



Mettre l'art à la portée de tous

Succès de Tilano Fresco aux États-Unis

Dans ce numéro

- 3 Un lieu de travail en ligne
- 4 Renflouer son fonds de roulement avec l'aide de la CCC
- 5 L'ALENA et la région frontalière Tex-Mex
- 6 IKK 2003 à Hanovre
- 7 Le Salon de l'automobile 2003 de Tokyo
- Croissance de l'industrie chinoise des produits du bois
- 8 Foires et missions/nouvelles commerciales

En un peu moins d'un an, la société canadienne **Tilano Fresco**, fabricant et distributeur de carreaux ornementaux prêts-à-décorer, a connu une croissance telle qu'il y a aujourd'hui plus de 400 magasins où se vend son produit unique. Bien que les carreaux ornementaux soient très demandés depuis des années, les associés fondateurs de l'entreprise ont vu les possibilités d'une nouveauté permettant aux gens de faire des carreaux personnalisés en utilisant leurs propres dessins et illustrations.

La société Tilano Fresco est le fruit des efforts réunis de trois entrepreneurs canadiens : M. Randy Orr, dessinateur d'ornements et spécialiste des carreaux; M. Charles Brodeur, spécialiste de l'exploitation; et M. Dann Ilicic, spécialiste de la promotion de l'image de marque et du conditionnement. « En un sens, notre tâche a été de réaliser un conditionnement à partir de mon atelier de dessinateur de 1 500 pieds carrés pour en faire une belle petite trousse *voir page 2 — Succès*

Les Vikings l'appelaient Vinland

Le vin canadien en Suède, en Finlande et en Norvège

Même si le Viking Leif Ericsson a désigné la partie la plus septentrionale du Canada par le nom de « Vinland » quand il en a fait la découverte il y a quelque mille ans, les vins canadiens sont très peu connus dans les pays nordiques. Or, les missions du Canada en Suède, en Finlande et en Norvège ont commencé à changer cela. À l'automne 2002, ces trois missions ont fait la promotion des vins canadiens pour la première fois dans leurs marchés respectifs.

voir page 6 — Le vin



M^{me} Shirley Wolff Serafini, ambassadeur du Canada en Norvège, et M. Knut Bakken, de Bakken Vin & Gourmet, savourent un verre de vin à la dégustation organisée par l'ambassade du Canada.

Succès de Tilano Fresco aux États-Unis

— suite de la page 1

comprenant tout ce qu'il faut pour produire de superbes carreaux à fresque personnalisés », explique M. Orr.

L'entreprise a connu des débuts rapides à Vancouver mais dans l'Est, l'accueil du produit n'a pas été aussi bon. « Nous n'avons pas encore percé sur le marché de Toronto comme nous le souhaitions, de sorte que nous avons commencé à regarder du côté des États-Unis », précise M. Brodeur.

« Je pense que la chose la plus importante que nous ayons apprise a été que le marché américain n'est pas un simple prolongement du marché canadien. Ce

n'est pas parce que nous parlons anglais comme aux États-Unis que nous sommes les mêmes. Les choses sont différentes aux États-Unis, et nous savions qu'il nous fallait des conseils », dit M. Illicic. Lorsqu'on l'interroge au sujet de ces différences, M. Brodeur répond : « Au Canada, on vous demande quel est le minimum requis mais

du secteur, mais elle a aussi organisé une visite des établissements du secteur des articles-cadeaux à Atlanta. Participant à cette mission, les représentants de la société Tilano Fresco ont eu la possibilité de retenir les services d'une des meilleures agences du pays. « Le consulat du Canada à Atlanta a beaucoup contribué à rendre possible notre entrée rapide sur le marché américain. Plus d'entreprises canadiennes devraient faire appel au Service des délégués commerciaux. La participation du consulat a conféré à notre petite entreprise une certaine dose de légitimité pour nos négociations avec les agences les plus importantes aux États-Unis, et cela a marché », affirme M. Brodeur.

