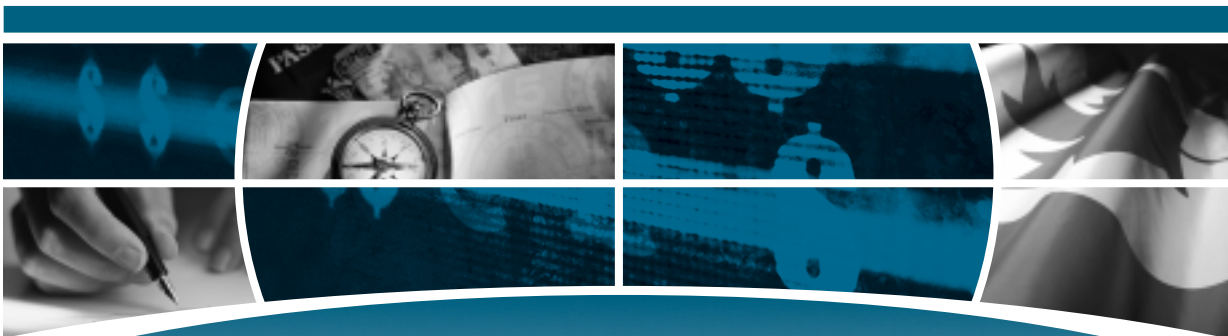




CanadaExport



Contrats à conclure

Mission commerciale en Afrique subsaharienne : programme

Dans ce numéro

- 3 Cherchez-vous des renseignements sur les visites?
- 4 Mission en aérospatiale au Japon prête à décoller
Soutien aux exportateurs vers la Chine
- 5 La commercialisation aux États-Unis : guide pour artisans
- 6 CCC : le monde des contrats
- 7 Le marché des énergies renouvelables au R.-U.
- 8 Foires et missions commerciales/Conférences

Tel qu'indiqué dans le dernier numéro, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, dirigera une mission commerciale en **Afrique du Sud, au Nigéria et au Sénégal du 15 au 26 novembre** prochain. Cet article-ci offre un bref aperçu du programme prévu dans chaque pays, ainsi qu'un exemple d'une société canadienne qui a remporté des contrats dans ces marchés et d'autres de la région.

Programme de la mission

La mission mettra en lumière les occasions d'affaires et les possibilités d'investissement offertes aux entreprises canadiennes, et servira à faire avancer les objectifs de

politique commerciale du Canada dans les pays visités. Dans chaque ville, le programme comprendra :

- Des colloques généraux et sectoriels animés par des experts de la région et des séances d'information données par des délégués commerciaux du Canada, qui porteront sur les tendances, le contexte commercial et les débouchés du marché ainsi que les obstacles à surmonter pour exercer des activités dans la région.
- Des activités d'accueil et de réseautage conçues pour permettre aux Canadiens de rencontrer les gens d'affaires et les représentants des gouvernements locaux

voir page 2 — Débouchés

Protocole de coopération France-Canada

Bon coup de pouce aux investissements



De gauche à droite : MM. Jean Saint-Jacques, ministre conseiller, et Ian McLean, ministre plénipotentiaire, ambassade du Canada à Paris; M^{me} Ariane Obolensky, présidente du Directoire de la BDPME; M. Jean-Charles Roher, ministre conseiller, ambassade de France, Ottawa; M. Dominique André, sous-directeur, BDPME; et M. Jean-Yves Dionne, conseiller (Investissements), ambassade du Canada à Paris.

voir l'article page 2 — Coopération

Vol. 20, n° 17
15 octobre 2002

Supplément
**PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION
CANADIENNE 2002**
(voir l'encart)

Débouchés en Afrique — suite de la page 1

ainsi que d'autres Canadiens vivant et faisant des affaires en Afrique.

- Des rencontres individuelles avec les délégués commerciaux du Canada dans la région, qui donneront aux participants l'occasion de discuter de points précis concernant le marché africain.
- Une attention spéciale sera accordée aux besoins en financement des entreprises canadiennes désireuses de faire des affaires en Afrique.
- Des délégués commerciaux viendront de toutes les régions de l'Afrique pour discuter des occasions d'affaires qui existent dans leurs marchés et rencontrer les participants individuellement.

