

Équipement canadien recherché

Le marché de la transformation des aliments de St-Pétersbourg

Dans ce numéro

- 2 Débouchés en Afrique sub-saharienne
- 3 Un smash pour Nik Design Inc.
- 4 Recherche de contacts clés
- 6 11 septembre 2001 : un an plus tard
- 7 Crédibilité – la CCC au service de vos ventes
- 9 Enquête sur l'exportation vers l'UE
- 10 Foires commerciales 2002 en Chine
- 11 Les diamants canadiens brillent au Japon
- 12 Salon International Aid and Trade
- 13 La BAfD à votre portée
- 14 Le Sommet mondial des femmes : un succès
- 15 Foires et missions/ Conférences

Le marché de la transformation/de l'emballage d'aliments à St-Pétersbourg continue de se développer plus rapidement que certains autres secteurs d'activité et il offre des débouchés aux entreprises canadiennes qui s'intéressent à l'exploration du marché du Nord-Ouest de la Russie.

Son développement rapide a commencé après la crise financière d'août 1998.

Lorsque les produits importés sont devenus trop onéreux pour la plupart des Russes, les producteurs nationaux d'aliments se sont mis à accroître la capacité de leurs usines, stimulant ainsi la demande d'équipement de transformation des

aliments de grande qualité. Les fabricants locaux de ce type d'équipement ne pouvaient pas répondre à la demande accrue et la qualité de l'équipement de production nationale ne satisfait pas aux critères modernes fondés sur des technologies de pointe, bien que leur équipement soit très compétitif sur le plan des prix.



Un secteur du marché : la mise en bouteilles de l'eau.

modernes fondés sur des technologies de pointe, bien que leur équipement soit très compétitif sur le plan des prix.

Bonne réputation du Canada

Ce marché offre des débouchés en matière de commerce et d'investissement aux entreprises canadiennes, car les besoins d'équipement de ce secteur d'activité en Russie demeurent très élevés.

voir page 8 — Le marché

Les Ressources naturelles vous invitent

Mission-ouverture sur l'Inde

Le secteur canadien des ressources naturelles dispose d'une occasion exceptionnelle d'explorer une des économies connaissant la plus forte croissance en Asie.

Le ministre des Ressources naturelles du Canada, M. Herb Dhaliwal, invite les dirigeants d'entreprise à participer à la mission de développement des affaires qu'il dirigera en Inde, du **10 au 16 novembre 2002**.

La mission vise à ouvrir des portes dans ce marché en développement et à montrer à quel point les aptitudes canadiennes dans le secteur des ressources naturelles conviennent bien aux besoins croissants de l'Inde.

La mission

Organisée en partenariat avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce

voir page 12 — Mission



AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

Le Canada et l'Afrique



Le partenariat crée des débouchés

La croissance économique que connaît l'Afrique et son ouverture sur l'extérieur provoquent une demande accrue de biens et de services étrangers, d'opérations conjointes et d'investissements. Grâce à leurs produits, services et compétences adaptés aux besoins de l'Afrique, alliés à la capacité de fonctionner aussi bien en français qu'en anglais, les entreprises canadiennes de toutes tailles découvrent que l'Afrique, notamment l'Afrique sub-saharienne, constitue un

marché lucratif pour un large éventail de biens et de services, et offre des perspectives prometteuses dans le domaine des investissements.

Le Plan d'action pour l'Afrique

À l'occasion du sommet de Kananaskis tenu en juin dernier, les dirigeants du G8 ont adopté un Plan d'action pour l'Afrique appuyant la mise en œuvre, par les pays africains, du Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) élaboré par les dirigeants africains.

Le Premier ministre Jean Chrétien a annoncé que la contribution du Canada au Plan d'action pour l'Afrique du G8 prendrait la forme d'un meilleur accès aux marchés canadiens au profit des exportateurs africains, d'une action en faveur du renforcement des liens commerciaux et financiers entre le Canada et les pays africains, et de la mise à disposition de ressources pour la bonne gouvernance, la prévention des conflits, l'éducation, la santé, la recherche agronomique et la gestion de l'eau.

Ces décisions, notamment la création du Fonds d'investissement de 100 millions de dollars, dans le cadre du Fonds canadien pour l'Afrique de 500 millions de dollars annoncé dans le budget de décembre 2002, représente, de la part du gouvernement, un engagement sur cinq ans d'une valeur totale de 6 milliards de dollars sous la forme de crédits — nouveaux ou attribués — pour le développement de l'Afrique.

Aperçu du marché

L'Afrique sub-saharienne, soit tous les pays africains à l'exception des cinq pays baignés par la Méditerranée, est une terre où les débouchés abondent. En 2001, les exportations de produits canadiens vers l'Afrique dépassaient 5,5 milliards de dollars, dont quelque 690 millions vers l'Afrique sub-saharienne — en progression de 14 % par rapport à l'année précédente — et les importations canadiennes se sont élevées

à 1 milliard de dollars, dont un tiers en pétrole brut. La vente de services est une composante importante des exportations canadiennes; en 2000, les exportations de services à destination de l'Afrique sub-saharienne se sont chiffrées à 630 millions de dollars. Cette région du globe se classait, en 2001, au dix-neuvième rang des marchés d'exportation des produits canadiens, entre le Venezuela et l'Inde.

Les entreprises canadiennes ont mené à bien plusieurs opérations financées par des institutions telles que la Banque mondiale et la Banque africaine de développement; ont participé avec profit à divers partenariats pour la fourniture de services aux consommateurs; et ont vendu des marchandises aussi diverses que des vêtements usagés, du malt, des avertisseurs anti-vols domestiques et des amortisseurs pour automobiles.

Un éventail de marchés

L'Afrique sub-saharienne comporte un large éventail de marchés. L'Afrique du Sud est le principal partenaire commercial du Canada en Afrique sub-saharienne. En 2001, les machines et les véhicules — les deux secteurs canadiens les plus importants à ce chapitre — ont représenté quelque 30 % du total des expéditions canadiennes vers l'Afrique du Sud. Les autres secteurs porteurs étaient le matériel d'exploitation minière, les engins de chantiers, les machines industrielles spéciales, le matériel de télécommunication ou électronique, le matériel d'arpentage et les produits alimentaires.

L'Afrique du Sud dispose d'une masse critique d'institutions de développement et d'établissements bancaires, qui fournissent des services financiers pour les projets axés sur l'Afrique, et constitue une tête de pont donnant accès à d'autres marchés de l'Afrique sub-saharienne.

Débouchés

Il existe un grand nombre de débouchés qui restent inexploités. Les importations africaines d'une large gamme de produits canadiens compétitifs sont modestes, même si les pays africains achètent souvent de grandes quantités de produits semblables à des pays concurrents du Canada. La composition des importations en provenance d'autres partenaires, comme la

voir page 14 — Des débouchés

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

Jouer avec les meilleurs

Un smash pour Nik Design Inc.

En 2002, le Naismith Memorial Basketball Hall of Fame à Springfield, au Massachusetts, a fait l'objet d'un réaménagement de 103 millions de dollars visant à le transformer en attraction touristique de classe mondiale. La société **Nik Design Inc.**, d'Edmundston, au Nouveau-Brunswick, était l'un des protagonistes du projet.

Nik Design Inc. inscrit une avalanche de points

La nouvelle installation de 100 000 pieds carrés comprend des boutiques d'articles de sport, des restaurants et un musée de 35 000 pieds carrés sur trois étages assorti d'un atrium sphérique de 80 pieds, sur les trois étages, abritant des éléments d'exposition interactifs, une salle de visionnement de 200 places et un terrain de basketball de dimension réglementaire. Le clou du décor est suspendu au plafond de 80 pieds : un tableau indicateur ultra-moderne de 18 000 livres indiquant le chronométrage et la marque, et doté d'une gamme complète de possibilités multimédia, construit dans les ateliers de Nik Design Inc.

« C'est un projet vraiment fascinant », de dire M. Tim Shaw, président de Nik Design Inc., qui a supervisé la construction du tableau indicateur. Ce dernier fait fonction de point central du musée, présentant des vidéos des plus grands moments du basketball et des aperçus biographiques des joueurs, et il fournit l'éclairage et le son pour plusieurs productions théâtrales qui mettent en relief divers aspects du jeu.

« Le tableau indicateur est un élément crucial du musée. Nous ne pouvions pas le confier à n'importe qui », explique M. Raphael Guadalupe, directeur de la décoration pour le compte de Scenic Technologies Inc., de New-York, et directeur de projet pour le volet musée du réaménagement. « J'étais impressionné dès le début par les idées de M. Tim Shaw et par les capacités de son entreprise. Cela a donné d'excellents résultats. »

Assembler les morceaux

Selon M. Shaw, c'est un peu la chance et, aussi, le gouvernement du Canada qui l'ont mis en contact avec M. Guadalupe l'an dernier. À ce moment-là, M. Shaw venait de rentrer de Boston, où il avait participé à une mission commerciale du Programme de partenariat à l'exportation de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA). Une de ses réunions organisées à l'avance avec un représentant d'un fabricant local de tableaux indicateurs lui a donné des idées pour le projet. Il a immédiatement communiqué avec M. Guadalupe et, peu de temps après, il a été intégré à l'équipe de développement.



