de grandes possibilités étant donné que les exportations de marchandises ont atteint près de 688 millions de dollars et celles des services près de 300 autres millions de dollars en 2001.



Le secrétaire d'État, M. Gar Knutson (à droite), en compagnie du nouvel ambassadeur du Canada aux Émirats arabes unis, M. David Hutton.

« Le Koweït, les Émirats arabes unis (EAU) et le Qatar sont trois petits pays, mais ils sont extrêmement riches. Le Qatar s'étend sur la troisième plus grande réserve de gaz
voir page 13 — Mission

Les entreprises finalistes de 2002

Prix d'excellence à l'exportation

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé, le mois dernier, le nom des entreprises finalistes des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2002**. Créés en 1983, ces Prix reconnaissent les réalisations et le succès que remportent les entreprises exportatrices canadiennes à l'étranger.



« Les exportateurs sont les porte-étendards de la réussite du Canada sur les marchés mondiaux, a déclaré le Ministre. Les entreprises finalistes, qui proviennent de toutes les régions du pays, contribuent de façon importante à la vitalité de notre économie. L'an passé, à elles seules, ces entreprises ont généré des ventes à
voir page 3 — Prix

Santé!

Royal DeMaria Wines remporte les plus grands honneurs

Royal DeMaria Wines (spécialiste canadien du vin de glace), entreprise vinicole de 25 acres située dans la région de Niagara, capte l'attention du monde. Producteur exclusif de calibre mondial de vin de glace de qualité après seulement trois années de production, Royal DeMaria Wines contribue à faire connaître les vins canadiens à l'échelle internationale.

Le prestigieux concours Les Citadelles du Vin, tenu à Bordeaux, en France, qui décernait auparavant le trophée Civart et le Grand Prix d'Honneur, est un événement international annuel organisé dans le cadre de Vinexpo, la plus importante foire de vins et de spiritueux au monde.

Les juges du concours, qui a eu lieu du 12 au 14 mai 2002, ont souligné l'excellence de la vinification de Royal DeMaria et d'autres producteurs de vins du Canada. Royal DeMaria Wines, établissement vinicole situé à Vineland, a été le premier producteur dans les annales mondiales de la fabrication du vin à obtenir cinq médailles d'or dans la même catégorie, et à remporter le plus grand prix pour deux années consécutives.

Jusqu'à présent, 46 médailles ont été décernées à Royal DeMaria à des concours internationaux de vins en 2002. L'établissement a été désigné l'un des producteurs les plus raffinés au monde lorsque son vin de glace Riesling, millésime 1999, a remporté la médaille d'or aux Olympiades du vin, concours entre les médaillés d'or du Challenge international du vin, honneur suprême de la foire **VinExpo (www.vinexpo.fr)**. Le propriétaire, M. Joseph DeMaria, déclare avec enthousiasme : « On m'a dit que la médaille d'or des Olympiades du vin n'avait jamais été accordée à un établissement aussi jeune, et canadien de surcroît ».

Royal DeMaria a aussi remporté des médailles d'or au Concours mondial à Bruxelles (**www.concoursmondial.be**), au Challenge international du vin en France (**www.challengeduvin.com**), au Finger Lakes International Wine Competition à Rochester, New York (**www.fliwc.com**) et au Vinitaly, à Vérone.

Nouveaux marchés en perspective

Encouragé par ces honneurs, M. Joseph DeMaria songe maintenant à offrir ses vins de glace sur de nouveaux marchés. Toutefois,

il fait d'abord les recherches nécessaires et travaille actuellement à établir une stratégie d'exportation qui lui permettra d'offrir sa production limitée à une plus vaste clientèle internationale. À l'heure actuelle, M. DeMaria remplit des commandes privées pour des clients de la Chine, du Japon et des États-Unis, et fait affaire avec un distributeur de l'Ohio. La prochaine étape consiste à trouver des distributeurs en Europe, au Japon et en Chine.



M. Joseph DeMaria, propriétaire de Royal DeMaria Wines, et détenteur du trophée Cuvée 2001 « meilleur vin doux ».

Depuis le succès de Royal DeMaria, le site internet de l'entreprise a reçu un nombre considérable de visites de partout au monde (**www.royaldemaria.com**), allant de 31 000 par semaine à plus de 100 000. « De nombreux clients étrangers communiquent directement avec nous, de dire M. DeMaria. Des clients de toutes les régions d'Asie et des États-Unis veulent notre produit. Notre stratégie de commercialisation s'avère efficace, mais nous voulons que nos clients fassent une vraie dégustation de notre vin et non une virtuelle. »

Service des délégués commerciaux

Bien que Royal DeMaria Wines ait établi des relations avec des fournisseurs d'Asie par l'entremise de WIN Exports, M. DeMaria ne faisait pas souvent appel au Service des délégués commerciaux. « À l'avenir, je me prévaudrai des programmes comme le PDME et des services offerts par les consulats et les ambassades à l'étranger. Si j'avais su que le gouvernement offrait un tel service, j'en aurais certainement profité auparavant, » de dire M. DeMaria.

Les clés du succès

Bien que M. DeMaria préfère ne pas dévoiler ses procédés de fabrication du vin de glace, il a bien voulu offrir quelques

voir page 3 — Royal

Rédactrice en chef :

Suzanne Lalonde-Gaëtan

Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**

Rédacteur : **Michael Mancini**

Mise en page : **Yen Le**

Tirage : **60,000**

Téléphone : **(613) 992-7114**

Télocopieur : **(613) 992-5791**

Courriel :

canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Web site:

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) 992-7114**. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus.

Pour un changement d'adresse, renvoyer 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 (Ont.) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

CanadExport

Prix d'excellence à l'exportation

— suite de la page 1

l'exportation de près de 2,1 milliards de dollars et ont soutenu plus de 14 500 emplois. »

Depuis la création de ce programme, plus de 210 exportateurs choisis parmi 3 800 candidats ont reçu un Prix d'excellence à l'exportation canadienne.

Les commanditaires suivants se sont joints au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international pour récompenser l'excellent travail des exportateurs d'ici : les Manufacturiers et Exportateurs du Canada, Exportation et développement Canada, la Financière Sun Life, RBC Groupe Financier, le *National Post*, Diversification de l'économie de l'Ouest Canada et l'Autorité portuaire de Vancouver.

M. Pettigrew honorera les lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne le **7 octobre prochain**, à **Vancouver**, lors d'une cérémonie qui aura lieu durant la **conférence annuelle des Manufacturiers et Exportateurs du Canada**.

En plus de recevoir un Prix d'excellence, une entreprise se verra également remettre le prestigieux prix « Entreprise exportatrice de l'année ».

Voici, d'est en ouest, les finalistes pour l'année 2002 :

TERRE-NEUVE-ET-LABRADOR

- Lotek Wireless Inc., St. John's — www.lotek.com

NOUVELLE-ÉCOSSE

- Softwear Design Group Ltd., Dartmouth — www.softwaredesign.com

NOUVEAU-BRUNSWICK

- Funeral Director's Choice, Saint John — www.fdchoice.com
- Spielo, Moncton — www.spielo.ca

QUÉBEC

- H. Fontaine Itée, Magog — www.hfontaine.com
- MTD Trading International, Pointe-Claire — www.mtdtrading.com
- NSI Global Inc., Pointe-Claire — www.nsicomm.com

Ontario

- DECODE Entertainment Inc., Toronto — www.decode-ent.com/
- Digital Specialty Chemicals Ltd., Toronto
- General Motors Defense, London — www.gm-defense.com/

- JAY•LOR Fabricating Inc., Orton — www.jaylor.com
- Maple Leaf Foods International (Toronto), Toronto — www.mlfi.com/
- Muttluks Inc., Toronto — www.muttluks.com
- Odium Spectrum Ltd., Peterborough — www.odium-spectrum.com
- ZENON Environmental Inc., Oakville — www.zenonenv.com

SASKATCHEWAN

- Interactive Tracking Systems Inc., Saskatoon — www.itracks.com

ALBERTA

- Lacent Technologies Inc., Edmonton — www.lacent.com
- Precision Drilling Corporation, Calgary — www.precisiondrilling.com
- SMART Technologies Inc., Calgary — www.smarttech.com
- Wittke Waste Equipment, une filiale de Wittke Inc., Medicine Hat — www.wittke.com

COLOMBIE-BRITANNIQUE

- A.L.I. Technologies Inc. (maintenant McKesson Medical Imaging), Richmond — www.alitech.com
- Fincentric Corporation, Richmond — www.fincentric.com
- Sierra Wireless, Richmond — www.sierrawireless.com

Pour plus d'information, consulter le site internet sur les Prix d'excellence à www.infoexport.gc.ca/awards-prix ✨



LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

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



Royal DeMaria Wines

— suite de la page 2

conseils précieux : « Développez des relations personnelles. Remplir une commande, encaisser un chèque et passer au client suivant n'est pas ce que je recherche. Je veux conserver mes clients pendant vingt ans au moins. J'estime que la confiance revêt une grande importance ». M. DeMaria insiste aussi sur le fait qu'il faut être prêt à exporter. « Assurez-vous d'avoir les fonds nécessaires avant d'exporter, c'est une précaution sur laquelle on ne peut trop insister, » ajoute-t-il.