Conseils pour les exportateurs

Comme pour toute nouvelle entreprise, la prochaine tâche difficile sera de gérer la croissance. « Nous avons conçu une structure très souple, de sorte qu'il a été facile pour nous d'établir des installations de fabrication et des points de distribution partout en Amérique du Nord. Nous savons que nous devons surveiller de près notre situation financière, et nous faisons preuve de prudence dans la gestion de notre croissance », dit M. Illicic. Pour son financement, la société Tilano travaille en collaboration avec la Banque de développement du Canada, la Corporation commerciale canadienne et un investisseur providentiel. « Obtenez du financement et assurez-vous que votre croissance est proportionnelle à celui-ci, ajoute M. Brodeur. De plus, obtenez les services des meilleurs représentants car l'ampleur de vos ventes sera un reflet de leur compétence. »

Les ventes de la société Tilano Fresco sont bonnes. Le produit qu'elle offre vient d'être choisi par Nordstrom, un grand magasin américain, et sera vendu dans 28 de ses succursales sur la côte Est des États-Unis. Avec deux nouveaux produits qui doivent être lancés sur le marché plus tard cette année, la société Tilano Fresco semble être sur la bonne voie.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Charles Brodeur ou avec M. Daniel Illicic, Tilano Decorative Products Inc., tél. : **(866) 877-4031**, téléc. : **(866) 877-4031**, courriel : **charles@tilanofresco.com**, internet : **www.tilanofresco.com** 🌸



Les carreaux ornementaux de Tilano Fresco

aux États-Unis, on veut savoir quel est votre maximum. Il n'est pas toujours facile de répondre à la demande aux États-Unis ce qui est plus rarement le cas au Canada. »

Le Service des délégués commerciaux à l'œuvre

À l'été 2002, les associés ont entendu parler d'un programme gouvernemental conçu pour aider les entreprises canadiennes à entrer sur le marché américain des articles-cadeaux et y soutenir la concurrence. Ce programme a été mis sur pied par le consulat du Canada à Atlanta, en Géorgie, où se trouve, soit dit en passant, l'Americas Mart — la plus grande salle d'exposition permanente d'articles-cadeaux aux États-Unis.

En septembre 2002, M^{me} Sylvie Racine du consulat du Canada à Atlanta a organisé une mission de recherche de représentants pour aider les entreprises canadiennes à établir des relations avec des agences qualifiées pour la vente d'articles-cadeaux. Non seulement M^{me} Racine a-t-elle attiré divers experts

Rédactrice en chef : vacant
 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**
 Site internet : **www.dfait-maeci.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 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

CanadExport

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 direct 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!

Un lieu de travail en ligne

Votre Délégué commercial virtuel peut devenir votre lieu de travail en ligne consacré au commerce. C'est pourquoi nous avons prévu diverses fonctions qui vous permettent de personnaliser votre page Web et son contenu selon vos préférences.

De votre site protégé, vous pouvez :

- conserver des liens, des contacts et des études de marché pour consultation ultérieure
- modifier l'aspect de votre page du Délégué commercial virtuel
- activer (ou désactiver) la fonction « Avisez-moi », qui vous permet d'être informé des dernières nouvelles
- mettre à jour le profil de votre entreprise — y compris vos secteurs d'activité, vos marchés cibles ou tout autre renseignement la concernant.

En tirant parti de ces fonctions, vous profitez d'un outil puissant pour gérer vos activités de développement des marchés d'exportation.

Utilisez le Délégué commercial virtuel à votre avantage. Inscrivez-vous dès aujourd'hui!