M. Tim Shaw, le président de Nik Design Inc., sous le tableau indicateur au Naismith Memorial Basketball Hall of Fame à Springfield, au Massachusetts.

Financé conjointement par les entreprises participantes, le voyage initial a été coordonné par Industrie Canada et par le consulat général du Canada à Boston. Avant le déplacement, l'APECA a organisé une formation à l'exportation et des étudiants de l'Université de Moncton ont effectué des recherches sur le marché afin de repérer des clients éventuels en Nouvelle-Angleterre. Les étudiants avaient identifié certains clients éventuels et d'autres ont été repérés par la Section commerciale du consulat de Boston.

« Dans un premier temps, je ne voulais pas suivre certaines des pistes parce qu'il s'agissait de concurrents », explique M. Shaw. « Au bout du compte, en rencon-

trant la concurrence, nous avons appris que nous possédions un produit-créneau et qu'un concurrent serait heureux de vendre notre produit dans le cas où le sien ne conviendrait pas. Le contrat avec le Basketball Hall of Fame résulte directement de la recommandation donnée par le consulat et nous faisons encore des affaires avec la concurrence », de dire M. Shaw.

L'expérience à l'œuvre

M. Shaw a participé au dernier réglage des spécifications et de la conception. Sa propre équipe de huit employés à Edmundston a agi de concert avec les spécialistes de **A-1 Techno Signs**, entreprise locale avec laquelle il s'était associé plusieurs fois par le passé. A-1 a construit le boîtier qui abrite la technologie.

« Notre expérience de projets personnalisés de cette nature m'a convaincu que nous possédions le savoir-faire pour accomplir le travail », affirme M. Shaw.

Conseils

« Je recommande que les exportateurs fassent appel à Exportation et développement Canada (EDC) et au Service des délégués commerciaux », de dire M. Shaw. « EDC nous a beaucoup aidés à obtenir notre ligne de crédit et a joué un rôle crucial du point de vue de l'assurance. D'après notre expérience de l'exportation aux États-Unis, je prendrais aussi en compte le taux de change, particulièrement dans le cas des projets de longue durée. »

Canadien, comme il se doit

« Le Canada fait tout à fait partie de ce tableau indicateur », fait remarquer M. Guadalupe. « Je crois que M. Naismith serait d'accord. » M. James Naismith, l'homme auquel on attribue l'invention du basketball, est né en 1861 à Almonte, en Ontario. Il avait créé ce jeu pendant qu'il étudiait à Springfield, au Massachusetts.

Avec Nik Design Inc., la filière canadienne dans le basketball est revenue à ses origines.

Pour de plus amples informations, communiquer avec M. Tim Shaw, président de Nik Design Inc., tél. : **1-888-645-3374**, internet : **www.nikdesign.com** ou avec M. Martin Robichaud, agent de promotion commerciale, consulat du Canada à Boston, tél. : **(617) 262-3760**, courriel : **martin.robichaud@dfait-maeci.gc.ca** ✨

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 deuxième 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

À la recherche d'un Demandez-nous une

Après avoir étudié et choisi un marché-cible pour votre produit ou service, vous êtes maintenant prêt à relever un nouveau défi : percer avec succès sur le marché choisi. La qualité de l'aide et des services que vous recevrez d'acteurs clés sur ce marché peut être déterminante à cette étape de vos démarches.

Le Service des délégués commerciaux du Canada peut vous aider à trouver vos futurs partenaires en vous fournissant une **Recherche de contacts clés**.

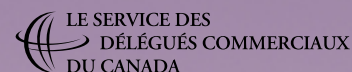
Comment puis-je tirer parti d'une Recherche de contacts clés?

En tant que nouveau venu sur un marché étranger, vous devrez établir des contacts et nouer des relations d'affaires avec des personnes qui s'y connaissent sur ce marché. Ces personnes ont les connaissances pertinentes dont vous avez besoin pour raffiner et mettre en oeuvre votre stratégie d'entrée sur le marché. Une **Recherche de contacts clés** peut vous aider à entrer en relation avec ces futurs partenaires.

Quel type d'information comprend une Recherche de contacts clés?

En faisant une demande pour une **Recherche de contacts clés**, vous recevrez de nos agents en poste à l'étranger une liste de personnes-ressources qualifiées qui peuvent vous aider à ouvrir le marché à votre produit ou service. Cette liste peut comprendre :

- des acheteurs et des partenaires potentiels
- des agents et des représentants de fabricants
- des distributeurs et des importateurs
- des experts-conseils et des experts-comptables
- des représentants du gouvernement
- des associations et des chambres de commerce



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

www.infoexport.gc.ca

partenaire étranger? *Recherche de contacts clés*

- des expéditeurs
- des avocats et des procureurs de brevets
- des fournisseurs de technologies
- des institutions financières

Quels renseignements dois-je fournir aux agents en poste à l'étranger?

Afin que la liste que nos agents vous fourniront réponde à vos besoins, ils doivent connaître votre entreprise et vos plans relatifs à ce marché. Au moment où vous ferez votre demande pour une **Recherche de contacts clés**, vous devrez utiliser les questions suivantes pour fournir de l'information sur votre entreprise :



- Qui sont les utilisateurs de votre produit ou service? Qui sont vos clients au Canada et à l'étranger, et quelle est votre méthode de vente?
- Prévoyez-vous exporter, conclure un accord de licence, négocier une coentreprise ou investir dans ce marché?
- Quel est le profil type de l'acheteur, du distributeur, de l'agent ou du partenaire que vous recherchez sur ce marché?

Plus vous répondrez à ces questions avec précision et rigueur, plus la liste que nos agents vous fourniront sera utile et pertinente. Des années de travail sont nécessaires pour établir de bonnes relations d'affaires; nos agents en poste à l'étranger mettent leur crédibilité en jeu chaque fois qu'ils réfèrent une entreprise canadienne à un contact clé sur leur marché. Plus les renseignements que

vous leur fournirez seront justes, plus ils seront confiants du potentiel de votre entreprise et en mesure de vous offrir de l'information utile, précise et de qualité.

Puis-je communiquer en même temps avec tous les bureaux du Service des délégués commerciaux à l'étranger pour obtenir des contacts clés?

Non. Il est préférable de concentrer vos efforts sur quelques marchés à la fois. Vous épargnerez ainsi temps et énergie. Nos clients sont des entreprises qui ont déjà étudié et identifié leurs marchés. Ceux qui aimeraient obtenir de l'aide pour étudier et sélectionner des marchés-cibles doivent entrer en contact avec Équipe Canada inc au **1 888 811-1119**.

**Êtes-vous prêt à entrer en contact avec les acteurs clés sur votre marché-cible?
Laissez-nous faire les présentations.**

« 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 (TCW)



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**.

11 septembre 2001: un an plus tard L'Amérique du Nord rebondit

Le Premier ministre, M. Jean Chrétien, et le Président américain, M. George W. Bush, se sont engagés à renforcer la sécurité de l'Amérique du Nord et à faire en sorte que les terroristes ne puissent prendre nos économies en otage. À cette fin, le vice-premier ministre, M. John Manley, et le directeur du Bureau de la sécurité intérieure américaine, M. Tom Ridge, ont signé la Déclaration sur la frontière intelligente (décrite dans le dernier numéro de CanadExport). Depuis la signature de cette déclaration, les fonctionnaires des deux pays se sont attelés à la mise en œuvre du Plan d'action. L'Amérique du Nord est à nouveau sur la bonne voie.

Le gouvernement du Canada a affecté 7,7 milliards de dollars à la lutte contre le terrorisme, au renforcement de la sécurité publique, et à l'amélioration de la sécurité des frontières et des aéroports canadiens. Les entreprises et les voyageurs des deux côtés de la frontière peuvent être certains que la frontière est parfaitement opérationnelle, que les échanges frontaliers ont repris leur cours normal, et que les États-Unis et le Canada collaborent pour que leur frontière soit encore plus efficace et plus propice au commerce qu'elle ne l'était il y a un an.

Sécurité à la frontière

Le Programme expéditions rapides et sécuritaires (EXPRES) simplifiera le processus de dédouanement des expéditions à faible risque d'un côté à l'autre de la frontière — c'est-à-dire, les biens importés par des importateurs approuvés au préalable et acheminés par les chauffeurs de transporteurs préautorisés. Les participants préalablement jugés à faible risque pourront utiliser une voie rapide, qui facilitera énormément le passage des expéditions. EXPRES

représente le premier volet d'une harmonisation des procédures du Canada et des États-Unis relatives aux expéditions commerciales, que ce soit par camion, par avion, par chemin de fer ou par bateau.