Cas de réussite

Voici un exemple d'une société canadienne

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**

Télécopieur : **(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

qui a réussi à percer sur le marché africain. On en trouvera bien d'autres sur l'internet, en cliquant sur **www.tcm-mec.gc.ca**

Positron Public Safety Systems

Inc., Montréal (Québec) — À Montréal, on compose le 9-1-1. À Cape Town, le 1-0-7. Mais les deux numéros permettent de joindre un centre d'urgence conçu par les mêmes experts canadiens.

En 2000, Positron, de concert avec le Cape Metropolitan Council (Conseil métropolitain du Cap), ont établi un centre d'appels d'urgence à Cape Town, la première ville en Afrique du Sud à utiliser le numéro d'urgence 1-0-7. Depuis lors, le gouvernement sud-africain a travaillé à garantir l'accès à des fournisseurs de sécurité publique et à voir à ce que ces fournisseurs réagissent de manière efficace.

Le Centre d'urgence a été bien accueilli, non seulement en raison de la qualité du service qu'il fournit, mais aussi à cause de son engagement envers des programmes

de formation et de perfectionnement des compétences, et du recrutement de personnes auparavant défavorisées.

Positron n'a que des éloges envers le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada dans le monde entier. « Les ambassades du Canada nous ont toujours fourni un appui remarquable, » de dire le président du Développement des affaires internationales de l'entreprise, M. José Luis Menghini. « Je recommande toujours à nos employés à l'étranger de demander conseil au SDC de l'ambassade ou du haut-commissariat de l'endroit pour vérifier des renseignements cruciaux et régler des problèmes de tous ordres, par exemple établir la fiabilité de partenaires éventuels, résoudre des questions juridiques, éviter certains pièges et déceler des frais d'exploitation cachés. »

Pour de plus amples renseignements sur la mission, communiquer avec la Direction d'Équipe Canada du MAECI, tél. : **(613) 944-2520**, téléc. : **(613) 996-3406**, courriel : **team-equipecanada@msn.com** internet : **www.tcm-mec.gc.ca** 🌟

Coopération France-Canada

— suite de la page 1

Le Canada et la France viennent de signer, à la fin du mois dernier à Paris, un protocole de coopération en faveur des PME françaises ayant un projet d'implantation ou d'exportation au Canada.

Le protocole s'insère dans le cadre de plusieurs années d'efforts bilatéraux visant à favoriser l'implantation d'entreprises canadiennes en France ainsi qu'à promouvoir les investissements français au Canada (la France est le troisième investisseur au Canada, avec plus de 23 milliards de dollars d'investissement).

En contrepartie, le protocole, signé avec la Banque de Développement des Petites et Moyennes Entreprises (BDPME) de France, donne accès pour le Canada au réseau d'une quarantaine de centres bancaires de la BDPME à travers la France. En outre, il positionne le Service commercial et économique de l'ambassade du Canada à Paris auprès des PME françaises, permettant ainsi à l'ambassade

de mieux cibler son programme de promotion des investissements.

La signature venait couronner la *Journée du Canada*, organisée par le Centre Français de Commerce Extérieur et le Sénat, dont le thème était : « Un pays discret, mais prospère : portail vers les Amériques ». Dans le cadre de cette journée fort réussie (selon le témoignage de plusieurs investisseurs éventuels français), plus de 170 personnes des milieux de l'industrie des deux pays, de services aux entreprises, de chambres de commerce et d'industrie et de représentants des gouvernements français et canadiens ont pu entendre des témoignages de la solide performance de l'économie canadienne et du grand attrait du Canada auprès des investisseurs étrangers.

Pour tout renseignement, communiquer avec l'ambassade du Canada à Paris, Section commerciale, courriel : **paris-td@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.amb-canada.fr** 🌟

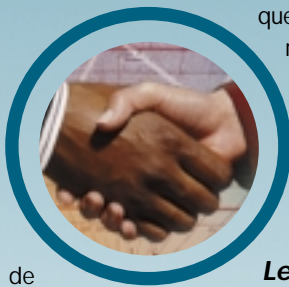
Grâce à ses quelque 500 agents en poste dans 140 villes du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada aide des milliers d'entreprises à percer sur les marchés étrangers. Voici le quatrième d'une série d'articles qui vous présenteront plus en détails les services de base que le Service des délégués commerciaux offre aux gens d'affaires canadiens.



Vous vous rendez à l'étranger pour rencontrer de nouveaux acheteurs?