Pour en savoir davantage sur ce service, consultez les prochains numéros de CanadExport.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel ou pour vous y inscrire, visitez :

Renflouer son fonds de roulement

La CCC aide les exportateurs canadiens

Le succès dans le domaine de l'exportation ne se résume pas à une simple expression où vendeur plus acheteur égale vente. L'exportation s'apparente davantage à l'algèbre car plusieurs variables entrent en jeu et peuvent influencer sur le résultat. Le financement est l'une de ces variables. Si un exportateur ne dispose pas des sommes nécessaires pour couvrir les insuffisances de fonds ou encore s'il n'a pas convenu d'un échéancier de paiements lui assurant des fonds à chacune des étapes de la production pour couvrir ses besoins de liquidités, la vente ne pourra être conclue.

Le Canada est doté d'une solide infrastructure de services axés sur l'exportation et offre un large éventail d'options de financement aux petites et moyennes entreprises (PME) dans ce domaine. La CCC fait partie des organismes du gouvernement fédéral qui fournissent divers services complémentaires d'aide à l'exportation aux entreprises canadiennes. À titre d'exemple, une entreprise à la recherche de financement à l'exportation pour un projet donné pourrait se tourner vers la CCC et l'option intéressante qu'offre son Programme de paiements progressifs (PPP).

Le Programme de paiements progressifs

Conçu en fonction des besoins des PME, le PPP est un programme de financement novateur qui vise à offrir aux petits exportateurs canadiens le fonds de roulement dont ils ont besoin selon leur projet. Dans bien des cas, le PPP permet de renflouer le fonds de roulement d'un exportateur, en faisant en sorte de couvrir ses coûts de production avant expédition, compte tenu du fait que les exportateurs ne sont pas payés avant que le produit ou le service soit livré à l'acheteur.

En sa qualité d'organisme de passation de contrats internationaux du Canada, la CCC a aidé de nombreux exportateurs canadiens à réaliser des ventes sur des marchés tant publics que privés un peu partout dans le monde. Grâce au PPP tout particulièrement, la CCC facilite l'accès à des sources commerciales de financement avant expédition. À cette fin, elle a conclu des ententes de partenariat avec 19 banques

et institutions financières. Le rôle que joue la CCC dans la transaction peut inciter ces banques à accorder des fonds excédant la marge de crédit habituelle des clients. La CCC garantit à la banque que le contrat qu'elle finance est soumis à un examen suivi de sa part. Par conséquent, le risque ultime de perte pour la banque est réduit.

Les exportateurs tirent profit de l'obtention d'une marge de crédit de projet pour couvrir les coûts de production d'une vente à l'exportation donnée. Cela leur permet de prendre les décisions d'affaires qui s'imposent en temps opportun et de conserver leur avantage, sachant qu'ils disposeront des ressources financières nécessaires à la gestion des ventes à l'exportation.

Dieco Technologies Limited, un concepteur de systèmes de traitement de tubes, a fourni plus de 150 installations à une large gamme de clients, depuis des fabricants de tubes jusqu'à des fabricants de châssis de siège et de composants structurels d'automobile. Dieco n'est qu'un des nombreux exportateurs connaissant le succès à avoir tiré profit du PPP. Depuis le début de sa collaboration avec la CCC en 1999, l'entreprise a eu accès à plus de 4 milliards de dollars américains de financement avant expédition en vue de mener à bien un certain nombre de contrats d'exportation avec de grandes sociétés de l'industrie automobile américaine.

« Les activités de Dieco sont nettement orientées vers l'exportation et sa capacité d'accéder à des solutions de financement novatrices lui permet de conserver sa position concurrentielle, d'affirmer M. Bob Donally, le président de l'entreprise. Le

Le Canada : un allié puissant pour vos exportations



La CCC (Corporation commerciale canadienne) est une société d'État qui a pour mandat de faciliter le commerce international, en particulier sur les marchés publics. Agissant à titre de maître d'œuvre, la CCC signe les contrats d'exportation, fournit aux exportateurs un accès aux marchés et offre aux acheteurs la garantie du gouvernement en ce qui concerne l'exécution du contrat. La CCC aide également les exportateurs à obtenir auprès de sources commerciales le crédit d'exploitation nécessaire et met à leur disposition l'expertise qu'elle a acquise dans le domaine de l'impartition internationale, contre rémunération des services. En matière d'exportation, CCC est synonyme de crédibilité, confiance et contrats.

