



La mission de conception Exportation aux États-Unis couronnée de succès

Dans ce numéro

- 2 La privatisation va bon train en Turquie
Le Salon de l'aéronautique de Paris
- 3 Le Bluewater Group et le Délégué commercial virtuel
- 4 Les investissements en biotechnologie
Le Forum des affaires des Amériques
- 6 Inniskillin à la conquête du monde
- 7 Foires et missions commerciales

L' *International Contemporary Furniture Fair (ICFF), qui s'est tenue à New York en mai 2003, est une manifestation commerciale annuelle et une vitrine internationale du design qui vise le marché du meuble contemporain haut de gamme. Cette foire internationale du meuble contemporain a attiré quelque 17 000 visiteurs cette année, dont des concepteurs, des fabricants et des détaillants.*

Le consulat général du Canada à New York a contribué à accroître le nombre de visiteurs à l'ICFF — particulièrement le nombre de visiteurs canadiens — par l'intermédiaire de sa mission Exportation
voir page 5 — La mission



Les participants de la mission Exportation aux É.-U. : (debout, de gauche à droite) Nadé Nixon, Nadé; Julie Hing; Marie-Josée Salvas, Kläss & Co.; (assis, de gauche à droite) F. Javier Espinal, K.I.+ Co.; Jeffrey Crossman, consulat général du Canada à New York; Tara Walker, Plastic Buddha Design; Omer Arbel, some; Danielle Prpich, Ontario Exports; et Michael O'Byrne, Centre international de commerce à Toronto.

De Magog jusqu'aux marchés mondiaux

L'expérience réussie d'une entreprise gagnante

*Lorsque, à la fin des années 1980, les affaires allaient lentement pour la société **H. Fontaine Ltée**, fabricant de vannes de contrôle de l'eau de la petite collectivité de Magog, dans les Cantons de l'Est (Québec), le chef de la direction, André Fontaine, a décidé de faire le grand saut et de se lancer à la recherche de marchés d'exportation aux États-Unis.*

La société, fondée en 1964 par son père, Henri, avait une nouvelle usine sous-utilisée dont l'effectif de 40 personnes diminuait. De plus, la société a dû composer avec un changement de gouvernement au Québec, qui a entraîné des réductions dans les projets environnementaux. M. Fontaine est donc parti vendre les produits de sa

voir page 5 — L'expérience

Une fois, deux fois, trois fois, adjudgé! vendu!

La privatisation va bon train en Turquie

Comme outil fondamental d'une économie de marché, la privatisation est au programme de la Turquie depuis 1984. Jusqu'ici, le gouvernement turc s'est complètement retiré de plusieurs secteurs, dont ceux de la cimenterie, de la production d'aliments pour animaux, des produits laitiers et des produits forestiers, de l'administration des aéroports civils, de la restauration et de la distribution du pétrole, et s'est partiellement retiré des ports et des raffineries de pétrole. Plus de 50 % des parts du gouvernement dans les secteurs du

tourisme, du fer et de l'acier, des textiles, du fret maritime et de la transformation de la viande ont été vendues.

De même, quatre banques publiques ont été privatisées à ce jour. L'appel d'offres national et international lancé en mai 1998 au sujet de la vente de la part de 12,3 % de l'État dans l'Is Bank était le plus important appel d'offres public lancé jusque-là en Turquie et est considéré comme l'un des plus importants sur le plan des produits de la privatisation au sein des marchés européens émergents. Les parts publiques dans Netas (Nortel Turquie) et dans le fabricant automobile turc Tofas ont été vendues à des investisseurs étrangers par le biais d'un appel d'offres public international.

Depuis 1985, les revenus de la privatisation ont totalisé quelque 10 milliards de dollars américains. Au nombre des entreprises publiques importantes figurant dans le

portefeuille de privatisation, mentionnons Black Sea Copper Works, le monopole des produits du tabac et des boissons alcooliques, l'industrie pétrochimique, les Autorités portuaires turques, les usines de pâtes et papiers turques, les Lignes aériennes turques et Télécom Turquie.

Par exemple, Télécom Turquie vendra 5 % de ses actions aux employés et de 45 à 55 % d'entre elles à des personnes morales ou à des particuliers étrangers. Le gouvernement turc prévoit annoncer un appel d'offres pour la privatisation de Télécom Turquie à la fin de 2003.