Demandez-nous des Renseignements concernant les visites

Pour tout entrepreneur qui souhaite faire des affaires dans un nouveau marché, il n'y a rien comme rencontrer ses futurs partenaires en personne. Le Service des délégués commerciaux recommande fortement aux gens d'affaires de visiter en personne le nouveau marché qu'ils souhaitent exploiter. En fait, il est essentiel de se rendre sur un marché-cible à plusieurs reprises afin de cimenter ses relations d'affaires. Peu importe le nombre d'appels téléphoniques, de télécopies, de lettres et de courriels que vous adressez, vous constaterez que, pour réussir en affaires sur la scène internationale, rien ne vaut une poignée de main chaleureuse.



Comment puis-je déterminer le moment approprié de visiter mon marché-cible?

Une grande partie des **Renseignements concernant les visites** que peuvent vous fournir les délégués en poste à l'étranger, sera à propos du meilleur moment pour effectuer votre visite. Ils vous informeront, par exemple, si les dates auxquelles vous proposez d'effectuer votre visite coïncident avec une activité ou un événement local qui pourrait influencer sur le taux d'occupation dans les hôtels ou sur la disponibilité des gens que vous souhaitez rencontrer.

De quelles autres façons les Renseignements concernant les visites peuvent-elle m'aider?

Les délégués vous donneront des conseils pratiques et partageront avec vous leurs connaissances des coutumes et des pratiques commerciales locales, ainsi que les règles d'étiquette. Ils vous recommanderont également des services locaux, dont des hôtels; des services d'affaires; des interprètes et traducteurs; et des transporteurs locaux.

Les délégués en poste à l'étranger s'occuperont-ils de mes réservations?

Non. Les délégués commerciaux ne préparent pas d'itinéraires, n'agissent pas à titre de guides touristiques et ne fournissent pas d'appui logistique. Bien que les délégués commerciaux ne soient pas en mesure de vous offrir des salles pour vos rencontres avec vos contacts d'affaires dans la région, ils peuvent vous transmettre les coordonnées de fournisseurs locaux réputés afin que vous puissiez prendre des arrangements avec eux.

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

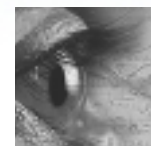
Au moment où vous communiquerez avec un délégué commercial en poste à l'étranger, vous devrez être en mesure de fournir des réponses claires aux questions suivantes :

- Quand projetez-vous effectuer un voyage d'affaires dans le pays du marché-cible?
- Prévoyez-vous adapter la documentation sur vos produits ou services en fonction de ce marché?
- Quels objectifs d'affaires souhaitez-vous atteindre en visitant votre marché-cible?

Où puis-je obtenir de plus amples renseignements sur les voyages d'affaires à l'étranger?

Dois-je obtenir un visa afin de me rendre dans mon marché-cible? Des vaccins me sont-ils nécessaires? Vous pouvez obtenir facilement des réponses à ces questions et bien d'autres renseignements sur les voyages d'affaires à l'étranger par l'entremise des Services consulaires du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

Pour recevoir les plus récents conseils et avertissements concernant la destination de votre choix, nous vous invitons à visiter le site du MAECI au www.dfait-maeci.gc.ca. Les Services consulaires proposent des publications qui aident les Canadiens à voyager en toute sécurité ainsi que des conseils sur plus de 220 pays du monde.



Attachez vos ceintures!

Mission commerciale en aérospatiale au Japon

L'industrie aérospatiale canadienne sera à **Tokyo** du **16 au 21 février 2003** pour une mission commerciale dirigée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en collaboration avec l'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC) et Industrie Canada.



Cette mission, annoncée à l'occasion de la récente assemblée générale de l'AIAC à Ottawa, va profiter de la progression du nombre de partenariats formés par des entreprises canadiennes et japonaises dans le secteur de l'aérospatiale. En même temps, la mission va aider les entreprises canadiennes à profiter des débouchés qui se créent dans un secteur japonais de l'aérospatiale dont la valeur atteint 12 milliards de dollars.

En février 2002, une grosse délégation japonaise est venue en visite au Canada;

elle était dirigée par le ministère japonais de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie et par la Société des entreprises aérospatiales du Japon. La délégation, qui comprenait plus de deux douzaines de grands fabricants japonais dans l'aérospatiale, a participé à un symposium à Montréal avant de visiter certains sites à Montréal, Toronto et Winnipeg. Les Japonais sont repartis très impressionnés par la qualité et le nombre des entreprises canadiennes.