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

PPP de la CCC nous a permis de réaliser avec succès des projets qu'il n'aurait peut-être pas été possible d'entreprendre autrement. Nous considérons le PPP comme un des principaux facteurs du maintien de notre croissance. »

Les exportateurs canadiens sont admissibles au financement avant expédition offert dans le cadre du PPP si :

- ils ont des revenus annuels inférieurs à 50 millions de dollars;
- ils négocient actuellement ou ont déjà un contrat avec un acheteur étranger;
- ils se font payer au moyen d'une lettre de crédit ou s'ils consentent à assurer leur créance;
- ils financent au moins 10 % du coût de la commande;
- la CCC peut établir une relation contractuelle avec leur acheteur;
- la durée du contrat est inférieure à deux ans.

Pour plus de renseignements sur le PPP, visiter le **www.ccc.ca** ou composer sans frais le **1 800 748-8191**. 🍁

Une occasion à saisir

L'ALENA et la région frontalière Texas-Mexique

Depuis son entrée en vigueur en 1994, l'ALENA a transformé la façon de faire les affaires. La définition traditionnelle de la frontière n'a plus cours pour les petites et moyennes entreprises (PME). Le phénomène de l'intégration s'observe au niveau le plus élémentaire dans la zone de l'ALENA.

La frontière de 3 141 kilomètres qui sépare le géant américain des nouvelles économies mexicaines ne peut plus être perçue de la même façon. La région frontalière Texas-Mexique constitue une culture et une économie en soi — ni tout à fait mexicaine, ni tout à fait américaine. La présence de délégués commerciaux du Canada de part et d'autre de la frontière offre aux exportateurs canadiens les outils et l'appui dont ils ont besoin pour réussir dans cette région du monde en plein essor.

La région Tex-Mex

Le consulat général du Canada à Dallas est responsable de six États (le Texas, l'Arkansas, le Kansas, l'Oklahoma, la Louisiane et le Nouveau-Mexique) comprenant environ 37 millions d'habitants. À lui seul, le Texas représente 60 % de la population de la région et 90 % de son pouvoir d'achat. Pendant neuf des dix dernières années, la croissance de cet État a largement dépassé la moyenne nationale, de sorte que seule la Californie affiche actuellement un produit intérieur brut (PIB) plus important. Le personnel spécialisé du consulat est en mesure de fournir aux entreprises canadiennes des renseignements sur les marchés ainsi que l'aide dont elles ont besoin.

L'État de Nuevo Leon, souvent décrit comme le joyau du Nord du Mexique, a été le moteur économique de ce pays ces dernières années. Sa capitale, Monterrey, est au cœur de cette croissance phénoménale. Nuevo Leon, qui compte moins de 4 % de la population du Mexique, génère 8 % de son PIB. Monterrey constitue le centre de la région et est à l'origine de 96 % de l'activité économique de l'État. En 2001, la revue *Fortune*

désignait Monterrey comme la meilleure ville pour faire des affaires en Amérique latine. Monterrey est aussi le siège des Grupos — certaines des plus grandes sociétés au monde — dont les dix plus importantes ont généré des recettes de plus de 47 milliards de dollars en 2001. Le consulat du Canada à Monterrey est responsable des États de Nuevo Leon, Coahuila et Tamaulipas, où habitent près de 9 millions de personnes. Le personnel du consulat et celui du tout nouveau bureau d'Exportation et Développement Canada ont pour mission d'aider les entreprises canadiennes à découvrir les débouchés qu'offre la région.