Pour plus de renseignements sur les dates des appels d'offres et le pourcentage que représentent les parts publiques qui seront vendues dans les divers secteurs, consulter le site www.oib.gov.tr/portfoy/portfolio_general.htm. Pour plus de renseignements sur la privatisation en Turquie, communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Ankara, tél. : **(011-90-312) 459-92-00**, courriel : ankra-td@dfait-maeci.gc.ca. Pour plus de renseignements concernant la loi sur la privatisation de 1994 en Turquie, consulter le site www.oib.gov.tr/index_eng.htm. ✨

Rédactrice en chef : **Leslie Scanlon**
Rédactrice déléguée : **Yen Le**
Rédacteur : **Michael Mancini**
Mise en page : **Mauro Oteiza**
Tirage : **55 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport

CanadExport

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux 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 communication (BCS).

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquer avec *CanadExport* au **(613) 992-7114**. Pour la version par 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

Le Salon de l'aéronautique de Paris

Malgré les difficultés de l'industrie aérospatiale, les participants au **Salon de l'aéronautique de Paris**, qui s'est tenu en juin 2003, s'accordent pour dire qu'il a été une réussite sur le plan des affaires. En fait, un total de 70 milliards d'ententes y ont été signées, alors que **Bombardier** a reçu jusqu'à présent 2,2 milliards de dollars de commandes fermes pour ses avions régionaux. Une soixantaine de firmes canadiennes, dont de nombreuses PME, ont participé au salon de cette année, pour la plupart regroupées comme exposants au pavillon du Canada organisé par l'**Association des industries aérospatiales du Canada**. Le pavillon du Canada a reçu la visite du ministre du Commerce international, Pierre Pettigrew, du ministre de l'Industrie, Allan Rock, et de

l'ambassadeur du Canada en France, Raymond Chrétien. Plusieurs accords commerciaux et d'investissements ont aussi fait l'objet d'annonces officielles, comme l'acquisition d'**Ebco Aerospace**, de la Colombie-Britannique, par la société belge Asco Industries ou la vente de simulateurs de vol conçus par **CAE**, de Montréal, à la compagnie aérienne des Émirats arabes unis.

Le prochain Salon de l'aéronautique de Paris aura lieu en 2005.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Léopold Battel, conseiller commercial, ambassade du Canada à Paris, tél. : **(011-33) 44-43-29-00**, téléc. : **(011-33) 44-43-29-98**, courriel : leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca. ✨

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL

INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources...à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Le Délégué commercial virtuel

« Grâce à mon Délégué commercial virtuel, j'ai accès à des débouchés de source compétente, des contacts importants, des nouvelles sur les foires commerciales et des études de marché », affirme Bill Joyce. « Il m'informe dès qu'il y a des changements concernant l'accès à un marché ou de nouveaux débouchés pour mon entreprise. Lorsque je me sers de mon Délégué commercial virtuel pour demander un service en ligne, un délégué commercial en chair et en os en poste à l'étranger et qui connaît mes produits et mon marché me répond dans un délai raisonnable et m'envoie l'information dont j'ai besoin. Je trouve ce système très utile. Les délégués commerciaux accomplissent un travail extraordinaire. »

Les délégués

Selon M. Joyce, les délégués commerciaux à l'étranger lui ont fourni de précieux renseignements qui lui ont permis d'économiser temps et argent. Dans un cas par exemple, il a reçu une étude de marché très précise qui lui a épargné des mois de recherche. Dans un autre cas, il a obtenu au bon moment des conseils au sujet d'une politique commerciale dans le pays visé, ce qui lui a permis d'éviter des dépenses inutiles.

Les avantages

Lorsqu'il s'est inscrit pour obtenir un Délégué commercial virtuel, M. Joyce a fourni un profil détaillé de son entreprise que les délégués commerciaux consultent chaque fois qu'il fait appel à leurs services. Pour chacun des marchés qu'il cible à l'étranger, il obtient donc un service amélioré, dans un délai plus court.

Nous aimerions savoir comment votre entreprise se sert de son Délégué commercial virtuel. Nous attendons votre appel, au (613) 944-0123.

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Pourquoi je m'en sers. Pourquoi ce service me plaît.

Des exportateurs canadiens comme Bill Joyce disent que le Délégué commercial virtuel n'est pas seulement pratique, mais qu'il est indispensable!