Tous ces succès n'empêchent pas M. DeMaria de réfléchir à son plan d'expansion internationale à long terme. « Nous voulons procéder étape par étape et ne pas perdre notre objectif de vue, » précise-t-il.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Joseph DeMaria, courriel : icewine@royaldemaria.com, tél. : (905) 562-6767, téléc. : (905) 562-6775, ou téléphoner sans frais en Amérique du Nord au 1-888-793-8883. ✨

Grâce à ses quelque 500 professionnels du commerce en poste dans 140 villes du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada a aidé des milliers d'entreprises à percer sur les marchés étrangers.

Et vous, comment pouvons-nous vous aider?

Votre entreprise est-elle prête à se lancer sur les marchés d'exportation? Ou êtes-vous un exportateur canadien qui a de l'expérience sur la scène internationale et cherche à pénétrer de nouveaux marchés? Que vous soyez nouveau ou expérimenté dans le domaine, vous pouvez bénéficier de nos six services de base offerts gratuitement dans tous nos bureaux à l'étranger :

- **Aperçu du potentiel de marché**
- **Recherche de contacts clés**
- **Information sur les entreprises locales**
- **Renseignements concernant les visites**
- **Rencontres personnelles**
- **Dépannage**

Communiquer avec le Service des délégués commerciaux, c'est tirer parti d'un réseau international de professionnels et établir un partenariat sur lequel vous pourrez compter au fur et à mesure que votre entreprise fera sa marque sur les marchés étrangers.

Voici le premier d'une série d'articles qui vous présenteront plus en détails les services de base que le Service des délégués commerciaux offre aux gens d'affaires canadiens qui, comme vous, souhaitent élargir leurs horizons. Cliquez... et tirez parti de nos services au www.infoexport.gc.ca

Pas facile d'évaluer vos chances de réussite à l'étranger? Un *Aperçu du potentiel de marché* peut vous aider

Vous avez étudié et choisi des marchés-cibles pour vos produits et services? Nous pourrions vous aider à décider lequel est le meilleur pour vous.

Vous êtes prêt à vous lancer sur la scène internationale. Vous avez fait vos recherches et avez choisi un marché-cible pour votre entreprise. Le temps est venu d'entrer en contact avec le Service des délégués commerciaux du Canada. Nos agents en poste dans le marché que vous ciblez peuvent vous aider à déterminer si vous avez fait le bon choix.

Demandez-leur de vous fournir un *Aperçu du potentiel de marché*, qui consiste en une brève évaluation du potentiel de votre entreprise sur le marché ciblé.

En quoi un *Aperçu du potentiel de marché* peut-il m'être utile?

Un *Aperçu du potentiel de marché* peut vous aider à évaluer et à confirmer votre choix de marché-cible et votre stratégie d'accès à ce marché. Si vous êtes un nouvel exportateur, vous pourriez avoir besoin de conseils afin de faire un choix, souvent difficile, entre les marchés sur lesquels ont porté vos recherches. Si vous avez de l'expérience sur les marchés d'exportation, vous souhaitez peut-être en savoir davantage sur de nouveaux marchés où vous pourriez faire des affaires. Que vous soyez nouveau ou expérimenté sur la scène internationale, un *Aperçu du potentiel de marché* vous donnera accès à l'expérience et aux connaissances qu'ont nos agents des marchés choisis afin de vous aider à prendre la bonne décision.

À quel moment dois-je demander un *Aperçu du potentiel de marché*?

Un *Aperçu du potentiel de marché* est habituellement le premier service dont souhaitent bénéficier les entreprises canadiennes quand elles font affaire avec





Cliquez... et tirez parti de nos études de marché et de notre réseau de professionnels au

www.infoexport.gc.ca

le Service des délégués commerciaux. Ce service vous sera véritablement profitable si vous êtes prêt à exporter vos produits ou services, mais ne savez pas si le marché que vous avez identifié est approprié à vos besoins et attentes.

Avant de demander à l'un de nos agents en poste à l'étranger de vous fournir un **Aperçu du potentiel de marché**, il vous faudra faire le maximum possible pour préparer votre entreprise aux risques et contraintes auxquels font face les exportateurs. Vous devrez aussi avoir sélectionné un ou plusieurs marchés-cibles qui pourraient être intéressants pour vos produits ou services et avoir discuté de vos plans avec des experts en matière d'exportation d'Équipe Canada inc ou du Centre de commerce international de votre province.

Quelle type d'information comprend un **Aperçu du potentiel de marché**?



Un **Aperçu du potentiel de marché** peut contenir :

- une évaluation du potentiel de votre entreprise sur le marché ciblé;
- des conseils éclairés tirés de l'évaluation qu'a fait notre agent des tendances actuelles et de l'évolution du marché;
- des conseils stratégiques sur les méthodes à privilégier pour percer sur le marché, notamment en ce qui concerne le positionnement de votre marque de commerce;
- des renseignements sur les principaux obstacles, la réglementation et les accreditations nécessaires;
- un aperçu des courants émergents et des politiques en cours;
- des détails sur les événements à venir, dont les foires commerciales, les conférences ou les missions commerciales;
- des suggestions sur les prochaines étapes à suivre pour assurer votre réussite sur le marché choisi.

Quels renseignements dois-je fournir aux agents en poste pour obtenir un **Aperçu du potentiel de marché**?

Pour bien répondre à vos besoins, nos agents en poste à l'étranger doivent connaître votre entreprise et vos plans de marketing sur les marchés extérieurs. Au moment où vous ferez une demande pour un **Aperçu du potentiel de marché**, ils vous poseront quelques questions qui pourraient fort bien être celles des clients ou des contacts étrangers :

- En quoi votre entreprise et votre produit, ou votre service, sont-ils uniques ou particuliers?
- Qui sont les utilisateurs de votre produit ou service? Qui sont vos clients et quelle est votre méthode de vente?
- Quels pays ou régions ciblez-vous et pourquoi? Que savez-vous déjà de ces marchés-cibles?

*Vous êtes prêt à partir à la conquête des marchés du monde?
Un **Aperçu du potentiel de marché** peut vous aider à décider où mettre le cap.*

« 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
- Rencontres personnelles
- Dépannage



Publié par la Direction du marketing, Service des délégués commerciaux



Carrefour États-Unis

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

Plan d'action sur la frontière intelligente : état de la situation

Établir une zone de confiance

Le 12 décembre 2001, les gouvernements du Canada et des États-Unis signaient la Déclaration sur la frontière intelligente entre le Canada et les États-Unis, s'engageant ainsi à concerner leurs efforts pour contrer les menaces qui pèsent sur leurs citoyens, leurs institutions et leur prospérité. Moins d'un an plus tard, les deux plus importants partenaires commerciaux au monde ont fait de grands pas dans le sens des quatre principes de base de la Déclaration sur la frontière intelligente.

Circulation sécuritaire des personnes

C'est d'abord à l'étranger que sont prises les mesures visant à rendre sécuritaire la circulation des personnes au Canada et aux États-Unis. En effet, des agents d'immigration seront envoyés en renfort à l'étranger dans le but de repérer les documents frauduleux avant l'embarquement des voyageurs. De plus, les activités de délivrance de visas et de dispense de visas seront coordonnées afin de restreindre davantage l'immigration illégale dans les deux pays.

À la frontière, le Canada et les États-Unis travaillent à la mise en œuvre d'un programme de « voie rapide » appelé NEXUS, qui vise à accélérer le passage des voyageurs déjà triés au préalable comme étant à faible risque pour pouvoir concentrer les efforts du personnel vers les voyageurs à risque plus élevé.

En juin 2002, des voies NEXUS ont été mises en place à quelques postes frontaliers importants entre Washington et la Colombie-Britannique. Le programme NEXUS devrait entrer en vigueur d'ici la

fin de 2002 à tous les postes frontaliers importants dans le Sud de l'Ontario, dans l'État de New York et du Michigan, et en 2003 dans les autres endroits de traversée à circulation dense.

Circulation sécuritaire des marchandises

Dans le cadre du programme de commerce libre et sécuritaire Free and Secure Trade (FAST), un partenariat entre les secteurs privé et public a été établi pour améliorer les mesures de sécurité à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises qui s'engagent à accroître la sécurité de leur chaîne d'approvisionnement pourront bénéficier des avantages des « voies rapides » pour le transport routier de leurs marchandises.