Importance de la région frontalière

La géographie imprime encore sa marque. En effet, les quatre États américains qui bordent la frontière du Mexique effectuent 65 % du total des échanges entre les États-Unis et le Mexique.

Les bureaux commerciaux du Canada à Dallas et à Monterrey, l'ambassade du Canada à Mexico et d'autres partenaires gouvernementaux du Canada unissent leurs efforts pour promouvoir les intérêts canadiens dans la région. Le secteur des écotecnologies est en pleine expansion comme en témoigne l'accroissement des activités de la Banque nord-américaine de développement. Cette institution, qui exerce ses activités des deux côtés de la frontière entre les États-Unis et le Mexique, est vouée au financement de projets d'infrastructure dans le domaine de l'environnement. En outre, PEMEX — la société pétrolière publique du Mexique — a établi un bureau des achats à Houston, prêt à accueillir les soumissionnaires canadiens souhaitant participer au

développement des vastes ressources pétrolières et gazières du Mexique.

De plus, le Dallas Market Center — le plus grand complexe commercial en son genre au monde — offre aux entreprises canadiennes une occasion sans pareille de faire connaître leurs produits et services aux acheteurs des États-Unis, du Mexique et d'autres pays. Grâce à leurs connaissances sectorielles, aux renseignements qu'ils possèdent sur les marchés et à leur expérience du milieu des affaires de la région, les délégués commerciaux du Canada sont des partenaires sur qui les entreprises canadiennes peuvent compter pour maximiser leurs chances de réussite.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Juan Aranda-Espejo, Direction du Mexique, MAECI, tél. : **(613) 996-5547**, courriel : **juan.aranda-espejo@dfait-maeci.gc.ca** ou avec M. Barry Davis, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : **(613) 944-2430**, courriel : **barry.davis@dfait-maeci.gc.ca** ou consulter les sites internet : **www.dfait-maeci.gc.ca/mexico** **www.dallas.gc.ca** **www.canada.org.mx** 🍁

Au calendrier

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/nebs/menu-fr.asp**

Le vin canadien — suite de la page 1

Suède

Avec le concours d'un importateur local de vin, deux agents basés en Europe ont présenté dix établissements vinicoles canadiens à un auditoire sélectionné, à l'ambassade du Canada à Stockholm. Ces établissements étaient Henry of Pelham, Vineland, Creekside Estate Winery, Gray Monk Estate Winery, Peller Estates, Hillebrand Estates Winery, Andres Wines, Colio Estate et Rodrigues Wines. À cette occasion, le cidre de glace La Face Cachée de la Pomme a aussi été mis en vedette.

Le groupe d'invités était composé de représentants de restaurants et de chaînes hôtelières haut de gamme, de distributeurs de vins, de dégustateurs renommés et de journalistes spécialisés. La présentation a été très bien accueillie et les invités ont été très impressionnés par la qualité des vins proposés. La dégustation a mené à des discussions approfondies concernant la distribution et à la diffusion d'articles dans la principale revue d'intérêt général traitant du vin. Mission Hill Winery, établissement vinicole de la Colombie-Britannique, a réussi, avec le concours de son agent local, à faire inscrire ses vins sur les listes de produits de l'entreprise qui a le monopole de la vente d'alcool au détail en Suède. À compter du 1^{er} juin 2003, les Suédois pourront acheter deux des meilleurs crus de Mission Hill. En outre, pour la première fois, l'entreprise monopolistique a lancé un appel d'offres pour des vins canadiens; les vins retenus seront en vente à compter de septembre 2003.

Soucieux de tirer parti du succès de cette dégustation et de l'intérêt que cette dernière a suscité, le personnel de l'ambassade a tenu en mars un stand d'information à la foire commerciale Vinordic, principal salon du vin, des spiritueux, de la bière et du cidre des pays de l'Europe du Nord.