M. Joyce est propriétaire de **Bluewater Group Inc.**, une entreprise établie à Calgary qui vend des produits marins spéciaux de fabrication canadienne. Peu après que Bluewater ait commencé à exporter ses produits, un consultant a conseillé à M. Joyce de s'inscrire pour obtenir un Délégué commercial virtuel. Il constate aujourd'hui que cet outil commercial en ligne a révolutionné sa façon de concevoir l'exportation.

« Le délégué commercial virtuel est un service essentiel pour les exportateurs canadiens. Il leur fait épargner temps et argent. »

Bill Joyce
Chef de la direction/propriétaire
Bluewater Group Inc.
www.bluewatergroup.biz



Inscrivez-vous maintenant, à l'adresse www.infoexport.gc.ca, pour avoir accès à un Délégué commercial virtuel, et vous comprendrez pourquoi Bill Joyce et des milliers d'autres Canadiens sont déjà inscrits!

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Une masse de débouchés

Les investissements en biotechnologie

BOSTON (MASSACHUSETTS) — les 27 et 28 octobre 2003 — Le consulat général du Canada à Boston, en partenariat avec BioQuébec, le gouvernement de l'Ontario, Investissement Québec, Nova Scotia Business Inc. et la Délégation du Québec à Boston, sera le principal parrain de la **MASS Opportunities Biotechnology Investment Conference**, dont la cinquième édition aura lieu bientôt.

MASS Opportunities est le plus important lieu de rassemblement des investisseurs de la Nouvelle-Angleterre et l'occasion pour plus de 75 entreprises des secteurs public et privé de faire valoir leurs technologies et leurs produits auprès de gestionnaires de portefeuille, d'analystes, d'investisseurs en capital-risque et autres spécialistes de l'investissement. La manifestation devrait attirer environ 1 000 dirigeants des secteurs de la biotechnologie et des finances, y compris des cadres du secteur pharmaceutique, des analystes et des cadres de la biotechnologie dans les soins de santé et des investisseurs internationaux, sans oublier un certain nombre d'entreprises étrangères.

Présence canadienne

Selon Ronald Irwin, du consulat général du Canada en Nouvelle-Angleterre, « l'objectif du Canada à cette conférence est de mieux faire connaître l'expertise canadienne en matière de biosciences ainsi que les possibilités remarquables d'investissement qu'offre le pays, sous l'angle des coûts et de la qualité. Mass Opportunities est sans contredit le lieu idéal pour faire passer haut et fort ce message. »

Le Canada parrainera une table ronde ayant pour thème le voyage des innovateurs et des inventeurs vers le futur. D'éminents inventeurs canadiens et américains animeront la séance plénière le matin du 27 octobre. Parmi les conférenciers invités, on compte le docteur John Bergeron, expert en protéomique et biologie cellulaire à l'Université McGill, le docteur Ivar Mendez, innovateur

dans le domaine des transplantations neuronales et président de la chaire de recherche en neurochirurgie de l'Université Dalhousie ainsi que le docteur Molly Shoichet, chef de file de la recherche en régénération osseuse et réparation des lésions de la moelle épinière à l'Université de Toronto.

Les conférenciers traiteront des recherches les plus récentes en biosciences, des défis auxquels ils sont confrontés, des produits de l'avenir et des obstacles que l'industrie aura à surmonter. Un tel échange de vues entre inventeurs témoignera de l'excellence du Canada dans ce domaine. Le Canada disposera également d'une table pour faire la promotion des avantages qu'il y a à investir au Canada.

Compte tenu de l'excellence du secteur biomédical tant au Canada qu'au Massachusetts et comme le Canada et les États-Unis sont le principal partenaire commercial l'un de l'autre, la présidente et directrice générale du Massachusetts Biotechnology Council, Janice Bourque, est d'avis qu'il est tout à fait logique que le consulat général du Canada à Boston soit devenu un acteur aussi important de cette conférence.

La conférence a pour mission d'élargir le bassin des investisseurs en biotechnologie en leur fournissant une information

objective sur ce secteur d'activité et les entreprises qui y œuvrent, d'offrir une tribune neutre favorable à l'établissement de liens commerciaux entre les chefs d'entreprise, les investisseurs et les chercheurs et de faire ressortir les occasions de transferts technologiques locaux dans les domaines universitaires et médicaux.