Après cette mission, les Japonais ont exprimé leur désir d'explorer la possibilité

d'une collaboration plus poussée avec l'industrie canadienne, message qui a été renouvelé au Japon comme au récent salon aéronautique de Farnborough, au Royaume-Uni.

Les participants à la mission au Japon en février prochain pourront rencontrer les représentants de l'industrie japonaise de l'aérospatiale et leur faire connaître leurs capacités, soit un auditoire constitué de représentants aussi bien de l'État que de l'industrie. Ils pourront aussi visiter un certain nombre d'installations du domaine de l'aérospatiale dans tout le Japon, où ils pourront explorer plus en profondeur l'éventuelle formation de partenariats.

Pour plus de renseignements sur la mission commerciale, communiquer avec M. David Moroz, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : **(613) 996-2974**, courriel : **david.moroz@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.dfait-maeci.gc.ca/ni-ka** 🌟

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

Faire des affaires en Chine

Soutien aux exportateurs

Si votre entreprise cible le marché chinois, le Conseil commercial Canada Chine, l'Association commerciale Hong Kong-Canada, et la Chambre de commerce canadienne à Hong Kong sont là pour vous aider.

Conseil commercial Canada Chine (CCCC)

Le CCCC est une association mutuelle du secteur privé qui collabore depuis 25 ans avec des entreprises du Canada et de la Chine dans le but d'accroître les échanges commerciaux et les investissements entre les deux pays. Le CCCC, dont le personnel est réparti dans deux bureaux au Canada (Toronto et Vancouver) et dans cinq bureaux en Chine (Beijing, Chengdu, Qingdao, Shanghai et Shenzhen), est fin prêt à aider les entreprises canadiennes à élaborer leurs stratégies de pénétration du marché chinois.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires concernant le CCCC

et les avantages dont jouissent ses membres, communiquer avec M^{me} Kai Xing, directrice principale du développement des relations d'affaires du CCCC, courriel : **ccbc@ccbc.com** internet : **www.ccbc.com**

Association commerciale Hong Kong-Canada (ACHKC)

L'ACHKC, une association à but non lucratif fondée en 1984, favorise les activités commerciales et économiques entre le Canada et Hong Kong, et dans l'ensemble de la région Asie-Pacifique. L'importance et l'utilité de l'ACHKC se sont accrues depuis que Hong Kong est une zone administrative spéciale de la Chine. Principale association commerciale bilatérale au Canada, l'ACHKC est établie dans huit villes canadiennes, soit



Vancouver, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

Pour des renseignements supplémentaires, communiquer avec l'ACHKC, tél. : **(416) 368-8277**, téléc. : **(416) 368-4321**, courriel : **national@hkcbacom** internet : **www.hkcbacom**

Chambre de commerce canadienne à Hong Kong (CCCHK)

La CCCHK veille aux intérêts de ses membres et transmet leurs points de vue aux décideurs de l'industrie et du gouvernement de Hong Kong, du Canada et de la Chine. Elle s'efforce ainsi de maintenir et d'améliorer continuellement un milieu de travail qui favorise le commerce, facilite l'apprentissage et permet à ses membres de mieux échanger leurs idées et exprimer leurs préoccupations.

Pour des renseignements supplémentaires, communiquer avec la CCCHK, tél. : **(011-852) 2110-8700**, téléc. : **(011-852) 2110-8701**, courriel : **canada@cancham.org** internet : **www.cancham.org** 🌟

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

Tuyaux commerciaux

Guide de commercialisation aux États-Unis pour artisans

Cette publication, commanditée par la Direction de la promotion des arts et des industries culturelles du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), vise à aider les producteurs canadiens d'objets d'artisanat d'art contemporain uniques et de première qualité qui souhaitent vendre leurs produits en gros aux États-Unis, que ces artisans soient déjà des exportateurs aguerris ou qu'ils tournent leur regard pour la toute première fois vers le marché américain.

Cette publication s'adresse également à la Fédération canadienne des métiers d'art, aux conseils des métiers d'art provinciaux et aux divers organismes de développement commercial et économique qui apportent leur aide aux producteurs canadiens d'objets d'artisanat d'art contemporain.

Créer des liens

Ce guide pratique, rédigé en grande partie par le verrier et éducateur Lou Lynn (Colombie-Britannique), offre des conseils utiles en matière de commercialisation, par exemple sur la façon de se faire connaître à l'étranger en tant qu'artiste professionnel ou de faire affaire avec les galeries d'art américaines. Un autre chapitre porte sur les divers canaux de distribution, spécifiques à l'industrie de l'artisanat d'art contemporain, qui s'offrent aux artisans canadiens : expositions, musées, internet et associations sectorielles.