Au calendrier

Pour renseignements à propos des :

- Missions commerciales aux États-Unis
 - Colloques sur le marché américain
- consultez le Calendrier d'exportation É.-U. à www.can-am.gc.ca/NEBS/runtime/search-F.asp

Le programme FAST doit simplifier et accélérer les envois commerciaux transfrontaliers par camion, en réduire les coûts, en plus d'en accroître la sécurité. Le programme FAST atténue le fardeau administratif des entreprises, la vérification de la conformité aux exigences commerciales étant effectuée avant le passage à la frontière, ce qui permet aux fonctionnaires des douanes d'accorder une plus grande attention à la circulation à risque plus élevé.

Sécurité des infrastructures

Un groupe d'orientation binational, mis sur pied pour réduire les risques concernant l'infrastructure partagée, s'emploie à définir les priorités d'intervention à cet effet. Les étapes visant à rendre sécuritaire le transport aérien comprennent : le déploiement des systèmes de détection d'explosifs, l'affectation d'officiers de l'air et d'agents de sécurité aérienne pour le passage frontalier, ainsi que le renforcement des portes d'accès aux postes de pilotage.

De plus, des investissements ont été effectués dans la modélisation par simulation informatique pour optimiser les investissements dans les infrastructures, dans les systèmes d'information évolués pour accélérer la circulation, et dans les appareils de détection par rayons gamma et par rayons X pour repérer des matières dangereuses.

Coordination et échange d'informations

La collaboration du Canada et des États-Unis, déjà étroite dans l'application de nombreuses lois, sera renforcée pour répondre aux exigences de la nouvelle situation de sécurité.

Un système électronique d'échange de données sur les casiers judiciaires, notamment sur les empreintes digitales, sera mis en place d'ici septembre 2002, ce qui permettra au Canada et aux États-Unis d'échanger des renseignements plus rapidement.

En outre, les autorités canadiennes et américaines continuent de concerner leurs efforts sur le plan du contrôle frontalier,

voir page 16 — Une zone

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

La CCC et la NASA

Des relations au-delà de cette planète

Depuis plus de 40 ans, le sens de l'innovation des Canadiens aide la National Aeronautics and Space Administration (NASA) à prouver que les possibilités sont infinies et que rien n'est impossible. Aux termes d'une entente entre la NASA et la Corporation commerciale canadienne (CCC), organisme de négociation des contrats d'exportation du Canada, les exportateurs canadiens ont lancé leur technologie de pointe dans le programme spatial de la NASA. Cette entente vient d'être renouvelée, et l'esprit innovateur des Canadiens continuera de changer le cours des événements sur cette planète... et au-delà.

Un voyage dans le passé...

La NASA a été créée pour une raison primordiale : effectuer des recherches scientifiques dans les domaines de la technologie et de l'exploration spatiales. Pour ce faire, la NASA devait se procurer des produits fabriqués par des entreprises d'une haute compétence technique, des entreprises comme celles qui se trouvent au Canada. Elle a donc fait appel à la CCC.

La CCC facilitait déjà les ventes à l'exportation auprès du Département de la Défense des États-Unis en vertu de l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense (DPSA). La NASA, entité civile distincte, a collaboré avec la CCC pour mettre au point une lettre d'entente analogue au fructueux DPSA, mais adaptée aux besoins de vente à la NASA. Cette lettre d'entente a été signée en 1960.

L'entente profite à tous

La lettre d'entente signée par la CCC et la NASA énonce les politiques et les procédures à suivre pour administrer les contrats négociés par l'entremise de la CCC.

Les avantages de cette lettre d'entente sont nombreux. Lorsque la CCC agit en tant qu'entrepreneur principal, les exportateurs canadiens profitent d'un avantage concurrentiel sur le marché international parce qu'elle leur offre :

- un service personnalisé
- un partenaire bien informé qui possède une vaste expérience pour les conseiller sur des ventes spécifiques et sur des stratégies de négociation des contrats
- une aide pour obtenir des contrats de vente à l'exportation à de meilleures conditions, notamment une réduction ou

une exemption du cautionnement de soumission, du cautionnement de bonne exécution ou des garanties de paiement

- la possibilité d'être régis par des règles d'approvisionnement moins strictes du gouvernement américain

La NASA bénéficie aussi de cette entente. Quand les entreprises canadiennes réalisent des ventes par l'intermédiaire de la CCC, la NASA a la pleine assurance que le gouvernement du Canada appuie la transaction.

Selon M^{me} Gabriela Gref-Innes, gestionnaire de projet pour la CCC (programme NASA), « la CCC donne de la crédibilité aux exportateurs, et c'est un avantage de taille pour ces derniers. Même s'il n'est pas obligatoire de faire appel aux services de la CCC pour vendre à la NASA, plus de 90 % des ventes réalisées par des entreprises canadiennes auprès de la NASA sont conclues par l'entremise de la CCC. Je crois que cela témoigne de l'énorme valeur que la NASA accorde à nos services ».

La lettre d'entente : très valable

Après avoir examiné les services offerts par la CCC, la NASA a conclu que la lettre d'entente originale était toujours valable et valide, et que la CCC demeurerait une ressource inestimable pour la passation des marchés publics avec les exportateurs canadiens. D'ailleurs, une seule modification importante a été apportée : faire le lien du site internet du service d'approvisionnement de la NASA avec celui de la CCC.

Toujours selon M^{me} Gref-Innes, « comme les communications en matière d'approvisionnement ont évolué et ont été simplifiées avec les progrès de la technologie et de l'internet, nous avons pensé qu'il faut amé-

Des solutions canadiennes pour nos exportateurs



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

Les exportateurs canadiens qui ont recours à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés grâce à l'expertise de la CCC en matière de passation des marchés et de sa formule unique de garantie d'exécution des contrats offerte par le gouvernement du Canada.

La CCC assure des services de négociation des contrats d'exportation, et ses efforts permettent souvent aux exportateurs d'obtenir une exemption de cautionnement d'exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables. La CCC peut donner accès aux sources de financement à l'exportation avant l'expédition. Au besoin, la CCC fait office d'entrepreneur principal pour les arrangements intergouvernementaux nécessaires.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : **(613) 996-0034**, numéro sans frais au Canada : **(1-800) 748-8191**, téléc. : **(613) 995-2121**, internet : **www.ccc.ca**

liorer les communications entre la NASA et la CCC, et accélérer ainsi la dissémination des invitations à soumissionner et des bulletins d'approvisionnement ».

Grâce au lien établi entre les sites internet des deux organismes, les exportateurs peuvent consulter les nouveaux débouchés lancés par la NASA pour l'achat de produits ou de services, les annonces et les demandes de renseignements.

M^{me} Gref-Innes ne cache pas sa joie à l'annonce du renouvellement de la lettre d'entente. « Cette entente profite à tous : la NASA, la CCC et nos exportateurs. »

Pour renseignement ou pour savoir comment la CCC peut faire appuyer les ventes à l'exportation de votre entreprise par le gouvernement du Canada, cliquer sur : **www.ccc.ca** ou composer, sans frais, le **1-800-748-8191**. 🌟

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

Que les Jeux commencent!

Athènes se prépare pour 2004

Athènes, en Grèce, a été choisie pour organiser les Jeux olympiques du mois d'août 2004. Avec le regard du monde entier tourné vers elle, la Grèce s'est sérieusement attelée à la tâche énorme que représente la préparation de ce grand événement. Par conséquent, les occasions à saisir ne manquent pas pour les entreprises canadiennes.

Des débouchés en or

Le Comité organisateur des Jeux olympiques d'Athènes 2004 (ATHOC) et le gouvernement de la Grèce déploient toutes leurs ressources afin que les installations sportives, le réseau de transport et le réseau d'accueil soient prêts à temps pour faire des Jeux un succès.

S'il est vrai que les contrats sur la plupart des gros projets d'infrastructure, tels que les routes et les stades, ont déjà été attribués, il n'en reste pas moins des dizaines de projets individuels de plus petite envergure. Des possibilités s'offrent donc pour les entreprises canadiennes désireuses de fournir des produits ou des services pour l'événement, en une seule fois ou de façon continue.

Les règles du jeu

Pour profiter de ces occasions d'affaires, deux voies s'offrent aux entreprises canadiennes :

- 1) répondre à un appel d'offres;
- 2) soumettre une proposition directement à ATHOC ou au gouvernement grec.

Répondre à un appel d'offres est un processus plus complexe et plus exigeant. Les personnes qui choisissent cette voie doivent bien peser leur décision avant de soumissionner et aussi se demander si c'est dans le meilleur intérêt de leur entreprise de procéder de cette façon. Elles doivent disposer des ressources financières voulues pour couvrir le montant du dépôt de soumission (entre 5 % et 10 % de la valeur du contrat) et de la garantie de bonne exécution, sans oublier les ressources humaines

nécessaires au travail de recherche d'appels d'offres, de préparation des soumissions et d'exécution des contrats.