Depuis deux ans, le gouvernement du Canada est un des principaux parrains de la conférence et il a réussi à promouvoir l'image de marque du Canada en tant que choix de premier ordre pour les activités de recherche-développement et de fabrication liées aux diverses biosciences. Plusieurs entreprises canadiennes participeront à l'édition 2003 de la conférence, car il s'agit d'une occasion sans pareil de démontrer leur expertise dans le domaine des biotechnologies et de nouer de précieux contacts.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Christine Sarkisian, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Boston, tél. : **(617) 262-3760**, courriel : **christine.sarkisian@dfait-maeci.gc.ca**. Pour s'inscrire, voir le site Web **www.massopps.com**. 🌟

Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements à propos des missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consulter le Calendrier d'exportation É.-U. à **www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export**.

Forum des affaires des Amériques

Faire croître les Amériques

MIAMI (FLORIDE) — du 17 au 19 novembre 2003 — Le **Forum des affaires des Amériques** aura lieu en marge de la Réunion ministérielle de la Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA). Le Forum est une occasion pour les gens d'affaires de l'hémisphère occidental de faire le point sur les négociations sur la ZLEA et de formuler des positions du secteur privé par le biais de propositions, de recommandations ou d'approches qui seront présentées aux ministres du Commerce des Amériques, dont le ministre canadien du Commerce international.

Au fil des années, le Forum est devenu l'un des événements principaux permettant des échanges ouverts et ciblés entre représentants des milieux d'affaires sur les gains potentiels et les défis d'une intégration commerciale à l'échelle régionale. En tant que

voir page 8 — Forum

La mission de conception Exportation aux États-Unis

— suite de la page 1

aux États-Unis portant sur les concepts contemporains à l'ICFF. Le délégué commercial culturel au consulat, Jeffrey Crossman, a organisé la mission pour les sociétés canadiennes qui souhaitent augmenter leurs exportations aux États-Unis.

Les activités au programme de la mission de trois jours étaient des visites des principales salles d'exposition de New York dans le domaine du design, des rencontres avec les propriétaires et acheteurs de magasins de détail de Soho et Tribeca spécialisés en design, une réunion d'information et une visite de la foire avec le directeur de l'ICFF.

Et la journée ne finissait pas là. New York est, après tout, la ville qui ne dort jamais. Les participants ont été invités à assister aux nombreuses réceptions qui ont eu lieu en soirée dans les boutiques de création de Soho et Tribeca. Ils ont alors eu l'occasion

de faire du réseautage avec les participants à l'ICFF et de continuer à tisser des liens avec les détaillants spécialisés en design.

Pure Canadian, vitrine présentant le travail de 25 concepteurs canadiens de meubles et d'articles pour la maison, a été tenue pendant l'ICFF. Organisée par le Totem Design Group de Soho, l'exposition a attiré beaucoup de visiteurs, comme aussi les deux réceptions qui ont eu lieu en soirée. Totem, important moteur du design à New York et pilier de la scène internationale du design, est un faiseur de tendance bien connu à New York. Pure Canadian était un projet découlant d'un partenariat entre *Azure Magazine*, le Totem Design Group et les gouvernements du Canada et de l'Ontario. La revue de design *Wallpaper**, référence pour ce qui est à la mode, a inscrit l'un des concepteurs canadiens ayant participé à

Pure Canadian sur sa liste des 15 premiers jeunes concepteurs dont il faut surveiller la carrière.

Globalement, la mission a été une réussite et les participants ont acquis une bonne compréhension du marché ainsi que des connaissances et une expérience précieuses. Selon Daniel Raiche, concepteur de **Snowlab** à Montréal : « Notre participation à l'ICFF cette année a été un véritable succès. Elle nous a permis de travailler avec plusieurs nouveaux magasins aux États-Unis. Nous pensons que le fait d'avoir été présentés lors de l'exposition organisée par Totem peut nous avoir rendus beaucoup plus visibles. J'espère que cette activité mènera à une collaboration future entre les concepteurs canadiens et le consulat du Canada. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec Jeffrey Crossman, délégué commercial culturel, consulat général du Canada à New York, tél. : **(212) 596-1650**, courriel : **commerce@canapple.com** ou consulter le site **Web www.icff.com**. 🌟

L'expérience réussie d'une entreprise gagnante — suite de la page 1

société en Californie, où des mesures de protection de l'environnement plus strictes et ce qu'il appelle une « culture qui fait bon accueil à l'innovation » lui ont ouvert des débouchés.