Rappel :
Comdex Fall 2002... voir page 16!

NEXUS, programme conçu pour accélérer la circulation des voyageurs à faible risque présélectionnés, devrait être en place dans tous les principaux postes frontières d'ici 2003. Parallèlement à NEXUS, qui est appliqué au sol, les voyageurs aériens vont pouvoir bénéficier d'avantages similaires. Un programme pilote Air-NEXUS va être mis en place dans les aéroports d'Ottawa et de Dorval, au début de 2003. On aura recours à la technologie biométrique pour confirmer l'identité de voyageurs qui auront préalablement été jugés à faible risque. Ce projet constitue la première étape d'un NEXUS aérien binational.

Immigration et financement du terrorisme

Les services d'immigration et de douanes du Canada tentent de promouvoir une plus grande responsabilité et une plus grande sécurité dans les aéroports et aux frontières. Plus d'une centaine de nouveaux employés ont été embauchés pour accroître la sécurité aux points d'entrée, et des ressources additionnelles ont été affectées à l'immigration, ainsi qu'à des mesures de police telles que la sélection des demandeurs du statut de réfugié. L'approche particulière adoptée par le Canada prévoit également l'affectation d'agents de contrôle de l'immigration à l'étranger, dans le but de débusquer les terroristes et les criminels avant qu'ils ne pénètrent dans le pays.

Le Canada s'est également associé à plusieurs autres pays qui luttent contre la criminalité internationale que sont le blanchiment d'argent ou le financement du terrorisme. Tous les comptes considérés comme servant au financement du terrorisme ont été bloqués. Le Canada a ratifié les règlements des Nations Unies énoncés dans la Convention internationale sur la répression du financement du terrorisme de 1991 (Résolution 54/109), pour contribuer à l'élimination du financement d'actes terroristes. En outre, le ministère des Finances a mis en place une unité du renseignement financier, le Centre d'analyse des opérations et déclarations financières du Canada

voir page 6 — L'Amérique

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

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.

L'abc de l'exportation : les trois C

Crédibilité — la CCC au service de vos ventes

Le monde du commerce d'exportation est impulsé par les « trois C » : *crédibilité, confiance et contrats*. Pour obtenir des contrats, les exportateurs doivent d'abord établir leur crédibilité auprès des acheteurs, en démontrant qu'ils sont en mesure de mener la tâche à bien. Cet article, le premier d'une série, explique la façon dont l'organisme canadien de négociation des contrats — la Corporation commerciale canadienne (CCC) — aide les exportateurs à acquérir de la crédibilité et à saisir des débouchés sur les marchés du monde entier.

C'est là le type de possibilité sur laquelle la plupart des entreprises se précipiteraient : l'occasion de s'établir sur le marché international en obtenant un contrat d'une importance primordiale d'un gouvernement

L'Amérique du Nord — suite de la page 6

(CANAFE), pour faciliter le repérage de ce genre de délits.

Le Canada et les États-Unis se félicitent de leur longue et riche histoire en matière de collaboration pour la défense de leurs intérêts communs, et ils ont su construire des relations commerciales bilatérales dont l'envergure reste sans équivalent dans le monde. Pour répondre à la menace que pose le terrorisme international, les deux pays en sont rapidement venus à la conclusion que la sécurité nationale et la sécurité économique renforcent mutuellement leurs objectifs, et ils ont reconnu que la sécurité des frontières devait être améliorée, sans pour autant entraver la circulation légitime des personnes et des biens dont dépendent leurs deux économies.

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

étranger ou d'un acheteur du secteur privé. Le défi — une fois que vous avez retenu l'attention du client — consiste à transformer cet intérêt en action concrète. Cela dépend de la question de la crédibilité : votre entreprise est-elle vraiment à la hauteur? Dans l'affirmative, comment pouvez-vous le prouver?

Pour de nombreux acheteurs étrangers, la crédibilité est fonction de la taille d'une entreprise, de la connaissance qu'ils en ont et de sa réputation. Depuis une cinquantaine d'années, la CCC aide les entreprises canadiennes à établir leur crédibilité auprès d'acheteurs étrangers. En 2001-2002, la CCC a travaillé, de concert avec près de 2 000 exportateurs canadiens, atteignant un volume de transactions de l'ordre de 1,2 milliard de dollars.

Plus qu'un bon mot

La CCC fait plus que simplement dire « un bon mot » au nom des entreprises canadiennes. Dans le cadre de son processus de diligence raisonnable, la CCC effectue sa propre évaluation des capacités techniques, financières et de gestion des exportateurs. En qualité d'entrepreneur principal, elle soutient les contrats au moyen d'une garantie appuyée par le gouvernement selon laquelle leurs conditions seront respectées. Cette garantie contribue à établir la crédibilité des entreprises canadiennes aux yeux d'un acheteur étranger.

Ce soutien peut avoir d'énormes effets. Même si vos concurrents sont plus gros et mieux connus, le « feu vert » de la CCC peut donner aux acheteurs l'assurance que votre entreprise est du même calibre et est tout autant en mesure de se conformer à leurs critères, aussi rigoureux soient-ils.

Des enjeux élevés

La nécessité que les entreprises démontrent leur crédibilité est parfaitement compréhensible lorsqu'on songe à l'ampleur et au caractère fondamental de nombreuses transactions commerciales à l'exportation. Cela vaut particulièrement dans des secteurs

Des solutions canadiennes pour nos exportateurs



Corporation
Commerciale
Canadienne

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**

comme l'aérospatiale et la défense — où la valeur des contrats atteint souvent des millions de dollars. La CCC a une profonde expérience des ventes de ce type — et, encore une fois, cette expérience, par association, a des conséquences positives pour les exportateurs qui recourent aux services de la CCC.

La crédibilité d'un exportateur est également la clé pour obtenir la confiance d'un acheteur, et cette confiance peut peser lourd lorsque vient le moment de négocier un contrat. Nous allons toutefois réserver une partie de cette discussion pour notre prochain article, qui examine ces questions du point de vue de l'acheteur.

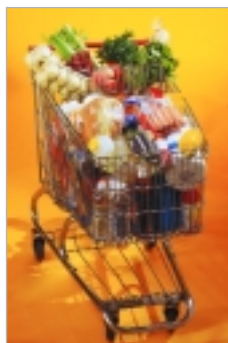
Pour de plus amples informations sur la façon dont vous pouvez mettre la puissance du Canada au service de vos ventes à l'exportation, communiquez avec la CCC au **1-800-748-8191** ou consultez le site internet **www.ccc.ca** ❀

Le marché des aliments de St-Pétersbourg

— suite de la page 1

Même si le marché russe de la transformation des aliments est principalement dominé par des entreprises européennes et asiatiques qui ont des bureaux de ventes ou des entrepôts en Russie, l'équipement fabriqué au Canada est apprécié et bénéficie d'une bonne réputation.

Plus précisément, on indique que les acheteurs du Nord-Ouest de la Russie s'intéressent vivement à l'équipement canadien s'il leur est accessible. Mais, pour pouvoir mieux soutenir la concurrence, davantage d'entreprises canadiennes doivent établir une présence ou avoir des agents en Russie, et mettre en place des installations d'entreposage.



Les aliments transformés aboutissent dans les chariots.

Aperçu du marché

Étant donné que la transformation des aliments offre le rendement le plus rapide au moyen d'un investissement minimal, on croyait que les entreprises qui transforment des aliments figuraient parmi les candidats les plus souhaitables à la privatisation. Or, malgré certains signes de redressement de ce secteur, la plupart des entreprises de transformation des aliments ne sont pas en bonne situation financière.

Seulement quelques producteurs d'aliments nationaux ont eu l'occasion d'accroître la production, de s'emparer de nouveaux créneaux sur le marché et de se substituer aux importations onéreuses. Ces producteurs d'aliments sont de grands acheteurs viables d'équipement importé de transformation des aliments. Davantage de transformateurs d'aliments, sensibles à la nécessité de rehausser la qualité des produits alimentaires, achèteront de l'équipement à l'avenir, au fur et à mesure que leur situation s'améliorera.

Après la crise financière de 1998, presque tous les exportateurs étrangers vers la Russie ont envisagé d'établir une production sur place pour faire baisser le coût de leurs

produits et pour rehausser leur compétitivité sur le marché du pays. De ce fait, certaines entreprises américaines et européennes prennent le contrôle de sociétés russes et deviennent des clients solvables.

Et leur nombre s'accroît. La présence étrangère est particulièrement forte dans les secteurs des boissons gazeuses, de la bière et des produits laitiers. Certains fabricants européens d'équipement de transformation des aliments constatent qu'il est possible de vendre à crédit aux transformateurs russes d'aliments.