ATHOC et le gouvernement de la Grèce classent leurs besoins d'approvisionnement en deux catégories : les projets d'une valeur de 200 000 euros ou plus — qui doivent suivre la procédure officielle de l'Union européenne (UE) en la matière — et les projets d'une valeur inférieure à 200 000 euros — pour lesquels un pouvoir discrétionnaire plus grand peut être exercé, la procédure de l'UE n'étant pas obligatoire.



La deuxième solution, l'offre directe d'un produit ou d'un service, a de meilleures chances d'aboutir si elle correspond à un besoin réel anticipé. Les entreprises canadiennes tentées par cette approche devraient donc entreprendre d'abord les études de marché nécessaires à cette fin.

Les meilleures pratiques

Pour mettre toutes les chances de leur côté au moment de répondre à un appel d'offres ou de soumissionner directement pour un projet, les entreprises devraient suivre les meilleures pratiques suivantes :

- Envisager sérieusement de s'associer à une autre entreprise, telle qu'une entreprise grecque locale exerçant des activités dans un secteur connexe ou encore une entreprise européenne ayant déjà fait des affaires en Grèce. Un partenaire offre ses connaissances de la langue et du marché et ses importants contacts d'affaires.
- Faire connaître les succès antérieurs et l'expérience de l'entreprise, en particulier dans le domaine des Jeux olympiques ou des événements sportifs de grande envergure. En Grèce, les décisionnaires ont tendance à favoriser les entreprises qui possèdent une expérience pertinente.

- Faire en sorte que la proposition soit aussi complète et détaillée que possible. Faciliter le travail des responsables des approvisionnements grecs en leur offrant un tout : par exemple, la fourniture, l'installation et le démontage de sièges.
- Se montrer proactif en visitant la Grèce pour recueillir des renseignements de première main sur le marché. Pour ce faire, ne pas oublier de tirer profit des programmes comme le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).
- Se concentrer sur les principales capacités de l'entreprise et éviter la tentation de courir après des possibilités hors de son champ de compétence simplement parce que ces possibilités existent.
- Entretenir des relations avec des décisionnaires et des partenaires potentiels en Grèce. Souvent les affaires en Grèce ne se font qu'après avoir établi de bonnes relations personnelles.

Le dernier sprint

À Athènes, comme dans les autres villes avant elle, le Comité organisateur des Jeux doit relever l'énorme défi qui consiste à construire ou à remettre en état installations et infrastructures et à héberger, transporter, coordonner, nourrir et faciliter le séjour de centaines de milliers de visiteurs et de spectateurs. Comme la Grèce est le plus petit pays qui ait jamais accueilli les Jeux olympiques modernes, Athènes devra compter sur la collaboration de personnes et d'entreprises compétentes pour mener à bien ce grandiose événement sportif.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Emmanuel Kamarianakis, premier secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Athènes, tél. : **(011-30-10) 727-3352-53**, téléc. : **(011-30-10) 727-3460**, courriel : **athns-td@dfait-maeci.gc.ca** ou M. Bill Macheras, Centre du commerce international à Toronto, tél. : **(416) 973-5060**, courriel : **macheras.bill@ic.gc.ca**

La liste officielle des appels d'offres figure à l'adresse **www.athens.olympics.org**. Les occasions d'affaires et les nouvelles sur les Jeux sont données sur le site : **www.business2005.gr**. Enfin, pour un rapport détaillé sur les soumissions des **Jeux olympiques de 2004** à Athènes, cliquer sur : **www.infoexport.gc.ca/gr** 🌟

Profitez de l'avenir de l'énergie propre

Symposium sur les piles à combustible à Tokyo

L' Ambassade du Canada au Japon a décidé, de concert avec ses partenaires du gouvernement et de l'industrie, de tenir un **symposium sur les piles à combustible à Tokyo, du 28 au 30 octobre 2002**. Le Canada est actuellement l'un des chefs de file pour de nombreux aspects de cette technologie, mais il n'est pas le seul. Afin d'assurer une place à sa technologie et à son industrie dans ce nouveau monde de l'énergie, il est donc essentiel que le Canada veille à sa visibilité sur la scène internationale.

Les objectifs de ce symposium sont clairs : faire du Canada un chef de file de la haute technologie dans le domaine des piles à combustible et des technologies connexes, et un futur fournisseur d'énergie propre (c'est-à-dire l'hydrogène ou le méthanol); permettre aux représentants des entreprises canadiennes œuvrant dans ce secteur d'explorer de nouvelles occasions d'affaires sous forme de partenariats et d'investissements; et permettre aux participants d'aborder diverses questions concernant cette nouvelle industrie (réglementation, sécurité, acceptation du public, etc.).

Pour atteindre ces objectifs, le symposium sera structuré de manière à pouvoir à la fois présenter de façon générale les technologies canadiennes et les projets de recherche gouvernementaux, et faire des exposés sur certaines compagnies ainsi que des séances de réseautage avec les Japonais qui ont des intérêts dans les piles à combustible. Tous les participants se verront allouer un stand à l'ambassade pour une « mini-foire commerciale » où ils pourront présenter leurs produits ou du matériel publicitaire.

Aperçu sur le marché

Le potentiel à moyen et à long terme du marché japonais pour ces nouvelles technologies est énorme. Avec une population de plus de 120 millions d'habitants, le Japon

possède un parc de plus de 70 millions de véhicules et compte à peu près le même nombre de ménages. Tôt ou tard, un grand nombre de ces ménages vont adopter les nouvelles technologies, ce qui créera une énorme demande.

Le Japon commence d'ailleurs à envisager la mise en place d'une nouvelle infrastructure et à examiner comment l'approvisionner en combustibles (et choisir les combustibles). En ce qui concerne les installations fixes, l'objectif est d'atteindre d'ici 2010 une capacité de production d'environ 2 200 MW grâce aux piles à combustible. Dans le secteur de l'automobile, le gouvernement actuel veut voir d'ici 2010 sur les routes japonaises 50 000 véhicules alimentés par piles à combustible, et peut-être 10 000 000 de véhicules peu polluants.



Bien que le Japon demeure la deuxième puissance économique au monde, c'est un pays bien exigu, fortement industrialisé, à très haute densité de population et pauvre en ressources. Le Canada, au contraire, est un pays immense avec de nombreuses régions inhabitées, qui possède d'abondantes ressources mais dont, en proportion, la population et l'infrastructure industrielle sont relativement limitées. Le Japon cherche activement des solutions à ses besoins en sécurité énergétique et à ses problèmes environnementaux. Le Canada est déjà le chef de file mondial dans ce domaine, mais il devra se trouver des partenaires pour exploiter pleinement le potentiel de ces nouvelles technologies à l'échelle mondiale. La dynamique d'ensemble et les possibilités de partenariat et d'investissement sont évidentes.

Dévoiler le potentiel canadien

Pour la plupart des représentants de l'industrie et du gouvernement canadiens, le Japon demeure un mystère. Aux yeux des Japonais, les capacités du Canada demeurent largement inexplorées malgré les activités entreprises par un grand nombre de compagnies de premier plan. L'ambassade du Canada a décidé de démystifier l'image qu'ont les Canadiens du Japon, de mieux faire connaître les capacités du Canada aux intervenants du marché et de stimuler la dynamique naturelle qui ne demande qu'à être exploitée.

L'ambassade organise et appuie régulièrement des événements qui font la publicité des nouvelles technologies et des nouveaux produits canadiens, et des représentants du Canada ont participé à un certain nombre de conférences au Japon pour faciliter la présentation des capacités et des intérêts du Canada en matière de piles à combustible. L'ambassade a également créé un bulletin de nouvelles consacré aux piles à combustible et expliquant les nouvelles technologies et les nouveaux développements sur le marché japonais qui sont dignes d'intérêt pour le Canada. Le symposium est simplement l'événement le plus récent et le plus important dans le cadre de cet effort plus vaste.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

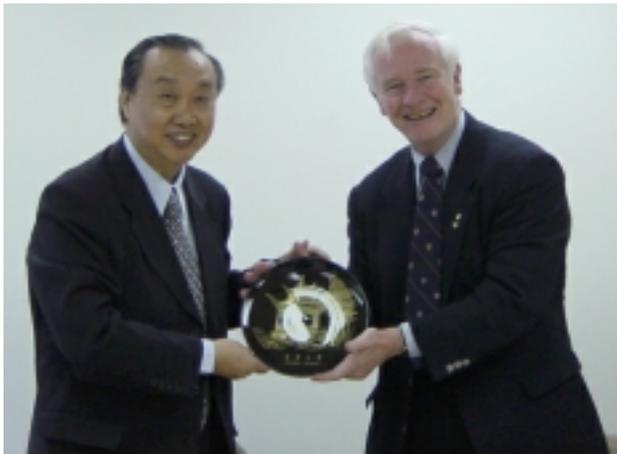
- M. David Steuerman, gestionnaire de projet, ambassade du Canada au Japon, tél. : **(011-81-3) 5412-6229**, téléc. : **(011-81-3) 5412-6250**, courriel : **david.steuerman@dfait-maeci.gc.ca**
- M. Jean-Pierre Petit, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : **(613) 996-2467**, téléc. : **(613) 943-8286**, courriel : **jeanpierre.petit@dfait-maeci.gc.ca**
- M. David Shepherd, Fuel Cells Canada, tél. : **(604) 822-9189**, téléc. : **(604) 822-8106**, courriel : **dshepherd@fuelcellscanada.ca** 🌟

De bons débouchés s'offrent au Canada

Le projet de réseautage des campus en Chine

Le gouvernement de la Chine accorde une priorité élevée à sa Stratégie de développement de l'Ouest (SDO), une initiative nationale pour réduire les écarts économiques régionaux entre les villes côtières plus riches et celles des provinces intérieures sous-développées.