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.dfait-maeci.gc.ca/nebs/menu-fr.asp

Les chapitres qui traitent de l'exportation renseignent les artisans, par exemple, sur la façon de convertir les prix pour le marché américain, de classer les produits, de remplir les formulaires de douane américains et de rapporter les œuvres d'art au Canada. On y aborde également les questions relatives aux règles d'immigration des États-Unis dont les artisans canadiens doivent tenir compte, de même que des sites internet et autres outils de référence qui peuvent leur être utiles. Ce guide contient également une liste de fonctionnaires canadiens à l'ambassade et aux consulats du Canada aux États-Unis qui peuvent renseigner les artisans canadiens qui désirent de plus

amples renseignements sur ce marché ou offrir une aide plus personnalisée.

Savoir qui fait quoi

Mais la particularité la plus importante de ce guide, c'est qu'il contient un profil détaillé de plus de 140 galeries commerciales américaines, qui représentent l'endroit idéal pour vendre des objets d'artisanat d'art contemporain aux États-Unis. Nulle part ailleurs

peut-on trouver ce type de renseignements, d'une valeur inestimable pour les producteurs canadiens d'objets d'artisanat d'art contemporain uniques et de première qualité qui désirent exporter leurs produits. Toutes ces galeries sont disposées à présenter les œuvres d'artisans canadiens, et plus de 25 % d'entre elles le font déjà. Nombre de ces galeries ont dit vouloir exposer les œuvres d'autres producteurs d'art contemporain canadiens talentueux.

Chaque profil comprend le nom du directeur de la galerie, l'adresse d'un site internet où l'artisan peut effectuer une visite virtuelle de la galerie, des renseignements sur les centres d'intérêt de la galerie et sur les artisans dont elle expose actuellement les œuvres, les procédures de soumission des œuvres, les conditions et, dans bien

des cas, des remarques additionnelles. Grâce à ces renseignements, les artisans peuvent effectuer leurs propres recherches en vue de déterminer les galeries les mieux adaptées à leurs produits et entreprendre des démarches auprès de ces dernières.

Ce guide est réservé aux Canadiens. On peut en obtenir une copie en communiquant avec le Service des renseignements du MAECI, tél. : **1-800-267-8376** ou **(613) 944-4000**. Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Dana Boyle, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Minneapolis, tél. : **(612) 332-7486**, poste **3358**, courriel : dana.boyle@dfait-maeci.gc.ca ✨



Table de salon Garland, par Peter Fleming (photo : Ontario Crafts Council).

La technologie militaire

WEST 2003

SAN DIEGO, CALIFORNIE — 14-16 janvier 2003 — Venez à la conférence/exposition annuelle **WEST 2003**, de l'Armed Forces Communications Electronics Association (AFCEA). Venez entendre des conférenciers de haut niveau dans votre domaine, participez à des tables rondes sur des sujets d'actualité dans le domaine militaire et soyez parmi les premiers à connaître des technologies de pointe.

Le consulat du Canada partagera le coût des espaces d'exposition avec les entreprises canadiennes qui viendront exposer et sera, avec l'AFCEA de San Diego, l'hôte de la réception de réseautage. AFCEA International est une association sans but lucratif de premier plan qui représente des professionnels des communications, de l'électronique, du renseignement et des systèmes d'information.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jeffrey Gray, agent de développement commercial, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : **(213) 346-2752** internet : www.west2003.org/ ✨

L'abc de l'exportation : les trois C

Le monde des contrats

Vous avez tout mis en œuvre afin d'établir votre crédibilité auprès d'un acheteur étranger. Vous avez déployé des efforts considérables en vue de vous assurer la confiance du client. Vous êtes maintenant prêt à négocier un contrat. De quoi devez-vous tenir compte? Comment vous assurer que les conditions négociées vous permettront de fournir les meilleurs produits ou services possibles? Cet article, le dernier de la série sur les trois C, offre certaines réponses à ces questions ardues.

La Corporation commerciale canadienne (CCC) a aidé des entreprises canadiennes à négocier des contrats avec des acheteurs de plus de 100 pays. Les agents de la CCC savent ce qui fonctionne, mais aussi ce qui ne fonctionne pas. Voici quelques conseils.