Un marché illimité

Le marché de l'équipement de transformation des aliments est pratiquement illimité. Les

besoins d'équipement moderne sont considérables. Les transformateurs d'aliments doivent remplacer une part de leur équipement de production qui peut atteindre 50 % et même 70 % dans certains secteurs de la production alimentaire. On considère que seulement 20 % de cet équipement est conforme aux normes mondiales, selon des spécialistes de ce secteur d'activité en Russie. Plus de 40 % de l'équipement de transformation des aliments date de plus de 10 ans. On estime que dans les secteurs du sucre, du beurre et des graisses, du tabac, de la levure et de la confiserie, l'équipement de transformation est, dans la plupart des cas, complètement usé.

En général, la privatisation des entreprises publiques de transformation des aliments n'a pas débouché sur la modernisation de ce secteur d'activité. Afin d'engranger immédiatement de grands bénéfices, les propriétaires d'usines alimentaires n'ont pas investi dans la transformation. La plupart des entreprises russes de transformation des aliments sont confrontées à un besoin criant de rénover leurs installations et de remplacer le vieil équipement pour être

compétitifs sur le marché. De ce fait, une grande occasion s'offre maintenant aux fournisseurs de cet équipement de vendre aux entreprises russes s'ils peuvent assurer le financement.

En outre, un certain nombre d'entreprises russes souhaitent diversifier leur activité et passer maintenant à la transformation des aliments. Figurent parmi ces entreprises des importateurs/distributeurs d'aliments, des entreprises œuvrant dans le secteur pétrolier et gazier, et d'autres encore qui ont des revenus en devises fortes, qu'elles peuvent investir dans des projets liés à l'alimentation. Les entreprises de ce type ne sont pas expertes de la transformation d'aliments; c'est pourquoi elles sont à la recherche de conseils professionnels et de chaînes de production complètes, y compris des machines pour l'emballage.

Possibilités d'investissement et de développement

Le secteur russe de la transformation des aliments offre de bonnes possibilités d'investissement et de développement aux entreprises canadiennes. La situation actuelle permet aux investisseurs de mettre en place la production dans le pays pour remplacer les importations onéreuses, de cultiver des ingrédients en Russie et de livrer avec fiabilité des fournitures aux entreprises russes et étrangères de transformation des aliments. Certaines entreprises réexportent même vers d'autres pays d'Europe.



Même après la crise, l'investissement étranger dans le secteur russe de la transformation des aliments se poursuit. Selon certaines informations, aucun des projets n'a échoué — malgré les difficultés économiques consécutives à la crise dans le pays — autre preuve que la transformation des aliments offre de bonnes possibilités de vente d'équipement et d'investissement.

Pour plus d'information, communiquer avec M^{me} Margarita Sandal, agent commercial, consulat général du Canada, St-Pétersbourg, tél. : (011-7-812) 325-8448, téléc. : (011-7-812) 325-8393, courriel : margarita.sandal@dfait-maeci.gc.ca 🌸

Attitudes canadiennes

Exporter vers l'Union européenne

Dans le cadre de l'initiative commerciale Canada-Union européenne (ECTI) en cours, qui a pour but de rehausser le développement des courants commerciaux bilatéraux, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, et le commissaire au Commerce de l'Union européenne (UE), M. Pascal Lamy, ont convenu d'examiner les attitudes des entreprises à l'égard de barrières visant le commerce et l'investissement entre le Canada et l'UE. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a confié à la maison Ipsos Reid le mandat de faire enquête sur les perceptions des entreprises canadiennes pour ce qui est de l'exportation vers l'UE.

Le sondage a également été soutenu par les ministères de l'Industrie, des Ressources naturelles, de l'Agriculture et Agroalimentaire, et des Pêches et Océans. La Commission européenne réalise une enquête semblable sur les attitudes des entreprises européennes, laquelle sera publiée cet automne.

Tous les secteurs inclus

Le sondage a été mené auprès de 639 exportateurs vers l'UE, ainsi que de 161 non-exportateurs de toutes tailles (grande, intermédiaire et petite) dans tous les secteurs d'activité, y compris les services, et d'un bout à l'autre du Canada.

Dans l'ensemble, 52 % des exportateurs de biens considèrent que leur commerce avec l'UE ne pose relativement pas de problème. On a constaté que les principaux défis à l'exportation vers l'UE étaient les suivants : la compétitivité des prix, les coûts des transports et le coût d'établir un réseau de marketing.

Cinquante et un pour cent des exportateurs qui ont connu des problèmes en matière d'exportation vers l'UE ont indiqué que les droits de douane constituaient un défi, particulièrement dans les secteurs de l'équipement mécanique, de l'alimentation

et des produits de fruits de mer. On a également demandé aux sondés si l'emballage, l'étiquetage, l'homologation, les normes de santé et de sécurité posaient un problème. Ce n'est que dans le cas de l'homologation que la proportion des réponses affirmatives a dépassé 50 %. Toutefois, 66 % des exportateurs ont indiqué qu'au moins une de ces questions réglementaires constituait un sujet de préoccupation.

Facteurs de succès

On a également demandé aux exportateurs d'indiquer les facteurs de leur succès. Les deux facteurs signalés par une majorité d'entre eux sont un produit unique en son genre et la compétitivité des prix.

Le facteur le plus important, et de loin, influant sur la décision de 102 entreprises de ne pas exporter vers l'UE, avait trait à la décision de se concentrer sur le marché des États-Unis.

Parmi les 118 entreprises ayant des filiales dans l'UE, la proximité du marché, la diminution des coûts d'expédition et des

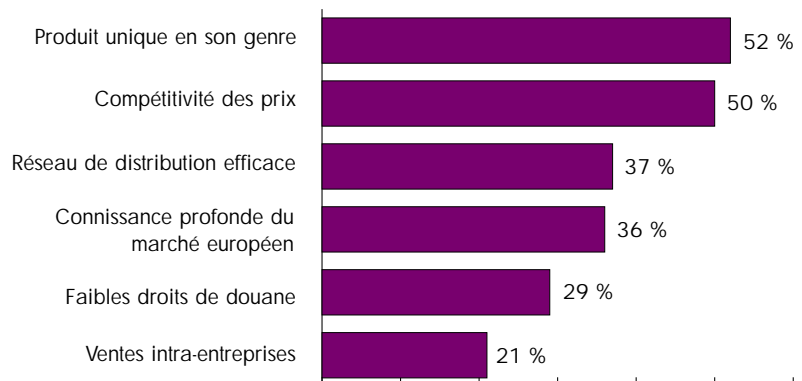
délais de livraison, et le désir d'éviter les droits de douane dans le cas des produits finis représentaient les principaux facteurs influant sur la décision d'investir. On a constaté que les exportateurs de services (17 %) étaient davantage susceptibles d'avoir un bureau local dans l'UE que les exportateurs de biens (8 %).

Appui au libre-échange

La grande majorité (87 %) des personnes interrogées, dans tous les secteurs, sont en faveur d'un accord de libre-échange avec l'Union européenne. Soixante-deux pour cent des entreprises consultées dans l'enquête ont dit s'attendre à un accroissement de leurs exportations vers l'UE, 53 % renforceraient leur action de marketing dans l'UE et 35 % seraient plus susceptibles d'y établir une présence permanente. Les réponses le plus fortement affirmatives venaient des secteurs de l'agriculture, des produits chimiques, des pêches, des plastiques et des textiles. Parallèlement, deux de ces secteurs, ceux des plastiques et des produits chimiques, s'attendent à un accroissement de la concurrence des importations en provenance de l'UE.

L'enquête de 85 pages devrait être publiée bientôt sur le site internet du MAECI (www.canadaeuropa.gc.ca/canada-eu-f.asp). ✳

Facteurs influant sur le succès de l'entrée sur le marché de l'UE*



* Échantillon : 588 sujets interrogés qui exportent des biens vers l'UE.

Foires commerciales en Chine

Si vous vous intéressez à faire des affaires en Chine, voici la liste des foires commerciales où il y aura un kiosque du Canada (la liste pour 2003 paraîtra dans le prochain numéro). **Pour plus de renseignements**, communiquer avec la Direction de la Chine, MAECI, tél. : **(613)996-0905**, courriel : **pcm@dfait-maeci.gc.ca**

AÉROSPATIALE

ZHUHAI — 4-10 novembre 2002 — **2002 Airshow China**. Communiquer avec M^{me} Cathy Yao, agente de commerce, consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : **(011-86-20) 8666-0569**, poste **3351**, téléc. : **(011-86-20) 8667-2401**, courriel : **cathy.yao@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.airshow.com.cn**

AGRICULTURE

QINGDAO — 29-31 octobre 2002 — **China Fisheries and Seafood Expo** (Salon de la pêche et des produits de la mer de la Chine). Communiquer avec M. Peter Redmayne et M^{me} Jennie Fu, Seafare Expositions, tél. : **(011-86-10) 6588-5968/69**, téléc. : **(011-86-10) 6588-5970**, courriel : **eucimat@public.bta.net.cn**