Un peu plus de 10 ans plus tard, la société H. Fontaine embauche 166 personnes et réalise 85 % de son chiffre d'affaires à l'étranger. Elle possède trois filiales en Europe et vise des marchés en Asie, en Amérique du Sud et au Moyen-Orient. Comme le besoin d'eau propre augmente partout dans le monde, la croissance de l'entreprise

répond à la demande pour ses vannes de contrôle de l'eau utilisées dans les usines de traitement de l'eau et des eaux usées. Ces produits peuvent également être



André Fontaine, chef de la direction de H. Fontaine Ltée, à Magog (Québec)

utilisés dans les centrales hydro-électriques et pour l'irrigation et la lutte contre les inondations. La société Fontaine fabrique aussi des pompes submersibles, des mélangeurs et divers autres appareils spécialisés à l'intention du secteur de la gestion de l'eau et des eaux usées.

M. Fontaine déclare que l'entreprise a eu de la difficulté à développer son marché aux États-Unis et conseille aux sociétés qui envisagent d'exporter de tenir compte de tous les détails, comme le rôle des règlements appliqués par les gouvernements, « qui peuvent compliquer les choses » sur les marchés étrangers. « Nous avons éprouvé des difficultés imprévues à propos de l'obligation de

payer les taxes d'avance en Californie, de dire M. Fontaine, situation dont nous aurions dû être informés à l'avance. »

Quand la société a commencé à pénétrer d'autres marchés étrangers, elle s'est adressée au Service des délégués commerciaux du Canada, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, dont « l'aide a été précieuse » il y a deux ans, quand la société a obtenu un contrat en Égypte pour la plus grosse station de traitement d'eau au monde.

L'obtention d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne en 2002 a aussi contribué au succès de l'entreprise, particulièrement en Europe. Par exemple, l'obtention du Prix a permis de rencontrer plus facilement les représentants de l'administration de la ville de Paris. En pensant à la période de faible activité du passé, M. Fontaine est manifestement très fier de l'évolution de sa société en si peu de temps — et les exportations ont été la source de son succès.

Pour plus de renseignements, consulter le site **www.hfontaine.com**. 🌟

Les chemins de la réussite

Inniskillin à la conquête du monde

Que vous achetiez hors taxes à Dubaï, dans les Caraïbes, à Istanbul ou en Micronésie, quelque chose vous rappellera certainement le pays. En effet, les fameux vins de glace **Inniskillin** sont devenus l'un des articles en vogue des boutiques hors taxes et des magasins d'alcool du monde entier, où ils occupent partout une place de choix sur les étagères et font la conquête du grand public comme des connaisseurs.

Inniskillin est l'histoire d'une des réussites canadiennes les plus connues. Cofondée en 1975 par Karl Kaiser et Donald Ziraldo, l'entreprise viticole Inniskillin a obtenu le premier permis de vinification délivré en Ontario depuis 1929 et possède aujourd'hui plusieurs domaines dans la vallée de l'Okanagan, en Colombie-Britannique, et dans la Péninsule de Niagara, en Ontario.

Le nom Inniskillin vient du célèbre régiment irlandais, les Inniskilling Fusiliers, au sein duquel le colonel Cooper avait combattu en Amérique du Nord pendant la guerre de 1812. Il reçut, en remerciement, une terre de la Couronne qu'il nomma Inniskillin Farm.

Depuis sa fondation, Inniskillin produit des vins de qualité supérieure à partir de la grande espèce de raisins de cuve européens, *vitis vinifera*, et l'entreprise jouit maintenant d'une réputation mondiale dans le secteur des vins de glace. Pour produire un vin de glace, il faut que les raisins gèlent sur la vigne et soient cueillis à la main quand la température descend entre -10° et -12° C. Les raisins gelés sont ensuite pressés afin d'en extraire un nectar très concentré, riche en sucre, en acides et en arômes, faisant du vin de glace un excellent vin de dessert ou digestif. À cause de son rendement extrêmement faible et du niveau exceptionnellement élevé de sucre naturel dans les raisins, le vin de glace d'appellation Vintners Quality Alliance (VQA) est à la fois rare et cher.