Dans le cadre de la SDO, le gouvernement chinois a alloué 180 millions de dollars canadiens au projet de réseautage des campus, somme qui sera consacrée au cours des 12 à 18 prochains mois à la mise à niveau et à l'expansion des infrastructures des technologies de l'information et des communications (TIC) de 154 collèges et universités répartis dans dix provinces et municipalités de l'Ouest du pays. Pour la plupart, il s'agit de dépenses de première ligne.



Le président de l'université Chongqing, M. Wu Zhongfu (à gauche) célébrant la signature de l'accord coopératif avec le président de l'université de Waterloo, M. David Johnston.

Objectif : se tailler une place sur ce marché

Le Canada est un chef de file mondial en applications des TIC dans le secteur de l'éducation. Ses entreprises sont en position favorable pour tirer parti des

occasions d'affaires dans ce domaine. Le consulat du Canada à Chongqing s'est fixé comme objectif prioritaire d'aider les entreprises canadiennes à décrocher une large part des contrats relatifs à ce projet. Il a donc pris les devants pour démontrer qu'elles ont les capacités et l'expertise voulues pour répondre aux besoins en infrastructures des TIC des universités de l'Ouest de la Chine.

C'est ainsi que le consulat a organisé en juin de l'année dernière Infocom China West, événement qui a été suivi en fin mai de cette année d'une tournée au Canada de présidents d'universités du Sud-Ouest. Ces activités aident à consolider les relations avec les représentants des milieux universitaires chinois et mettent à profit les partenariats établis avec des entreprises canadiennes des TIC et avec l'ambassade du Canada à Beijing.

Et il y a d'autres débouchés à exploiter ailleurs en Chine. Les décideurs de Beijing et du Sud-Ouest de la Chine sont déjà bien informés de la très grande compétence du Canada en matière de TIC. L'ambassadeur du Canada en Chine a eu un entretien avec le ministre chinois de l'Éducation, et pour donner plus de poids encore à cette rencontre, diverses activités ont été organisées par la suite, dont des rencontres officielles, des réceptions axées sur le réseautage

et la tournée de fin mai des présidents d'universités.

Des efforts qui portent fruit

Toutes ces initiatives ont récemment eu des retombées commerciales. En effet, à ce jour, plus de 40 des 70 universités du

Sud-Ouest de la Chine ont fait l'acquisition de produits optiques de **Nortel**, des achats totalisant 20 millions de dollars. Dans bien des cas, il s'agit d'un approvisionnement direct auprès de l'entreprise, sans appel d'offres de concurrents, ce qui témoigne d'une confiance à l'égard de la qualité supérieure des produits de Nortel.



Quant à **Nordx/CDT**, entreprise de Montréal spécialisée dans le câblage de réseaux intégrés de distribution d'immeuble, elle a obtenu des contrats de plus de 25 collèges et universités, évalués à 8 millions de dollars.

Le consulat n'a pas manqué de faire valoir ces exemples de réussite, et d'autres collèges et universités ont manifesté leur intérêt envers le matériel et les services de Nortel et de Nordx/CDT. Compte tenu du succès obtenu dans le cadre du projet de réseautage des campus et des nombreux débouchés lucratifs offerts par la SDO, Nordx/CDT a décidé d'intensifier sa présence dans la région en établissant un bureau satellite à Chongqing.

Pour plus de renseignements sur le projet de réseautage des campus ou pour des informations à jour sur le succès remporté par des entreprises canadiennes dans le cadre de ce projet, communiquer avec M. Peter Liao, agent de commerce principal, consulat du Canada à Chongqing, tél. : **(011-86-23) 6373-8007 (poste 3351)**, téléc. : **(011-86-23) 6373-8026**, courriel : **peter.liao@dfait-maeci.gc.ca** ou M. Alain Gendron, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Beijing, courriel : **alain.gendron@dfait-maeci.gc.ca** 🌟

Au cours des cinq ou six prochaines années, la valeur totale des projets d'infrastructure environnementale en Thaïlande pourrait atteindre 15 milliards de dollars américains grâce à l'intensification de la privatisation du marché et à l'accroissement de la sensibilisation des Thaïlandais aux enjeux environnementaux. Les entreprises canadiennes du secteur de l'environnement ont une excellente réputation internationale et peuvent aider la Thaïlande à résoudre nombre de ses problèmes environnementaux.

Aperçu du marché

En Thaïlande, l'industrie environnementale est très prometteuse et l'ACDI, avec son Programme de coopération industrielle, (PCI) joue un rôle important dans le développement de liens d'affaires entre la Thaïlande et le Canada en apportant son appui aux projets environnementaux entrepris dans la région. L'assainissement de l'eau est l'une des principales priorités du gouvernement thaïlandais, qui a alloué quelque 4,7 milliards de dollars pour la période 2000-2006 aux projets concernant l'eau, dont l'établissement de systèmes d'irrigation, la gestion des eaux usées et la construction de réseaux d'égouts.

D'autres projets prioritaires portent sur :

- la réduction de la pollution atmosphérique par la limitation des émissions des véhicules — valeur annuelle de ce marché : 143 millions de dollars.
- la gestion des déchets solides — d'ici 2007, 606 millions de dollars seront alloués à l'enlèvement des déchets solides à Bangkok et dans les provinces, et à l'achat de matériel de gestion des déchets solides.
- le traitement des déchets dangereux et des déchets industriels — de gros débouchés s'offrent dans le traitement (centralisé ou sur place) des déchets produits dans les parcs industriels, la gestion des déchets médicaux et l'enlèvement des déchets domestiques toxiques.
- les services environnementaux — on requiert les services de consultants spécialisés dans l'évaluation des répercussions sur l'environnement, la prévention de la pollution, les stratégies d'entreprise en environnement (ISO 14000), les systèmes de gestion environnementale et la vérification de

Possibilités de partenariats Thaïlande-Canada

Le marché thaïlandais de l'environnement

la gestion environnementale et l'efficacité énergétique.

Il existe des débouchés à long terme dans les secteurs suivants :

- combustibles de remplacement
- technologies non polluantes
- stratégies de prévention des changements climatiques

Accès au marché

Les entreprises canadiennes qui élaborent une stratégie de pénétration du marché thaïlandais devraient savoir que :

- Le processus d'appel d'offres en Thaïlande est complexe; choisir donc un partenaire thaïlandais bien versé dans le marché local avant de soumissionner un grand projet d'infrastructure. La plupart des entreprises canadiennes en Thaïlande ont fondé des coentreprises ou conclu des alliances stratégiques avec des partenaires thaïlandais, ou avec des entreprises canadiennes ou étrangères déjà établies sur ce marché.
- Le financement public étant rare, les responsables se tournent vers des modèles de financement non traditionnels comme celui de la construction-possession-exploitation (CPE) ou de la construction-exploitation-transfert (CET).
- Bien qu'il soit possible d'exercer des activités commerciales sur ce marché sans y avoir une présence permanente, il faut effectuer plusieurs visites par an pour établir et maintenir des contacts. Pour assurer une continuité, il est préférable que la même personne effectue toutes ces visites. Différents programmes d'aide à l'exportation, comme le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), le Programme de coopération industrielle de l'ACDI (PCI), Exportation et développement Canada (EDC) et la Corporation commerciale canadienne (CCC), peuvent offrir une aide financière pour faciliter des voyages en Thaïlande ou pour y assurer une présence commerciale.

Principaux concurrents

Les pays de l'Union européenne, l'Australie, le Japon et les États-Unis ciblent ce marché en offrant une aide financière importante et des subventions pour le développement des exportations.