Couvrez vos coûts

Lorsque vous négociez un contrat d'exportation, établissez un calendrier des paiements qui vous permet de couvrir le coût de vos matières avant de livrer votre produit; ainsi, si des complications se présentent après la livraison, vous aurez au moins recouvré vos dépenses. Cela ne semble peut-être pas une façon très positive de penser, mais une saine dose de réalisme permet d'être bien préparé à toutes les éventualités. Il faut bien sûr parfois déployer des trésors d'imagination créatrice afin de convaincre un acheteur d'accepter de verser une somme élevée avant la livraison des produits.

Par exemple, la CCC a déjà collaboré avec un fabricant d'ordinateurs dont le client souhaitait effectuer des essais d'acceptation après avoir reçu le produit. Une telle situation aurait comporté des risques énormes pour le fabricant, parce que les coûts d'expédition auraient été élevés et qu'il n'aurait eu aucun contrôle sur la façon dont les essais étaient réalisés. Le fabricant a plutôt fait venir le client au Canada, afin qu'il approuve les produits ici même.

N'oubliez aucun détail

Lorsque vous négociez un contrat, ne vous concentrez pas seulement sur les produits livrables. Réfléchissez à votre procédé. C'est par une bonne gestion de projet qu'on évite les pertes. Ne signez aucun contrat dont les conditions sont vagues et ne laissez aucune question sans réponse.

Par exemple, une entreprise peut penser qu'il est inutile d'inscrire au contrat une revue de la configuration du premier article si le produit qu'elle doit livrer est identique à ceux qu'elle fabrique habituellement. Mais parfois il est difficile de traiter avec un acheteur étranger; il est donc préférable de prévoir au contrat des échéances et des phases d'approbation des produits. Cela vous évitera bien des maux de tête.

Faites preuve de sagesse en matière d'argent

La durée d'un contrat peut se calculer en mois — parfois en années. Pendant ce temps, la devise que votre acheteur doit utiliser pour vous payer peut s'apprécier ou se déprécier, ce qui se traduira pour vous par des gains ou des pertes inattendus. En matière de contrats, certaines options s'offrent à vous : vous pouvez fixer la valeur de la devise à ce qu'elle était à une certaine date, ou conclure un contrat à terme normalisé sur devises qui vous garantit un taux de change favorable. Il est important de savoir que certaines devises sont peu sûres. Pour éviter ce risque, la CCC conseille normalement aux exportateurs de négocier leurs contrats dans une autre devise qui reçoit l'assentiment de l'acheteur et du vendeur, le dollar américain ou le dollar canadien, par exemple.

Existe-t-il une règle d'or qui garantit la passation de contrats fructueux? Ne dépassez pas vos limites. Les grandes entreprises hésitent parfois à courir des risques; elles s'abstiendraient de conclure des contrats qui semblent comporter des problèmes. Les entreprises de plus petite taille ont souvent l'impression qu'elles ne peuvent se permettre de refuser un tel contrat.

La promesse d'une vente peut parfois attirer l'exportateur en terrain dangereux. Soyez honnête avec vous-même : êtes-vous capable de fournir les produits exigés par le contrat? Les conditions vous conviennent-elles? Si la réponse à ces questions est non, vous pourriez perdre le contrat... et votre entreprise. Il serait peut-être préférable de chercher d'autres occasions d'affaire. Elles existent.

Et la CCC sera, bien sûr, toujours là pour vous aider.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont la CCC peut mettre la puissance du Canada au service de vos ventes à l'exportation, communiquer avec la CCC en composant le **1-800-748-8191**, ou cliquer sur le site internet **www.ccc.ca** 🍁

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**

Gros débouchés au Royaume-Uni

Les énergies renouvelables : un marché en expansion

Le gouvernement du Royaume-Uni a fixé comme objectif plutôt ambitieux que, d'ici 2010, les énergies renouvelables devront fournir 10 % de l'électricité du pays. Comme actuellement celles-ci fournissent seulement 2,8 % de l'électricité produite au Royaume-Uni (où la consommation annuelle totale est de 350 000 GWh), la croissance du marché devrait être de 250 % durant la prochaine décennie.