Finlande

Le personnel de l'ambassade du Canada à Helsinki a également organisé une activité pour faire connaître les vins canadiens sur le marché finlandais. Cette activité a attiré une trentaine d'importateurs de vin ainsi que des journalistes. Les invités ont été

favorablement surpris par la qualité et la variété des vins canadiens. Les entreprises suivantes y ont proposé leurs produits : Henry of Pelham, Vineland, Blossom Winery et La Face Cachée de la Pomme.

Katja Angervo de chez Alko Inc., l'entreprise qui a le monopole de la vente d'alcool au détail en Finlande, est un contact essentiel dans ce pays. Bien que M^{me} Angervo n'ait pas pu être présente à l'activité organisée par l'ambassade, l'occasion lui a été donnée, à elle et à deux de ses collègues, de déguster les vins canadiens par la suite.



Alko cherche périodiquement à enrichir sa gamme de produits. Selon M^{me} Angervo, quatre établissements vinicoles canadiens ont récemment offert leurs produits à Alko. Inniskillin a réussi à intéresser l'entreprise à son vin de glace de la cuvée 2001, vieilli en fût de chêne; celui-ci est maintenant vendu dans les 300 magasins d'Alko. Alko essaie régulièrement de nouveaux vins de diverses régions du monde et M^{me} Angervo suggère aux représentants de ce secteur de consulter le site internet (www.alko.fi) où l'entreprise affiche chaque mois ses appels d'offres.

Norvège

En Norvège, la présentation des vins canadiens a été présidée par l'ambassadeur du Canada, Shirley Wolff Serafini. Une trentaine d'invités y ont participé, dont un représentant

local en vin et un dégustateur norvégien. La présentation faite en Norvège, en collaboration avec les deux agents européens, a été un succès, surtout si l'on considère qu'il s'agit de la toute première dégustation de vins canadiens dans ce pays. Les entreprises suivantes y ont proposé leurs produits : Henry of Pelham, Vineland, Creekside Estate Winery, Konzelmann Estate Winery, Royal DeMaria, Legend Wines, Inniskillin, Pelée Island et La Face Cachée de la Pomme.

À compter de mars 2003, Vinmonopolet, l'entreprise qui a le monopole de la vente d'alcool au détail en Norvège, offrira les vins canadiens suivants : le vin de glace Vidal cuvée 2000 et le vin de glace Gewurztraminer cuvée 2000 de Royal DeMaria; le Chardonnay cuvée 2000 et le vin rouge Laura's Blend cuvée 2000 de Creekside; et le Cabernet-Merlot Réserve cuvée 1998 de Konzelmann. C'est la première fois que des vins rouges et des vins blancs canadiens sont en vente en Norvège à l'exception d'un vin de glace d'Inniskillin qui est sur le marché norvégien depuis quelque temps déjà.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Maria Stenberg, ambassade du Canada en Suède, tél. : **(011-46-8) 453-3000**, courriel : maria.stenberg@dfait-maeci.gc.ca ou avec M^{me} Nina Pennanen, ambassade du Canada en Finlande, tél. : **(011-358-9) 17-11-41**, courriel : nina.pennanen@dfait-maeci.gc.ca ou encore avec M^{me} Barbara Thorjussen, ambassade du Canada en Norvège, tél. : **(011-47) 2299-5300**, courriel : barbara.thorjussen@dfait-maeci.gc.ca 🌟

IKK 2003 à Hanovre

Un vent de fraîcheur

HANOVRE, ALLEMAGNE — 8-10 octobre 2003 — **IKK 2003** est l'occasion idéale pour les exportateurs canadiens qui souhaitent présenter dans un cadre international leurs applications dans les domaines de la réfrigération, du conditionnement de l'air et de la ventilation. L'année dernière, l'événement a attiré 23 444 visiteurs (dont 45 % venaient de l'extérieur de l'Allemagne) et 798 entreprises y ont proposé leurs produits et services.