Sites internet utiles

- Créer des partenariats pour la gestion des ressources naturelles et environnementales : www.worldbank.or.th/environment/pdf/essn2000.pdf
- Ambassade du Canada à Bangkok : www.dfait-maeci.gc.ca/bangkok/
- Association des ingénieurs environnementaux de Thaïlande : www.eeat.or.th
- ExportSource : www.exportsource.gc.ca/
- Ministère de la Lutte antipollution : www.pcd.go.th/
- Chambre de commerce Thaïlande-Canada : www.thai-canadian-chamber.org/
- Institut thaïlandais de l'environnement : www.tei.or.th/
- Le Répertoire complet des technologies de l'environnement : www.eco-web.com/
- Rapport de marché complet « Les industries de l'environnement en Thaïlande » : www.infoexport.gc.ca/main-e.asp?act=9&sid=584&oid=291&cid=50

Foires commerciales à venir

- Foire internationale des technologies de protection environnementale et de lutte antipollution **Entech/Pollutech Asia** (www.thai-exhibition.com), 24-27 juillet 2003.
- La 5^e exposition-conférence internationale sur l'eau potable, l'eau traitée et le traitement des eaux usées **Aquatech Asia 2003** (www.aquatech-rai.com), 2-4 octobre 2003.

Pour plus de renseignements, joindre M. Surin Thanalertkul, agent commercial, ambassade du Canada à Bangkok, tél. : **(011-66-2) 636-0560 poste 3356**, téléc. : **(011-66-2) 636-0568**, courriel : bngkk-td@dfait-maeci.gc.ca 🌟

Tunisie, Égypte, Émirats arabes unis et Inde

Foires de recrutement : attirer les meilleurs étudiants au Canada

Les étudiants arabes désirant poursuivre leurs études postsecondaires se sont traditionnellement tournés vers le Royaume-Uni et les États-Unis. Toutefois, depuis les événements du 11 septembre, le Canada est devenu une destination plus attrayante pour les étudiants à la recherche d'un milieu sûr offrant des programmes d'enseignement qui leur permettront de soutenir la concurrence sur les marchés du travail de l'avenir.

Aperçu du marché

Le Moyen-Orient, marché de 280 millions d'Arabes répartis dans 22 pays, devrait compter 400 millions d'habitants d'ici 2020. Au total, 38 % de la population a moins de 14 ans et la région consacre une plus forte proportion de son PIB à l'éducation que les autres pays en développement. Les programmes d'enseignement au Moyen-Orient sont de qualité médiocre et n'ont pas été adaptés aux exigences du marché du travail, où les secteurs de la haute technologie et de l'information sont de plus en plus privilégiés au détriment de la fabrication.

C'est dans ce marché aux possibilités énormes que les missions canadiennes et le Réseau des centres d'éducation canadiens (RCEC) ont fait des investissements stratégiques en vue de recruter des étudiants arabes à Tunis, au Caire, à Doubaï, à Abou Dhabi, à Mumbai et à New Delhi.

TUNIS

Du **16 au 18 octobre 2002**, l'ambassade du Canada à Tunis sera l'hôte d'un salon de l'éducation. Le salon de 2001 avait connu beaucoup de succès.

Les Tunisiens ont manifesté beaucoup d'intérêt pour poursuivre leurs études au Canada, en partie à cause de la réputation d'excellence des établissements d'enseignement du Canada à l'échelle internationale et du riche héritage francophone du Canada. À l'heure actuelle, des milliers de Tunisiens font leurs études au Canada, particulièrement au Québec.

Pour plus de renseignements sur la marche à suivre pour participer à ce salon de l'éducation, communiquer avec M. André Potvin, délégué commercial principal, ambassade du Canada en Tunisie, tél. : **(011-216-1) 796-577**,

poste 3351, téléc. : **(011-216-1) 796-371**, courriel : **andre.potvin@dfait-maeci.gc.ca**

LE CAIRE

Du **12 au 14 octobre 2002**, l'ambassade du Canada en Égypte sera l'hôte du premier salon annuel de l'éducation du Canada au Caire.

L'Égypte, pays peuplé (68 millions d'habitants) qui occupe une position centrale dans la région, représente un excellent marché pour les universités canadiennes tant de langue anglaise que française. Des représentants de ces établissements visiteront la région à cette période pour prendre part au salon de l'éducation qui aura lieu dans la région du Golfe et en Tunisie. Malgré le contexte international difficile, un nombre croissant d'étudiants et d'établissements d'enseignement d'Égypte s'intéressent beaucoup à l'éducation au Canada.

Consulter **www.infoexport.gc.ca/ie-en/DisplayDocument.jsp?did=7883** pour avoir un meilleur aperçu des débouchés offerts par le secteur de l'éducation en Égypte.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Walid Khoury (recrutement étudiant), courriel : **walid.khoury@dfait-maeci.gc.ca** ou M. Tarek Abdel Meguid, agent commercial, ambassade du Canada au Caire, courriel : **tarek.meguid@dfait-maeci.gc.ca** ou M. Jean-Philippe Tachdjian, courriel : **jean-philippe.tachdjian@dfait-maeci.gc.ca**

ÉMIRATS ARABES UNIS

Du **6 au 9 octobre 2002**, le RCEC sera l'hôte des salons de l'éducation de Doubaï et d'Abou Dhabi. Les Émirats arabes unis (EAU) représentent un marché riche pour le

recrutement étudiant au niveau postsecondaire. En effet, une forte proportion des quelque 8 000 étudiants non ressortissants qui terminent leurs études secondaires, chaque année, veulent poursuivre leurs études à l'étranger. Ils s'intéressent particulièrement aux programmes d'études de premier, deuxième et troisième cycles, aux programmes d'études collégiales avec diplôme d'études appliquées, aux programmes d'études universitaires supérieures et à d'autres programmes spécialisés, comme la technologie et le tourisme.

Avec l'augmentation du nombre d'étudiants des EAU qui viennent au Canada, les établissements d'enseignement canadiens devraient en profiter pour pénétrer ce marché. En 2000, 402 permis de séjour pour étudiants ont été accordés, comparativement à 182 en 1998.

INDE

L'ambassade du Canada sera l'hôte d'un salon de l'éducation à **New Delhi le 29 septembre 2002** et à **Mumbai le 3 octobre 2002**.

L'Inde se classe au 12^e rang des économies mondiales et au 4^e rang pour la parité des pouvoirs d'achat. Le gouvernement indien est résolu à continuer d'améliorer son système d'enseignement et s'est engagé à investir 14 milliards de dollars américains dans ce secteur au cours de la prochaine décennie. Parmi les 10 à 15 millions d'étudiants qui feront une demande d'admission à une université ou à un collège de l'Inde, seulement 6 millions seront acceptés, faute de place.

Comme l'Inde ne peut pas satisfaire à la demande au niveau postsecondaire et que le grand nombre d'Indiens aisés est à la hausse, l'Inde constitue un marché attrayant pour les établissements d'enseignement postsecondaire du Canada

Pour plus de renseignements sur les salons de l'éducation en Inde et dans les Émirats arabes unis, communiquer avec M^{me} Eugenia Ho, directrice adjointe, Événements du RCEC — Salons de l'éducation, Réseau des centres d'éducation canadiens, courriel : **eugenia.ho@cec.apfnet.org** ✨

Mission d'octobre — suite de la page 1

naturel au monde, et les trois pays sollicitent le savoir-faire de tous les pays du monde, dont le Canada, » explique M. Knutson.

« On y trouve des débouchés dans le forage et l'exploration ainsi que dans la prestation des services aux sociétés pétrolières, en génie ou en machinerie, de dire M. Knutson. Les possibilités sont plus vastes que le secteur des hydrocarbures. »

« Le tourisme constitue un autre secteur important, signale M. Knutson. Le Canada profiterait tant au niveau humain que commercial à attirer un plus grand nombre de visiteurs de ces pays. De nombreuses entreprises canadiennes sont déjà installées et prospèrent dans la région, dont les Four Seasons Hotels et les Fairmont Hotels qui ont récemment pris de l'expansion au Qatar et dans les EAU et qui ouvriront bientôt des établissements en Arabie saoudite.

La mission d'octobre prochain ouvrira des portes aux entreprises et aux établissements canadiens dans les secteurs des télécommunications, des hydrocarbures, de l'architecture, du génie, des services éducatifs, de la santé, de l'épuration de l'eau et du traitement des eaux usées et de l'agroalimentaire.

Objectifs de la mission

Les membres de la mission canadienne auront l'occasion de rencontrer des dirigeants du milieu des affaires et du gouvernement du Qatar, des EAU, de l'Oman et du Koweït. Le Canada, de concert avec le CCCA, une association d'affaires qui vise à renforcer les échanges bilatéraux et les liens financiers entre entreprises canadiennes et arabes, espère voir s'établir des gens d'affaires canadiens de divers secteurs sur ce marché lucratif.