À cet effet, le gouvernement du Royaume-Uni a adopté une nouvelle série de réglementations. Cela inclut notamment l'obligation pour les fournisseurs du pays de s'approvisionner (selon des pourcentages établis) en électricité produite à partir de sources d'énergies renouvelables, ainsi que de nouvelles mesures fiscales qui pénalisent la consommation de combustibles fossiles et favorisent l'utilisation des énergies renouvelables.

Le gouvernement du Royaume-Uni a aussi annoncé, dernièrement, qu'un montant supplémentaire de plus de 550 millions de dollars (250 millions de livres sterling) serait alloué à titre d'aide au financement de la recherche et développement, de projets pilotes ou de projets de démonstration dans le domaine des énergies renouvelables, ainsi que de la commercialisation et de la promotion des énergies renouvelables pour accroître le recours à celles-ci sur le marché britannique.

Ces nouvelles mesures d'importance devraient favoriser une expansion considérable du marché des énergies renouvelables au Royaume-Uni et, du fait même, ouvrir de nombreux débouchés aux entreprises canadiennes œuvrant dans ce secteur.

Débouchés

Le Canada est un chef de file mondial pour ce qui est de la production d'énergie renouvelable, les sources d'énergies renouvelables fournissant 17 % de l'énergie primaire et 62 % de l'électricité produite au Canada. Cela est attribuable essentiellement

à l'importance considérable de l'hydroélectricité au Canada. Vu l'expertise canadienne et le pourcentage relativement peu élevé d'électricité à base d'énergies renouvelables au Royaume-Uni, il devrait y avoir de nombreuses occasions d'affaires pour les sociétés canadiennes.

Les débouchés devraient être particulièrement intéressants dans les domaines de la biomasse (comme énergie primaire et comme carburant pour le transport), de l'énergie des vents de reflux, des petites centrales hydroélectriques et de l'énergie photovoltaïque. Une fois que les piles à combustible et, dans une moindre mesure, les technologies utilisant l'énergie marémotrice et l'énergie des vagues pourront être diffusées commercialement et en grande quantité, le marché britannique offrira des débouchés encore plus considérables.



Le marché britannique s'est considérablement ouvert aux fournisseurs étrangers, surtout depuis que bon nombre de services publics ont été privatisés. Les acheteurs britanniques recherchent des produits et des services qui répondent à leurs besoins à un coût qui satisfasse leurs actionnaires.

Stratégies d'accès au marché

Les entreprises canadiennes offrant des produits, des technologies ou des services particuliers, ou pouvant avoir une application directe dans les nouveaux projets ou dans les projets en cours au Royaume-Uni, devraient penser à entrer directement sur le marché, que ce soit en travaillant conjointement avec un des grands producteurs, distributeurs ou fournisseurs d'électricité du Royaume-Uni ou en formant un consortium pour promouvoir et développer un projet donné.

Les stratégies adoptées pour pénétrer le marché s'avéreront d'une importance capitale, en particulier vu que bon nombre de technologies liées aux énergies

renouvelables, à l'échelle mondiale, en sont au stade de la démonstration ou au tout premier stade de commercialisation. Les technologies de plusieurs entreprises canadiennes spécialisées dans les énergies renouvelables sont déjà bien acceptées au Royaume-Uni; cela peut d'ailleurs être dû au fait que leurs projets de commercialisation initiale ont été réalisés dans ce pays.

Étant donné que bon nombre des technologies liées aux énergies renouvelables ne font que commencer à être commercialisées, les débouchés au Royaume-Uni sont moins sujets à la nécessité de conclure des accords vendeur-acheteur traditionnels, mais nécessitent plutôt de trouver des partenaires britanniques qui faciliteront la commercialisation. Compte tenu de la vigueur de la livre sterling depuis quelques années, les produits importés canadiens sont très avantageux pour les Britanniques, même après y avoir ajouté les droits d'importation.

Pour les entreprises canadiennes, faire des affaires au Royaume-Uni offre des avantages appréciables, notamment vu que les pratiques commerciales sont similaires, les systèmes juridiques sont analogues, les contrats sont respectés et la langue est la même. Un long passé d'expérience commune en commerce et en investissement a tissé des liens commerciaux solides entre les deux pays.