YUNNAN — décembre 2002 — **Exposition de produits agricoles** (bovins de boucherie et bovins laitiers). Communiquer avec M^{me} Dorothy Hu, agente de commerce, consulat du Canada à Chongqing, tél. : **(011-86-23) 6373-8007**, poste **3354**, téléc. : **(011-86-23) 6373-8026**, courriel : **dorothy.hu@dfait-maeci.gc.ca**

PRODUITS DE CONSTRUCTION

CHONGQING — 5-7 novembre 2002 — **Energy Efficiency Seminar** (Colloque sur le rendement énergétique). Communiquer avec M^{me} Aice Xiong, agente de commerce, consulat du Canada, tél. : **(011-86-23) 6373-8007**, poste **3352**, téléc. : **(011-86-23) 6373-8026**, courriel : **aice.xiong@dfait-maeci.gc.ca**

CHENGDU — 12-15 novembre 2002 — **Chengdu International Construction Trade Fair** (Foire commerciale internationale du secteur de la construction de Chengdu), tél. : **(011-86-28) 8335-2386**, **(011-86-28) 8339 6965**, téléc. : **(011-**

86-28) 8335 2386, **(011-86-28) 8332-6884**, internet : **www.ccpit-sichuan.org/English_version/index/index.htm**

BEIJING — 27-30 novembre 2002 — **China International Green Building Materials Exhibition** (Foire internationale sur les matériaux de construction écologiques de la Chine). Communiquer avec M. Xuling He, tél. : **(011-86-10) 8808-2303**; **8808-2339**, téléc. : **(011-86-10) 8808-2305**, **6831-2191**, internet : **www.gbm-china.com**

EDUCATION/FORMATION

BEIJING — 19-21 octobre 2002 — **China International Education Exhibition 2002** (Salon international de l'éducation de la Chine), tél. : **(011-86-10) 8580-0790/ 91/ 92**, téléc. : **(011-86-10) 8580-0786**, courriel : **fairlink@public.gb.com.cn** ou **info@fairlink.com.cn** internet : **www.ChinaEducationExpo.com**

CHENGDU — 21-23 octobre 2002 — **Worlddidac Trade Show 2002**, exposition internationale des instruments de l'éducation et de la formation professionnelle en Chine. Communiquer avec M^{me} Madeleine Kihm, tél. : **(011-41-31) 311-7682**, téléc. : **(011-41-31) 312-1744**, courriel : **kihm@worlddidac.org** internet : **worlddidac.org/events/china02.htm**

ENVIRONNEMENT

SHANGHAI — 22-24 octobre 2002 — **EPEC 2002 - 5th International Conference & Exhibition on Environmental Protection, Recycling & Waste Disposal Technology** (5^e Conférence et Exposition internationales sur la protection de l'environnement et les technologies de récupération et d'évacuation des déchets), communiquer avec M^{me} Sylvia

Chen, tél. : **(011-86-21) 5234-0646**, téléc. : **(011-86-21) 5234-0649**, courriel : **weszhou@online.sh.cn** internet : **www.sh.wes.com**

TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

SHENZHEN — 12-17 octobre 2002 — **China High-Tech Fair** (Salon de la haute technologie de la Chine), concentré principalement sur le domaine des TI, mais aussi sur la biotechnologie et autres développements technologiques mondiaux. Communiquer avec M. Minster Li, agent commercial, consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : **(011-86-20) 8666-0569**, poste **3354**, téléc. : **(011-86-20) 8667-2401**, courriel : **minster.li@dfait-maeci.gc.ca** internet: **www.chtf.com**

BEIJING — 29 octobre-2 novembre 2002 — **PT/EXPO COMM CHINA 2002 (ICT)**. Communiquer avec M^{me} Rosaline Kwan, déléguée commerciale, ambassade du Canada à Beijing, tél. : **(011-8610) 6532-3536**, poste **3367**, téléc. : **(011-86-10) 6532-4072**, courriel : **rosalinekwand@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.expocomm.com/pt/**



HONG KONG — 2-7 décembre 2002 — **International Telecommunication Union Asia 2002** (Salon des télécommunications de l'UIT - Asie 2002). Communiquer avec M. Brian Wong, agent commercial, consulat général du Canada à Hong Kong, courriel : **brian.wong@dfait-maeci.gc.ca** internet : **http://itu.int/asia2002** Pour s'inscrire, communiquer avec l'UIT à Genève, téléc. : **(011-41-22) 730-6444**.

MÉDECINE

CHENGDU — 3-6 novembre 2002 — **Int'l Conference & Exhibition on Modernization of Traditional Chinese Medicine** (Conférence et Exposition internationales sur la modernisation de la médecine chinoise traditionnelle), tél. : **(011-86-28) 8335 2386**, **(011-86-28) 8339 6965**, téléc. : **(011-86-28) 8335 2386**, **(011-86-28) 8332 6884**, internet : **www.ccpit-sichuan.org/English_version/index/index.htm**

voir page 11 — Foires

Une occasion précieuse!

Le 14^e Salon international de la bijouterie de Tokyo 2003



Depuis qu'elle a organisé le « Canadian Diamond Debut » en juin 2001 pour faire connaître au Japon l'industrie canadienne du diamant, l'ambassade du Canada à Tokyo a constaté que les détaillants, grossistes et importateurs japonais manifestaient un intérêt croissant pour les diamants du Canada. Les exportations canadiennes de diamants au Japon se sont chiffrées à 131 000 \$ en 2001, valeur très modeste, mais tout de même significative vu qu'entre l'époque où a débuté l'extraction des diamants au Canada, il y a une dizaine d'années, et 2000, les exportations étaient presque inexistantes.

La réputation et l'image que le Canada entretient à l'étranger ont contribué à susciter l'intérêt de l'industrie japonaise de la bijouterie, de plus en plus sensibilisée aux « diamants de la guerre », diamants qui proviennent de secteurs contrôlés par des forces ou factions opposées aux gouvernements légitimes dans divers pays. Comme il est difficile de retracer le pays d'origine d'un diamant, l'industrie et le gouvernement canadiens se concertent en vue de mettre sur pied un processus normalisé d'authentification.

Cherchant à lancer de nouveaux produits pour redynamiser le marché de la bijouterie, l'industrie japonaise croit que les diamants canadiens et autres pierres précieuses du Canada sont aptes

à engendrer une nouvelle demande et à éblouir le marché japonais.

Aperçu du marché

Le Japon ne produit qu'un seul type de pierre ou métal précieux destiné à la joaillerie, soit les perles cultivées. Aussi le marché japonais de la bijouterie dépend-il des importations pour pratiquement toutes ses matières premières.

Le marché japonais de la bijouterie était évalué à quelque 13 milliards de dollars en 2001. Les importations de bijoux ont augmenté tant en volume qu'en valeur en 2000, soit de 10,4 % et de 6,5 % respectivement par rapport à l'année précédente. Pour ce qui est des matériaux, l'or était la première importation en termes de valeur en 2000, représentant 51,9 % du total. En termes de volume, c'est l'argent qui a tiré les importations, contribuant pour 88,4 % du total.

La demande à l'égard du platine a crû ces dernières années au Japon en raison de la popularité des bijoux de métal blanc. Cependant, le prix élevé du platine a poussé les fabricants à utiliser l'or blanc ou l'argent comme solution de rechange. Par ailleurs, les pierres colorées et les pierres fines connaissent aussi une popularité croissante.

Les importations japonaises de diamants se chiffrent à quelque 1,9 milliard de dollars. L'Inde contribue maintenant pour 38 % de la valeur de tous les diamants importés par le Japon, Israël pour quelque 28 %, la Belgique pour 24 % et les États-Unis pour environ 4 %, le reste provenant d'autres pays.

Certaines sociétés étrangères prestigieuses ont manifesté un certain intérêt pour le marché japonais, notamment Tiffany, Van Cleef, Harry Winston, Debeers, Luis Vuitton et Gucci, et elles possèdent maintenant 10 % du marché du diamant au Japon.