Après sa réussite sans précédent à Bordeaux, en France, où elle a remporté, en 1991, le Grand Prix d'honneur pour son vin de glace, cuvée 1989, l'entreprise a mis en place un réseau de distribution international qui s'étend à l'Amérique du Nord, à l'Asie et, plus récemment, à l'Europe. Inniskillin a non seulement remporté une « Gran Medaglia D'Oro » (Grande médaille d'or) à Vintality 2003 avec son vin de glace Riesling 2001 (VQA Niagara), mais l'entreprise a aussi obtenu trois médailles d'or au Concours mondial de Bruxelles 2003, en Belgique, pour son vin de glace Riesling 2001 VQA Okanagan, son Meritage 2000 et son Pinot noir 2001.

Conseils aux exportateurs

Quand on lui a demandé comment les vins Inniskillin étaient devenus une des marques les plus réputées du monde, Donald Ziraldo a répondu : « Commencez par étudier le marché et choisir un distributeur de bonne réputation qui soit disposé à investir des ressources à long terme pour contribuer à l'établissement de la marque. Après avoir choisi un marché cible, concentrez-vous sur l'ensemble des marchés clés en y assurant une présence régulière. Le suivi est une opération cruciale. Vous pouvez envoyer 10 représentants faire la promotion d'un produit auprès des distributeurs, mais si vous n'assurez pas le suivi, tout le monde vous oubliera. »

La simplicité s'est certainement révélée une stratégie payante pour Inniskillin, dont le vin de glace caractéristique est le seul produit d'exportation. « La clé, c'est de ne pas perdre l'essentiel de vue. Je n'essaierai jamais de vendre du vin rouge aux Italiens, alors, pour nous, ce n'est pas compliqué. Aux États-Unis, par exemple, nous avons engagé à New York, à Miami, à San Francisco, à Chicago et à Los Angeles, une personne à plein temps qui se consacre exclusivement à une mission — vendre le vin de glace Inniskillin. Grâce à

cette démarche ciblée, nous avons maintenant plus de 5 000 clients aux États-Unis. » Chose intéressante, les vins Inniskillin ont aussi beaucoup de succès en Europe, notamment en Italie, au Royaume-Uni et en Espagne.

Assistance du MAECI

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a fortement contribué, par l'intermédiaire de ses ambassades et de ses consulats, à faire connaître Inniskillin à une clientèle internationale. « Le MAECI a toujours offert à Inniskillin une plate-forme pour la promotion de ses vins de glace, a déclaré M. Ziraldo. La célébration de la fête du Canada à Singapour cette année en est un bel exemple; plus de 400 invités ont assisté à cette célébration, et j'ai eu la possibilité de dire quelques mots au sujet de notre vin de glace. Ce fut une dégustation de premier ordre. Ces manifestations sont très importantes pour nous; elle contribuent énormément à notre promotion internationale », a-t-il ajouté.

En outre, aux dires de Martin Moodie, rédacteur du *MoodieReport.com*, « la grande et quasi inattendue vedette des vins dans les boutiques hors taxes a été le vin de glace. Il y a 10 ans, on aurait jugé quelque peu farfelu quiconque aurait prédit que les raisins « poisseux » canadiens allaient devenir un produit de premier choix. Pourtant, c'est le résultat remarquable obtenu par Inniskillin ».

Comme dans toutes les entreprises qui réussissent et dont les produits étaient « marginaux » au départ, il a fallu du leadership et une vision pour faire du vin de glace le produit « à succès » qu'il est devenu. À entendre M. Moodie : « Inniskillin est un cas unique dans l'industrie. Partie d'une position marginale, l'entreprise occupe aujourd'hui l'avant-scène dans son domaine. Parallèlement, elle a tiré vers le haut toute cette catégorie de vins et elle a prouvé que les nouveaux secteurs ont un rôle à jouer, à condition qu'ils osent être différents et faire preuve d'imagination. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec Donald Ziraldo, Inniskillin Wines, tél. : **1 888 466-4754, poste 301**, courriel : **dziraldo@inniskillin.com**, site Web : **www.inniskillin.com**. 🌟

Calendrier des foires commerciales

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — du 7 au 11 décembre 2003 — Le **Dubai Airshow** est une des plus importantes activités du monde dans le domaine de l'aérospatiale, et un pavillon du Canada y sera aménagé. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Anne Argyris, consule et déléguée commerciale principale, ambassade du Canada à Abu Dhabi, courriel : anne.argyris@dfait-maeci.gc.ca, ou Derek Staines, EAS Exhibition Services, courriel : derek@easexhibitions.com, tél. : (905) 837-5095, site Web : www.dubaiairshow.org.