IKK est la plus grande exposition internationale de l'industrie de la réfrigération. Les visiteurs professionnels y trouvent un éventail des plus complets de produits de réfrigération et de conditionnement d'air, depuis les composants de systèmes de réfrigération destinés aux services de construction, au commerce et au transport, en passant par les armoires et les entrepôts frigorifiques, jusqu'aux outils et aux pièces pour

voir page 8 — IKK 2003

Le Salon de l'automobile 2003 de Tokyo : à vos moteurs!

TOKYO, JAPON — 24 octobre-5 novembre 2003 — Industrie Canada, en collaboration avec l'ambassade du Canada à Tokyo et l'Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada, organise un stand du Canada au **Salon de l'automobile 2003 de Tokyo**.

Principale exposition en Asie d'automobiles et de pièces d'automobile depuis 1973, le Salon de l'automobile de Tokyo rassemble des centaines d'exposants du Japon et d'autres grands pays producteurs d'automobiles, et attire plus de 1 million de visiteurs, incluant des cadres, des techniciens et des acheteurs, des membres de la presse internationale et le grand public. La manifestation offre une excellente occasion aux entreprises canadiennes de faire valoir leurs compétences auprès d'un public

du monde entier, de découvrir de nouveaux débouchés et d'évaluer les tendances et technologies nouvelles ainsi que la concurrence dans ce secteur.

Faites partie du stand du Canada

Le stand du Canada vise à faire connaître les pièces, le matériel et les technologies du Canada dans le secteur de l'automobile. Il compte des fournisseurs de premier plan tels que **ABCgroup, Dofasco, JIT Automation, Magna International, Wescast Industries** et le **Woodbridge Group**.

Les entreprises participantes pourront aussi assister aux activités spéciales de réseautage et de promotion se déroulant dans le cadre de l'exposition, notamment la réception officielle de l'ambassade et la



conférence de presse. À chaque année, les emplacements de cette exposition sont toujours tous réservés, mais il reste encore quelques places pour les fabricants canadiens de pièces d'automobile, de machinerie et de produits connexes.

Lors du **Salon de**

l'automobile 2003 de Tokyo,

le gouvernement du Canada a l'intention de lancer une nouvelle campagne mondiale pour faire connaître les produits du secteur canadien de l'automobile. La campagne vise à rehausser le profil international du secteur de l'automobile du Canada, appuyant ainsi les efforts permanents déployés par le gouvernement fédéral pour encourager le commerce, l'investissement et l'innovation dans le secteur.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brian Sundue, Direction générale de l'aérospatiale et de l'automobile, Industrie Canada, tél. : **(613) 946-8183**, téléc. : **(613) 952-8088**, courriel : **sundue.brian@ic.gc.ca** 🍁

Croissance de l'industrie chinoise des produits du bois

La Chine connaît actuellement des changements profonds de son cadre économique, structurel et sociétal, ce qui crée des débouchés pour les fabricants de produits du bois canadiens. Parmi ces changements, mentionnons l'élaboration de codes de construction pour les bâtiments à ossature en bois, la réforme de la politique de logement et l'accession de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Aperçu du marché

Les nouveaux codes d'inspection et de construction des bâtiments à ossature de bois ont déjà été approuvés. Le gouvernement du Canada, de concert avec les entreprises de l'industrie canadienne des produits du bois, a collaboré étroitement avec le ministère de la Construction de la Chine pour que soient apportées des modifications aux codes portant spécifiquement sur les bâtiments à ossature de bois.



Par le passé, les entrepreneurs construisaient des boîtes de béton non finies, mais les entrepreneurs de Beijing et de Shanghai sont maintenant tenus de fournir des habitations parfaitement achevées. L'adoption de ces nouvelles politiques créera des débouchés non seulement pour les fournisseurs canadiens de constructions à ossature de bois, mais également pour les fournisseurs canadiens de produits du bois tels les armoires de cuisine, les fenêtres, les portes, les planchers de bois dur et les revêtements muraux.