Le 14^e Salon international de la bijouterie de Tokyo (IJT 2003)

Les dessinateurs et fabricants de bijoux et les fabricants d'outillage de joaillerie du Canada voudront certainement tirer parti du vif intérêt que l'industrie japonaise manifeste pour le Canada, qu'il considère comme une nouvelle source de produits de joaillerie, et ce, en participant à des salons professionnels tels que l'**International Jewellery Tokyo 2003 (IJT)**, l'un des salons les plus importants de Tokyo. **IJT 2003** se tiendra du **29 janvier** au **1^{er} février 2003** au Tokyo Big Sight. Y seront exposés des gemmes, des produits de joaillerie ainsi que des produits connexes. Pour plus de précisions sur **IJT 2003**, voir le site internet <http://web.reedexpo.co.jp/ijt/english>

Comme la France, l'Allemagne et l'Italie, principaux fournisseurs de bijoux du Japon, sont toujours fortement représentées à l'IJT, les organisateurs tiennent à encourager la participation canadienne par l'intermédiaire de l'ambassade du Canada à Tokyo. L'ambassade est d'avis que cette exposition constitue une excellente occasion de mieux faire connaître l'industrie canadienne du diamant et de la bijouterie.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Masanobu Tsukada, agent commercial, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : **(011-81-3) 5412-6426**, courriel : masanobu.tsukada@dfait-maeci.gc.ca ou M. Ruriko Koike, agent commercial, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : **(011-81-3) 5412-3396**, courriel : ruriko.koike@dfait-maeci.gc.ca ou encore M^{me} Joy Vicente, déléguée commerciale, Direction du Japon, MAECI, tél. : **(613) 995-1678**, courriel : joy.vicente@dfait-maeci.gc.ca

Foires en Chine

— suite de la page 10

SECTEUR MINIER

CHONGQING — 21-23 octobre — **China Mining 2002 Conference** (Conférence sur l'exploitation minière de la Chine 2002), tél. : **(011-86-10) 6831-0893**, téléc. : **(011-86-10) 6831-0894**, courriel : dic@cags.cn.net

SECTEURS MULTIPLES

CHONGQING — 27-29 octobre 2002 — **China Western Development Forum** (Forum sur le développement de la Chine occidentale), communiquer avec M. Jia Hui, Commission de planification de Chongqing, tél. : **(011-86-23) 6903-6777**, téléc. : **(011-86-23) 6903-9052**, **(011-86-23) 6387-7822**, internet : www.developwest.gov.cn (en chinois). ✨

Mission-ouverture sur l'Inde

— suite de la page 1

international et le haut-commissariat du Canada en Inde, la mission, débutera à New Delhi et comprendra la visite de villes expressément choisies en raison de leur importance pour les divers secteurs des ressources naturelles.

En tant que membre de la délégation, vous aurez la possibilité de vous familiariser avec les pratiques commerciales qui ont cours en Inde, de rencontrer des décideurs gouvernementaux et des dirigeants d'entreprise de la région et de faire connaître vos produits et vos services à des clients éventuels. Des séances de jumelage vous permettront également de nouer des liens avec des entreprises canadiennes présentes dans la région et vous aurez la possibilité de créer ou de renforcer des partenariats locaux de même que de participer à des colloques technologiques.

Une économie dynamique

Avec son marché en plein essor, l'Inde est une destination qui s'impose pour une mission. Elle est la quatrième économie mondiale quant au pouvoir d'achat. L'Organisation centrale de la statistique de l'Inde estime à plus de 5 % la progression du PIB en 2001-2002.

Il s'agit par ailleurs d'une économie qui s'ouvre au commerce avec notre pays. En 2001, les exportations canadiennes en Inde ont augmenté de 20 %, à 656 millions de dollars, ce qui témoigne d'un resserrement des relations économiques entre les deux pays.

Exportation et développement Canada considère l'Inde comme un de ses trois marchés de choix et s'emploie à y chercher de nouveaux débouchés. Selon la Corporation commerciale canadienne, le progrès constant de la libéralisation du commerce en Inde ainsi que la crédibilité et la confiance que l'on accorde aux entreprises canadiennes susciteront assurément d'importants contrats d'exportation pour des fournisseurs canadiens.

Un monde de possibilités

Les entreprises canadiennes sont des chefs de file mondiaux dans les secteurs où l'Inde recherche du savoir-faire et des possibilités d'affaires. L'énergie en est un

excellent exemple. L'Inde s'est engagée à assurer, d'ici 2012, l'approvisionnement électrique du pays tout entier, et la demande de pétrole brut augmente plus rapidement que la capacité de production du pays. En outre, comme le gouvernement canadien offre des mesures d'incitation financière pour les sources d'énergie renouvelables comme l'énergie éolienne, les petites centrales hydroélectriques et la biomasse, il y a d'énormes possibilités pour les entreprises canadiennes.

Le secteur forestier canadien, qui cherche à élargir ses marchés d'exportation, peut augmenter ses ventes en Inde. Le développement de la classe moyenne et les restrictions imposées à l'exploitation forestière dans ce pays ont entraîné une croissance du marché des produits du bois importés et l'apparition de nombreuses possibilités à exploiter.

Dans le domaine des sciences de la Terre, les entreprises canadiennes de géomatique peuvent trouver en Inde un créneau dans le marché du matériel et des logiciels informatiques et des données spatiales — qui devrait atteindre près de 4 milliards de dollars au cours des cinq à sept prochaines années. Quant à l'industrie des géosciences, elle peut aider l'Inde à réaliser sa volonté d'explorer ses réserves de plomb et de zinc.

Les possibilités qu'offre le secteur des minéraux en Inde constituent un marché idéal pour le secteur minier du Canada. Les compétences réputées du Canada dans le charbonnage, la sidérurgie et la transformation des métaux peuvent aider à presque doubler la production actuelle de l'Inde.

L'expertise canadienne, naturellement

La mission offre la possibilité de promouvoir la volonté du Canada d'améliorer la qualité de vie grâce au développement durable des ressources naturelles. Elle fait également suite à la détermination du gouvernement du Canada de créer une économie de pointe stimulée par l'innovation, les idées et le talent.

Le monde se tourne de plus en plus vers le Canada pour profiter de son savoir-faire en matière de ressources naturelles. Grâce à de récentes missions de développement des affaires en Amérique latine, en Chine et au Mexique, des entreprises canadiennes ont réussi à commercialiser leurs produits et leurs technologies et à accroître leurs possibilités d'investissement.

Pour obtenir des précisions sur la mission — la date limite des inscriptions est **le 27 septembre 2002** — communiquer avec le Bureau de la mission en Inde de Ressources naturelles Canada, tél. : **(613) 995-3961**, téléc. : **(613) 943-0550**, courriel : **missioninde@rncan.gc.ca** 🌟

Plus de visibilité pour le Canada au salon International Aid and Trade

NEW YORK — 19-20 juin 2002 — Le salon **International Aid and Trade** a fourni un cadre stimulant aux entreprises canadiennes désireuses d'explorer les débouchés offerts par des organismes de l'ONU situés à New York.

Pour mettre le Canada plus en valeur, le gouvernement fédéral a mis sur pied un pavillon canadien afin d'aider l'industrie à tirer profit de ces occasions commerciales uniques. Pendant toute la durée de l'événement, plusieurs activités, dont une cérémonie d'accueil et une réception organisées par le Canada, ont été intégrées à

l'événement pour souligner la présence de la délégation canadienne.

Efforts concertés

En collaboration avec le Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Industrie Canada faisait l'accueil des participants canadiens, et la Corporation commerciale canadienne parrainait la réception canadienne, qui a permis à plusieurs représentants de l'ONU, y compris les responsables des achats, de se

voir page 13 — International

Les marchés africains vous intéressent?

La BAfD à votre portée

HALIFAX, MONTRÉAL, LONDON, MISSISSAUGA

— 1^{er}-8 novembre 2002 — La Banque africaine de développement (BAfD) envoie trois de ses experts en mission au Canada pour y animer, dans ces quatre villes, une série de colloques sur « Comment faire affaires avec la BAfD ».

La mission sera accompagnée par M. Jean-François Desgroseilliers, agent de liaison commerciale avec la BAfD à l'ambassade du Canada à Abidjan.

Le Canada étant membre de la BAfD, les firmes et consultants canadiens sont éligibles aux appels d'offres lancés sur les projets que la Banque finance sur l'ensemble du continent africain. Les exposés des experts de la Banque s'adresseront à des entreprises exportatrices ou prêtes à exporter vers l'Afrique, qui souhaitent mieux connaître les règles de passation de marchés de la BAfD, les

sources d'information existantes sur les occasions d'affaires générées par la Banque et les domaines prioritaires d'intervention de la Banque.

Cette mission est particulièrement pertinente à l'heure où le commerce canadien avec l'Afrique reçoit une nouvelle impulsion grâce aux annonces faites par le Premier Ministre Jean Chrétien au Sommet du G8 de Kananaskis.

Pour plus de renseignements sur les colloques, s'adresser à :

- **HALIFAX** — 4 novembre — M^{me} Christine Smith, déléguée commerciale, Centre du commerce international, tél. : **(902) 426-9957**, courriel : **Smith.Christine@ic.gc.ca**
- **MONTRÉAL** — 5 novembre — M^{me} Ratiba Benbouzid, agente de communication, Forum francophone des affaires, tél. :

(514) 849-4572 poste 224, courriel : **rbenbouzid@ffacnc.qc.ca**

- **LONDON** — 7 novembre — M^{me} Rowena Dias, directrice, Projets IFIs Ontario Exports, tél. : **(416) 314-8242**, courriel : **Rowena.Dias@eoi.gov.on.ca**
- **MISSISSAUGA** — 8 novembre — M^{me} Deborah Turnbull, vice-présidente, Développement international, Manufacturiers et Exportateurs du Canada, tél. : **(905) 568-8300 poste 290**, courriel : **deborah.turnbull@cme-mec.ca**

Pour toute question relative aux occasions d'affaires à la BAfD, communiquer avec le Bureau de liaison avec la BAfD, ambassade du Canada à Abidjan, courriel: **jean-francois.desgroseilliers@dfait-maeci.gc.ca** ou avec M. Marc Parisien, Chef d'équipe IFI pour l'Afrique et le Moyen-Orient, Section des institutions financières internationales, MAECI, tél. : **(613) 996-6188**, courriel : **marc.parisien@dfait-maeci.gc.ca** ✨

International Aid and Trade

— suite de la page 12

familiariser avec la vaste gamme de produits et de services canadiens qui pourraient être fournis au marché des Nations Unies (NU).