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

LONDRES, ANGLETERRE — du 26 au 30 novembre 2003 — Le **BBC Good Food Show** est le plus grand salon européen des aliments et boissons de consommation. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec l'organisateur du salon, tél. : (011-44-20) 8948-1666, courriel : laura@consumer-exhibitions.co.uk, ou avec le haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6663, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : ldn-td@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.bbcgoodfoodshow.co.uk/index.asp.

HONG KONG — du 10 au 13 février 2004 — La **10th Asian International Exhibition of Hospitality Equipment, Supplies and Technology, Food and Drink (HOFEX)** est une occasion unique pour les exportateurs canadiens de produits alimentaires d'avoir accès à des acheteurs des marchés d'Asie dont la Chine élargie, la Corée, Taïwan, les Philippines et Macao. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Kitty Ko, agente commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7448, téléc. : (011-852) 2847-7441, courriel : kitty.ko@dfait-maeci.gc.ca

ARTS ET INDUSTRIES CULTURELLES

GUADALAJARA, MEXIQUE — du 29 novembre au 7 décembre 2003 — Le **Guadalajara International Book Fair** (Salon international du livre de Guadalajara) est le plus grand salon du livre en espagnol du monde. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Juan-Carlos Munoz, consulat du Canada à Guadalajara, tél. : (011-52) 3615-6215, téléc. : (011-52) 3615-8665, courriel : juan-carlos.munoz@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.fil.com.mx.

SYDNEY, AUSTRALIE — du 7 au 9 décembre 2003 — L'**Australian Effects & Animation Festival** portera sur les secrets techniques et créatifs derrière quelques-uns des plus importants films VFX et d'animation produits à Hollywood et dans le monde entier. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Sharon Pinney, agente de la culture et des communications, consulat général du Canada à Sydney, courriel : sharon.pinney@dfait-maeci.gc.ca.

PRODUITS DU BÂTIMENT

DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS — du 19 au 29 novembre 2003 — **BIG 5** est le plus grand salon annuel de l'industrie en plein essor de la construction de la région du Golfe et du Moyen-Orient. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Sanam Shahani, agente commerciale, ambassade du Canada à Dubaï, courriel : sanam.shahani@dfait-maeci.gc.ca, ou Terry Gain, représentant de Big 5 au Canada, courriel : cgain@interlog.com.

SHANGHAI, CHINE — du 18 au 21 novembre 2003 — **Building Shanghai 2003**, qui a lieu tous les deux ans, est la principale exposition de matériaux et services de construction et de décoration intérieure de la Chine. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Claire Zhang, agente de commerce principale, consulat général du Canada à Shanghai, courriel :

claire.zhang@dfait-maeci.gc.ca, tél. : (011-86-21) 6279-8400, téléc. : (011-86-21) 6279-7456, site Web : www.2456.com.

INDUSTRIES ENVIRONNEMENTALES

ARUSHA, TANZANIE — du 17 au 19 novembre 2003 — **Hydro Africa 2003** est une conférence internationale sur l'hydroélectricité. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec le haut-commissariat du Canada en Tanzanie, tél. : (011-255-22) 211-2837, courriel : dslam-td@dfait-maeci.gc.ca, ou consulter le site Web www.ich.no/hydroafrica.html.

BEIJING, CHINE — du 8 au 19 décembre 2003 — La **mission d'Équipe commerciale Canada de l'environnement (ECCE)** participera à la **China International Environment Protection Exhibition and Conference**, et se rendra à Hong Kong, dans le delta de la rivière Perle, à Shanghai et à Qingdao. Elle sera axée sur les infrastructures urbaines durables. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec John Beveridge, Direction générale des affaires environnementales, Industrie Canada (Vancouver), courriel : beveridge.john@ic.gc.ca, tél. : (604) 666-1416, téléc. : (604) 666-8330, ou Nichole Tremblay, Direction générale des affaires environnementales, Industrie Canada (Ottawa), tél. : (613) 952-1572, téléc. : (613) 952-9564, courriel : tremblay.nichole@ic.gc.ca.