M. Knutson s'est récemment entretenu avec le nouvel ambassadeur du Canada aux EAU, M. David Hutton, au sujet des objectifs de la mission. « Nous espérons emmener des entreprises de divers secteurs, des plus grandes qui sont disposées à faire profiter la région de leur expérience ainsi que de plus petites récemment établies sur le marché qui sont prêtes à tirer parti de nouveaux débouchés, explique M. Knutson. Nous espérons ainsi élargir les relations

économiques entre le Canada et la région, ce qui devrait accroître les possibilités d'emploi au Canada. »

Climat d'ouverture

Après sa visite fructueuse de mars 2002 dans la région, qui a été suivie de la signature des traités d'évitement de la double imposition avec le Koweït et avec les EAU ainsi que d'un accord aérien avec les EAU, le secrétaire d'État est optimiste quant à l'avenir des entreprises canadiennes dans la région. « La région semble tenir le Canada en très haute estime; les Canadiens sont aimés et respectés dans ces pays. » Et les Canadiens également se plaisent bien dans la région. À l'heure actuelle, plus de 10 000 Canadiens vivent et travaillent dans la péninsule Arabe.

À la question de savoir quelle incidence la situation politique aura sur les entreprises canadiennes qui veulent prendre de l'expansion dans la région, M. Knutson répond : « Le Canada est perçu comme un pacificateur. Il est considéré comme un partenaire sérieux qui saura transmettre son savoir-faire et sa technologie pour assurer le développement durable de la région. »

L'image élogieuse du Canada est aussi projetée dans les pays voisins du Moyen-

Orient où les produits et les services canadiens ont réussi d'importantes percées. Les exportations de produits de base se sont chiffrées à elles seules à 1,1 milliard de dollars en 2001, et l'Accord de libre-échange Canada-Israël, de 1997, stimule les échanges et les investissements.

La voie du succès

Appuyée par des partenaires comme le CCCA, Exportation et développement Canada, Partenaires pour l'investissement au Canada ainsi que les autorités commerciales provinciales, la mission aidera le Canada à établir et à déployer une présence durable dans la péninsule Arabe.

Ainsi que le fait remarquer M. Knutson, « la péninsule Arabe est susceptible de prendre une grande importance. Mon rôle consiste, entre autres, à examiner les nouveaux débouchés et à accroître la visibilité du Canada dans la région ».

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Maher Abou-Guendia, conseiller principal pour le commerce, Direction générale du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord, MAECI, tél. : **(613) 944-5984**, courriel : **maher.abouguendia@dfait-maeci.gc.ca** ou **pour participer**, communiquer avec M^{me} Aida Viveiros, CCCA, tél. : **(905) 568-8300**, poste 288, courriel : **aida.viveiros@cme-mec.ca** 🌟

L'exposition eLearn à Hong Kong

HONG KONG — 29-30 octobre 2002 — Depuis son inauguration réussie en 2001, **eLearn Expo** est considérée comme la plus importante exposition sur l'apprentissage électronique en Asie. Cet événement, auquel s'ajoute une conférence internationale de deux jours, aura lieu de nouveau au Hong Kong Convention and Exhibition Center. Parmi les exposants potentiels figurent des vendeurs de systèmes de gestion de bibliothèque, des fournisseurs de solutions universelles, des éditeurs de contenu, des maisons d'édition, des écoles, des entreprises de formation, des entreprises de conception multimédia, des concepteurs de cours, des entreprises de conception de logiciels de téléconférence et d'apprentissage virtuel, et des fournisseurs d'intégration de services d'apprentissage électronique. Les personnes qui veulent présenter un exposé doivent envoyer un court résumé et une biographie à M^{me} Sally-Ann Moore, de eLearnExpo. On donnera la priorité aux commanditaires et aux exposants.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Sally-Ann Moore, directrice générale de eLearnExpo, courriel : **sally@elearnexpo.com** ou **www.elearnexpo.com** ou M^{me} Kitty Ko, agente commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : **(011-852) 2847-7448**, téléc. : **(011-852) 2847-7441**, courriel : **kitty.ko@dfait-maeci.gc.ca** 🌟

Bricolage et jardinage à l'honneur à Londres

LONDRES, R.-U. — 26-28 janvier 2003 — Le Canada est sur le point de tirer parti du succès remporté l'an passé à l'exposition **Do-It-Yourself (DIY) & Garden Show** (www.diyandgardenshow.com), la première exposition en importance au Royaume-Uni dans le domaine du bricolage, de la quincaillerie, des outils et des produits de décoration et de jardinage. Pour la cinquième année consécutive, le Canada y aura un stand collectif regroupant des entreprises canadiennes désireuses de développer leurs activités d'exportation au Royaume-Uni et en Europe.

L'exposition **DIY & Garden Show**, qui existe depuis neuf ans, attire des visiteurs de plus de 30 pays. L'Association des fabricants britanniques de quincaillerie et d'articles ménagers et l'Association des détaillants d'articles de décoration sont les commanditaires officiels de cette exposition, qui est le premier événement majeur de l'année dans le domaine de la rénovation en Europe.

En outre, comme cela était le cas les années précédentes, le haut-commissariat du Canada est heureux de soutenir les exposants canadiens en leur offrant gratuitement les services suivants :



Le kiosque du Canada à l'exposition de cette année.

- Séances d'information préalables à l'exposition et programme d'une demi-journée consistant en des visites, avant l'exposition, de chaînes de détaillants britanniques afin que les exposants canadiens se renseignent sur le marché britannique.

- Liste des acheteurs des principales chaînes de magasins britanniques destinée aux exposants canadiens pour leurs activités de communication ciblée avant l'exposition.
- Campagne de presse précédant l'exposition afin de maximiser la couverture des exposants canadiens par la presse britannique.

Pour plus de renseignements sur les débouchés de l'industrie britannique du bricolage, communiquer avec M^{me} Carol Gould, adjointe commerciale, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : **(011-44-0) 20 7258-6673**, téléc. : **(011-44-0) 20 7258-6384**, courriel : carol.gould@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer sur www.dfait-maeci.gc.ca/london ou www.infoexport.gc.ca/uk/ Au Canada, communiquer avec M^{me} Anne Heath, personne-ressource et agente de réservation pour l'exposition, UNILINK, tél. : **(613) 549-0404**, téléc. : **(613) 549-2528**, courriel : ah@unilinkfairs.com ou cliquer sur www.unilinkfairs.com 🌟

Sial PARIS 2002 : à table!

PARIS, FRANCE — 20-24 octobre 2002 — L'édition 2002 de **SIAL Paris** mettra en vedette 5 200 exposants représentant 94 pays et attirera plus de 135 000 professionnels du commerce des boissons et de l'alimentation en provenance de plus de 185 pays. C'est l'occasion de rencontrer des acheteurs sérieux et de faire connaître vos produits sur le marché mondial lors de ce salon alimentaire qui est le plus grand au monde.

Afin de permettre aux sociétés canadiennes, qui visitent ou exposent à **SIAL 2002**, de profiter pleinement de leur séjour, Agriculture et Agroalimentaire Canada vous offre une occasion de rencontrer sur place les délégués commerciaux responsables du secteur de l'alimentation en poste dans les ambassades et consulats canadiens à l'étranger. Pour ce faire, des réunions individuelles entre les sociétés canadiennes et les délégués

commerciaux seront organisées de 13 h à 16 h le **21 octobre 2002**. Ces réunions auront lieu sur le site de la foire et fourniront une excellente occasion pour les sociétés canadiennes de discuter des possibilités commerciales pour leurs produits avec les délégués commerciaux canadiens.

Pour y participer, communiquer avec M^{me} Nicole St-Jacques, tél. : **(514) 283-3815**, poste 513, courriel : stjacquesn@agr.gc.ca La priorité sera donnée aux compagnies qui exposent et les rendez-vous seront organisés premier arrivé, premier servi.

Pour plus de renseignements sur **SIAL**, communiquer avec M. Angel Garcia, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : **(613) 759-7738**, téléc. : **(613) 759-7506**, courriel : garciaa@em.agr.ca Internet : <http://ats.agr.ca/events/sial/welcome-f.htm> ou <http://sial.axime.com/fr/index.htm> 🌟

Une conférence électrisante

FUKUOKA, JAPON — 5-8 novembre 2002 — La 14^e **Conférence de l'industrie de l'électricité (CEPSI)** est une excellente occasion de mettre en valeur les capacités de votre entreprise sur le marché japonais et autres marchés asiatiques.

L'ambassade du Canada à Tokyo, avec la collaboration d'Industrie Canada et du MAECI à Ottawa, offrira son aide aux entreprises canadiennes qui souhaitent explorer des débouchés particuliers sur le marché japonais.