Les efforts combinés du consulat général du Canada à New York, de l'Agence spatiale canadienne, de Ressources naturelles Canada, du Saskatchewan Trade and Export Partnership et de plusieurs représentants de l'industrie canadienne ont contribué au succès obtenu par le Canada au salon.

Débouchés

Le salon International Aid and Trade avait comme thème principal « Favoriser le développement des marchés durables ». L'événement, qui consistait en une série de colloques pour gens d'affaires, une conférence et une exposition axée sur le commerce et le développement, a attiré des représentants de la Division des achats des Nations Unies (DANU), du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), du Bureau des Nations Unies pour les services d'appui (BNUSA), du

Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et de United Nations Development Business (UNDB), de la Banque internationale pour la reconstruction et le développement (BIRD) et de la North American Development Bank (NADBank).

Selon le *United Nations System: Annual Statistical Report 2000*, le système des Nations Unies a fait des acquisitions d'une valeur totale de 3,7 milliards de dollars américains, dont les achats de produits de 2,3 milliards et les achats de services de 1,4 milliard. Les achats de la DANU se sont élevés à 598,1 millions de dollars américains (surtout des services) et ceux du PNUD, à 588,8 millions (essentiellement des produits). Vous pouvez consulter le rapport en ligne en cliquant sur : **www.iapso.org/information/publications.asp#stats** afin d'évaluer la demande de vos produits et de vos services parmi les quelque 40 organismes affiliés aux NU.

Pour plus de renseignements sur les débouchés offerts par le marché des

Nations Unies, consulter la section sur les organisations des NU dans IFINet en cliquant sur : **www.infoexport.gc.ca/ifinet/agencies-f.htm** ou communiquer avec M^{me} Alexandra Wood, Direction du financement à l'exportation, tél. : **(613) 944-0910**, courriel : **alexandra.wood@dfait-maeci.gc.ca**

Le salon européen **International Aid and Trade** aura lieu les **29 et 30 janvier 2003** à Genève, en Suisse. **Pour plus de renseignements** sur ce salon, cliquer sur : **www.aidandtrade.com/iat/europe/current/aboutIAT.asp** ou communiquer avec M. Kevin Sammon, courriel : **kevin.sammon@aidandtrade.com** ✨



Le Sommet mondial des femmes

Au nom de M. Pierre Pettigrew, ministre du Commerce international, M^{me} Jean Augustine, secrétaire d'État (Multiculturalisme – Situation de la femme) a dirigé une délégation de 15 participantes venues des secteurs public et privé au **Sommet mondial des femmes** tenu à Barcelone, en Espagne, du 11 au 15 juillet 2002.



La secrétaire d'État, M^{me} Jean Augustine (2^e rangée, 4^e de la gauche) et les membres de la délégation canadienne.

Ce Sommet était un forum pour les femmes d'affaires qui veulent échanger des idées et les meilleures pratiques concernant le développement des affaires sur le marché international. Les discussions portaient sur les défis professionnels que doivent affronter les femmes et leurs entreprises dans les domaines de l'éducation, de la santé et des technologies de l'information et des communications, ainsi que sur des questions d'ordre social, culturel et politique.

Le rôle du Canada

Cinq déléguées du Canada ont participé à des réunions d'experts, soit M^{me} Simone Desjardins, vice-présidente principale de l'exploitation de la Banque de développement du Canada; M^{me} Sandra Wear, propriétaire et présidente-directrice générale de Tykra Inc.; M^{me} Nicole Beaudoin, présidente du Réseau des femmes d'affaires du Québec; M^{me} Florence levers, coordonnatrice de Condition féminine Canada; ainsi que M^{me} Augustine, secrétaire d'État.

M^{me} Augustine a fait état de l'accès croissant des Canadiens au « monde électronique », affirmant que « parmi les 15 ans et plus, le taux d'utilisation de l'internet au travail ou ailleurs est de 53 %, soit trois fois le taux de 18 % enregistré en 1994 ».

M^{me} Augustine a également souligné le rôle du gouvernement du Canada quant à l'accès des Canadiens à l'internet. « La politique gouvernementale vise essentiellement à offrir aux Canadiens la formation nécessaire pour leur faciliter l'accès à l'inforoute. Le programme « Un Canada branché », sous l'égide d'Industrie Canada, en est un élément moteur. Il consiste à inciter les citoyens à se brancher sur l'internet en leur fournissant de l'information, des ressources éducatives et de la formation, et même des liaisons avec de nombreuses petites collectivités éloignées dans notre vaste pays aux cultures diverses, » de dire M^{me} Augustine.

Faire des connexions

Plus de 600 femmes originaires de 79 pays ont participé au Sommet afin d'échanger des idées sur les pratiques commerciales, de développer des relations d'affaires à l'étranger et d'établir des contacts avec d'autres femmes venant des quatre coins du monde. « Le Sommet est comme une maîtrise en commerce international pour les gens d'affaires, » de dire M^{me} Evnur Taran, présidente de Northern Legacy Inc., qui enchaîne avec la question suivante : « Pour 4 000 \$, où pourrais-je donc obtenir ces renseignements tout en établissant d'in-

crotables relations d'affaires et en repérant des débouchés éventuels pour l'avenir? ».

M^{me} Florence levers, coordonnatrice de Condition féminine Canada, a affirmé : « Le Sommet était une excellente occasion pour les Canadiennes de se faire connaître auprès des autres femmes du monde, et je suis heureuse que le ministère du Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) ait participé activement à la promotion de ce Sommet pour les femmes d'affaires. »

M^{me} levers a ajouté que « nous devons commencer à voir plus de femmes d'affaires parmi nos clients; et en attendant, nous ne pouvons avoir aucun répit tant que le nombre de participantes à ce groupe d'exportatrices ne sera pas suffisant. Nous ne pouvons réduire les efforts consacrés au recrutement et au soutien de ce secteur commercial dynamique quoique relativement nouveau sur le marché d'exportation ». Elle exhorte les gouvernements à « offrir une aide ciblée aux entreprises appartenant à des femmes qui sont en train de développer des marchés d'exportation. »

Pour plus de renseignements sur le Sommet mondial des femmes en 2003, communiquer avec M^{me} Krista Robertson, déléguée commerciale, MAECI, tél. : **(613) 996-4785**, courriel : **krista.robertson@dfait-maeci.gc.ca**

On peut aussi obtenir des renseignements en consultant le calendrier des activités destinées aux femmes œuvrant dans le commerce international, en cliquant sur : **www.infoexport.gc.ca/businesswomen** ✨

Des débouchés en Afrique — suite de la page 2

France ou les États-Unis, laisse penser qu'il existe probablement d'importants nouveaux débouchés pour les fournisseurs canadiens de tout un éventail de produits allant du matériel spécialisé de prospection pétrolière aux produits pharmaceutiques.

Les investissements ouvrent d'autres débouchés. Même si les investissements en Afrique qui sont correctement gérés rapportent deux fois plus que dans d'autres régions du globe, les Canadiens ne détiennent qu'environ 2 % des investissements directs étrangers en Afrique sub-saharienne — en-deçà de la part du Canada dans le total des investissements extérieurs mondiaux. Le tout récent

Fonds d'investissement africain facilitera l'implication des Canadiens dans cet aspect du développement de l'Afrique.

Peuplée de près de 700 millions d'habitants — le double de la population des États-Unis — l'Afrique sub-saharienne offre des débouchés commerciaux susceptibles de richement récompenser les entrepreneurs canadiens qui participent à son développement et à sa croissance.

Pour tout renseignement, joindre M. Don Butler, Commerce avec l'Afrique sub-saharienne, MAECI, tél. : **(613) 944-6586**, courriel : **don.butler@dfait-maeci.gc.ca** ✨

L'endroit idéal pour les TIC

PT/Expo Comm China

BEIJING, CHINE — 29 octobre-2 novembre 2002 — Les entreprises canadiennes sont invitées à participer à l'exposition **PT/ExpoComm China**.

Plus de 350 000 visiteurs de Chine et des pays de la région du Pacifique, de même que 700 entreprises exposantes représentant 30 pays, seront réunis à l'occasion de cette exposition.