INDUSTRIES FORESTIÈRES

SHANGHAI, CHINE — du 16 au 19 décembre 2003 — La **South China International Exhibition for Timber, Plywood, Veneer and Related Equipment** (Exposition internationale de la Chine méridionale du bois d'œuvre, du contreplaqué, du placage et du matériel connexe). **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Sarah Wu, agente commerciale, consulat général du Canada à Guangzhou, courriel : sarah.wu@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.globalwood.org/ads/hinafair.htm.

voir page 8 — Calendrier

Calendrier des foires commerciales

— suite de la page 7

INDUSTRIES DE LA SANTÉ

LE CAIRE, ÉGYPTÉ — du 13 au 15 décembre 2003 — **LAB-RAD EXPO** est la première exposition et conférence internationales sur le matériel de diagnostic médical. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec l'ambassade du Canada en Égypte, tél. : **(011-20-2) 794-3110**, courriel : **cairo-td@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.igmfairs.com**.

TIC

BEIJING, CHINE — du 12 au 16 novembre 2003 — **PT/Wireless & Networks China 2003** est l'une des principales foires de Chine dans le domaine des technologies de communications mobiles et de réseaux. L'Équipe commerciale Canada aménagera un pavillon national, organisera un colloque technique et une réception et rédigera une brochure à l'intention des exposants canadiens. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Dale Forbes, Industrie Canada, tél. : **(613) 990-9092**, courriel : **forbes.dale@ic.gc.ca**, ou Agnes Cui, ambassade du Canada en Chine, tél. : **(011-86-10) 6532-3536**, courriel : **haixia.cui@dfait-maeci.gc.ca**.

INDUSTRIES NAVALES

SHANGHAI, CHINE — du 2 au 5 décembre 2003 — **Marintec China 2003** est le plus grand et le plus important salon maritime de Chine. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Ginnie Koay, courriel : **ginniekoay@cmpasia.com**, site Web :

www.marintechina.com, ou Tina Shih, déléguée commerciale, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : **(613) 996-3607**, courriel : **tina.shih@dfait-maeci.gc.ca**.

MÉTAUX ET MINÉRAUX

TORONTO ET QUÉBEC — du 24 au 28 novembre 2003 — Une **mission commerciale d'exploitation minière fédérale du Brésil** viendra au Canada. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Franz Brandenberger, agent de développement des affaires, Bureau commercial du gouvernement du Canada à Belo Horizonte, tél. : **(011-55-31) 213-1651**, courriel : **infocentre-spalo@dfait-maeci.gc.ca**.

MATIÈRES PLASTIQUES ET PRODUITS CHIMIQUES

BEIJING, CHINE — du 4 au 7 décembre 2003 — **Chinaplas 2003**, la plus importante foire commerciale de

Chine dans le domaine des matières plastiques, accueillera plus de 400 exposants et quelque 35 000 visiteurs provenant de plus de 20 pays. Un pavillon canadien sera aménagé à Beijing pour que les entreprises canadiennes aient l'occasion de participer en qualité d'exposants ou d'offrir leur documentation dans le pavillon. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec John Margeson, Industrie Canada, tél. : **(613) 954-3016**, courriel : **margeson.john@ic.gc.ca**.

TRANSPORT FERROVIAIRE ET URBAIN

SYDNEY, AUSTRALIE — du 16 au 19 novembre 2003 — **AusRail 2003 Conference and Exhibition** est la plus importante manifestation de l'industrie ferroviaire d'Australie. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec Geoff Fox, agent de développement commercial, consulat général du Canada à Sydney, courriel : **geoff.fox@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.ausrail.com**. 🌟

Forum des affaires des Amériques

— suite de la page 4

porte d'entrée dans les Amériques, Miami constitue un endroit unique pour les entreprises canadiennes qui désirent réseauter et construire de nouveaux partenariats en vue d'élargir leurs débouchés en matière d'exportation dans les marchés d'Amérique latine.

Pour plus de renseignements ou **pour s'inscrire**, consulter le site **www.abfmiami2003.com** ou communiquer avec Claudio Ramirez, MAECI, tél. : **(613) 944-0770**, téléc. : **(613) 944-7981**, courriel : **claudio.ramirez@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 (Ont.) K1A 0G2

Postes Canada
Numéro de convention 40064047