On trouvera les coordonnées des principaux producteurs, fournisseurs et distributeurs britanniques d'électricité dans la section « Principaux contacts » du rapport « Le marché des énergies renouvelables au Royaume-Uni » du MAECI. En outre, l'association professionnelle représentant le segment correspondant d'énergies renouvelables pourrait s'avérer d'une bonne aide pour trouver des entreprises désireuses de faire partie du consortium. On trouvera les détails à la fin du même rapport, disponible sur l'internet à www.infoexport.gc.ca/ie-fr/MarketProspect.jsp?cid=114&oid=36#592

Pour plus d'informations, communiquer avec M. Simon Smith, agent à l'expansion des affaires, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : **(011-44-20) 7258-6600**, téléc. : **(011-44-20) 7258-6384**, courriel : simon.smith@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/london/french/home.htm 🌟

Calendrier des manifestations culturelles 2003

ÉDITION

LONDRES (R.-U.) — 16-18 mars 2003 — **London Book Fair** (salon du livre) (www.lbf-virtual.com/page.cfm/NewSection=Yes)

BOLOGNE — 2-5 avril 2003 — **Bologna Children's Book Fair** (salon du livre pour enfants) (www.bolognafiere.it/BookFair)

LOS ANGELES — 28 mai-1^{er} juin 2003 — **BookExpo America** (www.bookexpoamerica.com)

TORONTO — 6-9 juin 2003 — **BookExpo Canada** (www.reedexpo.ca/bookexpo/)

TURIN — 15-19 mai 2003 — **Turin Book Fair** (salon du livre) (www.fieralibro.it)

FRANCFORT — 9-14 octobre 2003 — **Frankfurt Book Fair** (salon du livre) (www.frankfurt-book-fair.com)

FILMS, VIDÉO, TÉLÉVISION ET RADIO

NOUVELLE-ORLÉANS — 20-23 janvier 2003 — **Conférence de la National Association of TV Programming Executives** (www.natpe.org)

BERLIN — 6-16 février 2003 — **Berlinale**, festival international du film (www.berlinale.de)

SANTA MONICA — 19-26 février 2003 — **American Film Market** (www.afma.com)

CANNES — 22-28 mars 2003 — **MIPTV** et **MIPDOC**, marché international des programmes de télévision (www.miptv.com)

TORONTO — 25 avril-4 mai 2003 — **Hot Docs Canadian International Documentary Festival** (Festival international canadien du documentaire) (www.hotdocs.ca)

CANNES — mai 2003 — **Festival du film de Cannes** (www.festival-cannes.fr)

MÉTIERS D'ARTS CONTEMPORAINS

SAN DIEGO — 12-15 mars 2003 — **National Council on Education for the Ceramic Arts** (Conseil national de l'apprentissage des arts céramiques) (www.nceca.net)

NEW YORK — mai et juin 2003 — **SOFA New York** (Sculpture Objects & Functional Art) (www.sofaexpo.com)

SEATTLE — 10-15 juin 2003 — **Glass Art Society** (www.glassart.org)

EXPORTER VERS LE MOYEN-ORIENT ET L'AFRIQUE DU NORD

Les préparatifs vont bon train pour faire connaître les débouchés commerciaux que peuvent offrir deux marchés en expansion rapide du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Les manifestations prévues comporteront d'importants conférenciers, des spécialistes de la région et des séances axées sur des secteurs en particulier. En outre, les participants auront l'occasion de rencontrer personnellement des délégués commerciaux principaux de la région. On trouvera les détails dans un prochain numéro de *CanadExport*.

Réservez ces dates!

MONTREAL : 28 novembre 2002

TORONTO : 2 décembre 2002

WINNIPEG : 4 décembre 2002

CALGARY : 5 décembre 2002

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Mona Bieber, Direction du Moyen-Orient, MAECI; courriel : mona.bieber@dfait-maeci.gc.ca

Symposium international sur les alcools carburants

PHUKET, THAÏLANDE — 12-15 novembre 2002 — L'**International Symposium on Alcohol Fuels (ISAF XIV)** portera sur les technologies relatives aux carburants et aux véhicules, sur les effets environnementaux et économiques et sur le marché des alcools carburants durables. Cette importante manifestation va marquer le début d'une ère nouvelle dans le développement des alcools carburants et de leur application à l'automobile.

Pour renseignements, communiquer avec M. Surin Thanalertkul, agent commercial, ambassade du Canada en Thaïlande, tél.: **(011-662) 636-0560**, poste **3356**; téléc.: **(011-662) 636-0568**, courriel : surin.thanalertkul@dfait-maeci.gc.ca internet : www.bangkok.gc.ca ou avec ISAF XIV (Thaïlande), internet : www.mtec.or.th/isafxiv courriel : conference@mtec.or.th

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