Depuis une dizaine d'années, la Chine est un chef de file de la croissance économique. La plupart des experts prévoient le maintien d'une croissance d'au moins 10 % pour le secteur des TIC de ce pays pour les prochaines années. La Chine était le troisième marché d'exportation du Canada en importance pour les produits des TIC l'an dernier, les exportations canadiennes vers

ce pays ayant plus que doublé de 2000 à 2001. Avec l'accession de la Chine à l'OMC, de nouveaux débouchés vont encore s'ouvrir pour les entreprises canadiennes dans le grand marché chinois des TIC.

Occasion à ne pas rater

Principale exposition du secteur des TIC en Asie, PT/Expo Comm China attire une nombreuse participation des entreprises mondiales de télécommunications et de TIC. On présentera à l'occasion de cette exposition des services publics d'information et de communications, des services de réseau, des technologies et matériel de central téléphonique et de transmission, équipement terminal, matériel informatique et produits logiciels, technologies de réseau et produits connexes et accessoires de communications.

On présentera aussi des technologies et du matériel évolués tels que les communications mobiles de troisième génération, les communications par satellite, le multimédia en réseau, les applications du protocole WAP, les réseaux IP et UDWDM et XDSL.

Les entreprises canadiennes qui cherchent à prendre de l'expansion sur le marché chinois sont invitées à faire connaître leurs produits et leurs services, à prendre part à un colloque technique orienté vers un auditoire chinois ciblé et à participer à une réception de réseautage à l'ambassade du Canada à Beijing.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Jacqueline Benoit, Industrie Canada, **(613) 946-5801**, courriel : benoit.jacqueline@ic.gc.ca ou M^{me} Rosaline Kwan, ambassade du Canada à Beijing, tél. : **(011-86-10) 6532-3536**, courriel : rosaline.kwan@dfait-maeci.gc.ca ✳

CeBIT de retour avec éclat

HANOVRE, ALLEMAGNE — 19-23 mars 2003 — Encore une fois, le Canada participera officiellement à **CeBIT**, la plus importante foire commerciale des technologies de l'information et des communications (TIC) au monde.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada tiendront conjointement un stand d'information dans le principal pavillon du

Canada. En outre, des activités de promotion seront organisées pour souligner la participation du Canada à cette manifestation d'envergure mondiale dans le domaine des TIC. Plusieurs délégués commerciaux du Canada en poste en Europe seront présents pour conseiller les exposants sur les occasions d'affaires qui s'offrent à leur entreprise sur leur marché respectif.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Cliff Singleton, agent de commerce, consulat du Canada à Munich, tél. : **(011-49-89) 21-99-57-17**, téléc. : **(011-49-89) 21-99-57-57**, courriel : munic-td@dfait-maeci.gc.ca

Pour plus de renseignements sur les diverses options offertes aux exposants, cliquer sur : www.hfcanada.com/cebit ou www.cebit.de ✳

GITEX 2002, SALON IMPORTANT DES TI

DUBAÏ — 13-17 octobre 2002 — Pour la sixième année consécutive, le Canada sera l'hôte d'un pavillon national au troisième plus important salon des technologies de l'information dans le monde, **GITEX 2002**. Ce pavillon sera organisé par le consulat du Canada à Dubaï.

Plus de 40 000 visiteurs y viennent chaque année de partout dans le monde.

Le multimédia, les systèmes de vidéoconférence, les processeurs graphiques, le matériel de réseau, les applications multilingues, les renseignements et les services en ligne, les ordinateurs portatifs, les systèmes CAO, les télécommunications, les logiciels et le matériel, etc, seront les principaux produits et services présentés à l'occasion de ce grand salon des TI. Les autres activités présentées sur place sont des colloques et des conférences; une salle a été réservée comme vitrine du commerce de détail spécialisée dans le matériel de micro-informatique pour la maison.

Le salon **GITEX** offre aux fabricants étrangers une occasion unique d'établir leur présence dans cette région très riche du Golfe, d'y développer les activités commerciales qu'ils peuvent déjà y avoir ou de recruter des agents venus de trois continents.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Fouad Soueid, agent principal de développement commercial, consulat du Canada à Dubaï, tél. : **(011-971-4) 352-1717**, courriel : fouad.soueid@dfait-maeci.gc.ca ✳

IRAN PLAST 2002

TÉHÉRAN, IRAN — 10-14 décembre 2002

— La première exposition internationale sur les plastiques et le caoutchouc, **Iran Plast 2002**, aura lieu au parc des expositions de Téhéran. On y présentera des matières brutes et des matériaux auxiliaires, des machines et de l'équipement, des produits finis ou semi-finis, des services techniques et des services d'ingénierie, dans les domaines aussi bien des plastiques que du caoutchouc.

Pour plus de renseignements, joindre M. Majid Bagherzadeh, agent de commerce, ambassade du Canada à Téhéran, tél. : **(011-98-21) 873-2623/6**, téléc. : **(011-98-21) 875-7057**, courriel : majid.bagherzadeh@dfait-maeci.gc.ca ✳

Établir des liens

Conférence CISA

DALLAS, TEXAS — 30 octobre 2002 — Le consulat général du Canada à Dallas est un des organismes qui parrainent la 7^e conférence annuelle sur les investissements de grandes sociétés et sur les alliances stratégiques (**Corporate Investment and Strategic Alliances Conference - CISA**). **CISA** représente les conférences les plus anciennes, les plus importantes et les plus efficaces aux États-Unis. Ces conférences portent

exclusivement sur le financement des entreprises.

Le consulat souhaite mettre à profit cette conférence pour faire connaître les sociétés canadiennes et les aider à avoir accès aux possibilités d'investissement de grandes entreprises et d'alliances stratégiques qui seront présentées dans le cadre de cette conférence. En outre, le consulat à l'intention d'offrir sans frais supplémentaires un programme d'une journée entière, le 29 octobre,

afin d'initier les entreprises canadiennes à « l'activité commerciale au Texas » et d'en présenter les représentants aux grandes entreprises et aux sociétés d'investissement en capital de risque de son territoire.

Pour plus de renseignements, consulter le site internet de la conférence : **www.cisaconferences.org** Toute entreprise canadienne qui souhaite participer à la conférence devrait communiquer avec M^{me} Marcy Grossman, consule et déléguée commerciale, consulat général du Canada à Dallas, tél. : **(214) 922-9812, poste 3355**, téléc. : **(214) 922-9815**, courriel : **marcy.grossman@dfait-maeci.gc.ca** ✻

COMDEX Fall 2002

LAS VEGAS, NEVADA — 18-22 novembre 2002 — **COMDEX Fall 2002** est le plus grand salon de TI des Amériques. Le ministère des Affaires étrangères et du commerce international (MAECI) aidera les entreprises canadiennes de technologie de l'information et des communications (TIC) à capter l'attention de certains des principaux acheteurs de haute technologie dans le monde.

Tous les exposants auront gratuitement accès aux services d'un consultant en techniques de communications commerciales, qui les aidera à préparer leur plan de commercialisation et leur stratégie média pour l'événement. Chaque exposant recevra de l'information sur les débouchés et les tendances du marché et pourra bénéficier d'une aide pour l'élaboration de stratégies d'entrée sur le marché adaptées à ses objectifs précis d'expansion commerciale aux États-Unis. D'importants distributeurs de produits à valeur ajoutée, intégrateurs de systèmes, distributeurs et fabricants de pièces d'origine seront contactés

avant le salon et recevront la liste des exposants canadiens.

Le pavillon du Canada sera situé près de l'entrée principale et dans une allée importante du Central Hall au Las Vegas Convention Centre, pour faire savoir que le Canada est le centre de l'innovation dans le domaine des TIC et une destination de choix

pour investir dans les TIC. Parmi les principaux exposants qui se trouveront dans ce hall, signalons Microsoft, Palm, Sony et EDS.

Pour plus de renseignements sur la possibilité d'exposer à **COMDEX Fall 2002**, communiquer avec M. Pat Fera, délégué commercial, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : **(613) 944-9475**, courriel : **pat.fera@dfait-maeci.gc.ca**, internet : **www.comdex.com/fall** ✻

Débouchés en toute sécurité

MEXICO, MEXIQUE — 5-8 novembre 2002 — Le Canada participera avec un stand national à **SeguExpo 2002**, le plus important salon du Mexique dans le secteur de la sécurité. On y trouvera aussi des sous-secteurs tels la sécurité industrielle, la protection des personnes, la sécurité électronique, la protection et la lutte contre les incendies, la surveillance et la vérification des personnes.

Le salon, qui est organisé par l'Association pour la santé en milieu de travail du Mexique, offre un endroit idéal pour les sociétés qui veulent promouvoir et commercialiser leurs produits et leurs services. Le salon, qui aura lieu au World Trade Center, attire quelque 6 000 visiteurs.

L'ambassade du Canada à Mexico invite les sociétés canadiennes dans ce secteur à participer. **Pour plus de détails**, consulter **www.seguexpo.com** ou communiquer avec M^{me} Lorena Ochoa, ambassade du Canada à Mexico, tél. : **(011-52-55) 5724-7987**, courriel : **lorena.ochoa@dfait-maeci.gc.ca** ✻

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