Pour plus de renseignements sur la **CEPSI**, cliquer sur : www.cepsi2002.com ou communiquer avec M. Stuart Fee, agent de commerce, Industrie Canada, tél. : **(613) 954-5446**, téléc. : **(613) 941-2463**, courriel : fee.stuart@ic.gc.ca 🌟

Salons et conférences au calendrier

VANCOUVER (C.-B.) — 2-4 octobre 2002 — **International Development Days 2002**. Pour des renseignements ou pour s'inscrire, cliquer sur : www.cme-mec.ca/vancouver2002 ou courriel : treena.adhikari@cme-mec.ca

SAN SALVADOR, EL SALVADOR — 2-6 octobre 2002 — **Feria Internacional** est une foire commerciale spécialisée dans la présentation de débouchés aux exportateurs internationaux qui s'intéressent aux marchés de l'Amérique centrale. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Philip Jakob, ambassade du Canada à San Salvador, tél. : (011-503) 279-4655, téléc. : (011-503) 279-0765, courriel : philip.jakob@dfait-maeci.gc.ca internet : www.sansalvador.gc.ca ou www.xxferia.fies.gob.sv

VANCOUVER (C.-B.) — 6-8 octobre 2002 — **Accelerating as Manufacturers & Exporters**. Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, cliquer sur : www.cme-mec.ca/vancouver2002 ou courriel : treena.adhikari@cme-mec.ca

SAINT-PÉTERSBOURG, RUSSIE — 15-19 octobre 2002 — 4^e Forum international sur la foresterie, "**Russian Forestry Complex in 21st Century**". Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Margarita Sandal, agente commerciale, consulat général du Canada à Saint-Pétersbourg, tél. : (011-7-812) 325-8448, poste 3352, téléc. : (011-7-812) 325-8393, courriel : margarita.sandal@dfait-maeci.gc.ca

MIAMI, FLORIDE — 25-27 octobre 2002 — Salon de la construction, **Miami Construction Trade Show**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Margaret Cullen, agente commerciale, consulat du Canada, tél. : (305) 579-1615, téléc. : (305) 374-6774, courriel : miami-td@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer

sur : www.miacon.com tél. : (305) 441-2865, téléc. : (305) 529-9217, courriel : mail@miacon.com

FORT LAUDERDALE, FLORIDE — 31 octobre-4 novembre 2002 — Salon nautique international Fort Lauderdale, **International Boat Show Expo**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Margaret Cullen, agente commerciale, consulat du Canada, tél. : (305) 579-1615, téléc. : (305) 374-6774, courriel : miami-td@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer sur : www.showmanagement.com tél. : 1-800-940-7642 ou (954) 764-7642, téléc. : (954) 462-4140, courriel : Info@showmanagement.com

MIAMI, FLORIDE — 8-17 novembre 2002 — Salon international de l'automobile **South Florida International Auto Show**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Margaret Cullen, agente commerciale, consulat du Canada, tél. : (305) 579-1615, téléc. : (305) 374-6774, courriel : miami-td@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer sur : www.sfliautoshow.com tél. : (305) 947-5950, téléc. : (305) 947-5954, courriel : info@sfliautoshow.com

BANGKOK, THAÏLANDE — 2-5 décembre 2002 — Salon des pièces d'automobile, **Auto Components + Aftermarket 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Carolyn Knobel, deuxième secrétaire (Affaires commerciales), poste 3352, M. Surin Thanalertkul, agent commercial, poste 3356, ambassade du Canada à Bangkok, tél. : (011-662) 636-0560, téléc. : (011-662) 636-0568, courriel : bngkk-td@dfait-maeci.gc.ca internet : www.bangkok.gc.ca

GATINEAU (QUÉBEC) — 3 février 2003 — 11^e édition annuelle des **Prix canadiens d'excellence pour le développement international**. Pour plus de renseignements ou pour obtenir une demande

de candidature, communiquer avec : M^{me} Treena Adhikari, tél. : (905) 568-8300 poste 249, courriel : treena.adhikari@cme-mec.ca

MIAMI, FLORIDE — 14-19 février 2003 — Salon nautique international, **Miami International Boat Show**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Margaret Cullen, agente commerciale, consulat du Canada, tél. : (305) 579-1615, téléc. : (305) 374-6774, courriel : miami-td@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer sur : www.discoverboating.com tél. : (305) 535-1742, téléc. : (305) 534-3139, courriel : mhall@mma.org

COLOGNE, ALLEMAGNE — 8-11 avril 2003 — **ANUGA FoodTec 2003**. Pour plus de renseignements sur la participation, communiquer avec M. Stephan Rung, attaché commercial, consulat du Canada à Düsseldorf, tél. : (011-49-211) 172-1718, téléc. : (011-49-211) 359-165, courriel : stephan.rung@dfait-maeci.gc.ca internet : <http://ats-sea.agr.ca/agrifood-canada-germany/index.html>

ORLANDO, FLORIDE — 13-16 avril 2003 — Salon pour les fournisseurs d'aliments et de boissons, **Marine Hotel Association Conference & Trade Show**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Margaret Cullen, agente commerciale, consulat du Canada, tél. : (305) 579-1615, téléc. : (305) 374-6774, courriel : miami-td@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer sur : www.mhweb.org tél. : (702) 838-6056, téléc. : (702) 838-8853, courriel : judyforcanada@yahoo.com 🍀



Le Conseil consultatif des PME dévoilé

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé la constitution du nouveau Conseil consultatif des petites et moyennes entreprises (PME) sur le commerce international. Le Conseil a tenu sa réunion inaugurale à Ottawa en juin 2002.

Le Conseil sera le porte-parole des autres PME et servira de forum de mise à l'essai des nouveaux programmes et services. Il conseillera également le Ministre sur les façons d'aider les PME à exporter leurs produits et leurs services.

Les PME jouent un rôle indispensable à la réalisation des exportations et à la crois-

sance économique du Canada, a déclaré M. Pettigrew. Je crois qu'il est essentiel pour le gouvernement du Canada d'entretenir un dialogue avec les PME afin de comprendre leurs besoins changeants. Le Conseil consultatif nous aidera à faire en sorte que les PME canadiennes soient le mieux placées pour profiter des débouchés commerciaux. »

On estime que 87 % des exportateurs canadiens sont des PME. Ils sont à l'origine d'environ 6 % de la valeur des exportations du Canada. En 2001, les exportations totales du Canada de produits et de services ont atteint 471 milliards de dollars, soit 43 % du PIB du Canada.

Projet d'accord de libre-échange avec les pays andins

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé le 7 août 2002 que le Canada et les membres de la Communauté andine (Bolivie, Colombie, Équateur, Pérou et Venezuela) tiendront des pourparlers préliminaires sur un projet d'accord de libre-échange.

« Un accord de libre-échange entre le Canada et les pays andins renforcera nos relations économiques et favorisera le développement socio-économique dans la région », a indiqué le Ministre. « Nous développons davantage nos engagements envers les Amériques tout en poursuivant la libéralisation des investissements et des échanges commerciaux. »

Les pays andins sont d'importants parte-

naires commerciaux pour le Canada : en 2001, les échanges commerciaux bilatéraux ont atteint 3,6 milliards de dollars, ce qui comprend des exportations canadiennes de 1,5 milliard de dollars. On estime à 11 milliards de dollars les investissements canadiens cumulatifs dans les pays andins.

Le gouvernement du Canada lancera sous peu un vaste processus de consultation générale pour obtenir l'avis des provinces et des territoires ainsi que du public, des organisations non gouvernementales et des gens d'affaires canadiens.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction de la politique commerciale régionale, MAECI, tél. : (613) 992-0420, téléc. : (613) 944-0757. ✨

Le Conseil a été créé en septembre 2001, à la fin du mandat de trois ans du Groupe de travail sur les PME du Ministre. La présidente du Groupe de travail, M^{me} Bianca Battistini, vice-présidente directrice de Can-Am Immigration Services Inc. de Sherbrooke (Québec), avait alors accepté de présider le Conseil consultatif.

Le Conseil, composé de 17 membres, soit des cadres supérieurs de PME de tout le pays, s'est vu confier un mandat de trois ans. La prochaine réunion du Conseil aura lieu à Vancouver (Colombie-Britannique) en octobre 2002. ✨

Une zone de confiance

— suite de la page 6

dont l'efficacité a été démontrée même avant le 11 septembre. Pour faciliter davantage cette collaboration, six Équipes intégrées de la police des frontières (EIPF) ont été créées pour constituer des réseaux qui coordonnent les activités de contrôle frontalier.

De plus, le projet NorthStar, une organisation communautaire regroupant des professionnels de l'application de la loi aux niveaux fédéral, provincial et local au Canada et aux États-Unis, procure une tribune pour coordonner les communications, le service de renseignement, les opérations conjointes et les poursuites judiciaires.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction des relations avec les États-Unis, MAECI, tél. : (613) 944-7960. ✨

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

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 : **(613) 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 (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (ON) K1A 0G2

Postes Canada
Numéro de convention 40064047