De plus, l'accession de la Chine à l'OMC se traduira par une hausse de ses importations et de ses exportations, et renforcera sa position comme important concurrent. La Chine exportant déjà un volume très considérable de produits du bois — principalement des meubles — les exportateurs canadiens pourraient devenir d'importants fournisseurs de bois de ces entreprises.

Concurrence vive

Les exportateurs canadiens de produits du bois sont confrontés à la vive concurrence que leur livrent les entreprises des États-Unis, de la Russie, de la Nouvelle-Zélande, de l'Union européenne et de l'Asie du Sud-Est. En outre, les entreprises canadiennes doivent faire concurrence aux constructeurs qui utilisent l'acier léger et le béton — de loin le matériau le plus employé dans la construction d'habitations.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Hamilton, délégué commercial, ambassade du Canada à Beijing, tél. : **(011-86-10) 6532-3536**, courriel : **david.hamilton@dfait-maeci.gc.ca** ou M. Étienne Sum Wah, délégué commercial, consulat général du Canada à Shanghai, tél. : **(011-86-21) 6279-8400**, courriel : **etienne.sum-wah@dfait-maeci.gc.ca** ou Éric Pelletier, délégué commercial, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : **(613) 996-7177**, courriel : **eric.pelletier@dfait-maeci.gc.ca** 🍁

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

COMMUNICASIA 2003

Forum de capital-risque et de partenariat

SINGAPOUR — le 16 juin 2003 — Êtes-vous à la recherche de partenaires ou de financement dans la région Asie-Pacifique? Si votre entreprise est spécialisée dans les technologies de l'information et des communications (TIC), ne manquez surtout pas le **Forum de capital-risque et de**

partenariat organisé dans le cadre de **CommunicAsia**, exposition et conférence internationale de l'Asie sur les TIC, qui se tiendra du **17 au 20 juin 2003**.

Organisé par la Direction de la science et de la technologie du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Renseignements sur l'accès aux marchés

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, par l'intermédiaire de la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés, offre aux exportateurs canadiens des renseignements sur l'accès aux marchés. Cela comprend de l'information sur les droits de douane, les taxes, les règles d'origine et certaines méthodes d'entrée et, pour les États-Unis, des services consultatifs sur les normes d'étiquetage des produits alimentaires de la Food and Drug Administration (FDA) et du département de l'Agriculture des États-Unis (USDA). Des renseignements plus généraux sont aussi disponibles pour d'autres pays. Le service, qui vise presque toutes les exportations canadiennes, est offert pour la plupart des pays et régions.

Pour plus de renseignements sur l'accès aux marchés et sur les droits de douane : tél. : **(613) 944-1569** ou **(613) 944-5070**, téléc. : **(613) 944-4840** ou **(613) 992-6002**, courriel : eat@dfait-maeci.gc.ca. Pour des services consultatifs sur les normes d'étiquetage de la FDA ou de l'USDA pour les produits alimentaires destinés aux États-Unis : tél. : **(613) 944-1015**, téléc. : **(613) 944-4840** ou **(613) 992-6002**, courriel : eat@dfait-maeci.gc.ca 🌟

IKK 2003 à Hanovre — suite de la page 6

l'installation et le service après-vente. L'exposition présentera également cette année des climatiseurs individuels de pièce, des systèmes de refroidissement de plafond, des systèmes antivibrations, des humidificateurs d'air de même que des ventilateurs et systèmes de ventilation dotés de dispositifs de récupération de la chaleur et de l'humidité.

Pour plus de renseignements sur **IKK 2003**, communiquer avec M^{me} Amy Schur, Unilink, tél. : **(613) 549-0404**, téléc. : **(613) 549-2528**, courriel : as@unilinkfairs.com 🌟

(MAECI), par Industrie Canada et par la Section des affaires commerciales du haut-commissariat du Canada à Singapour, le forum permettra à un certain nombre d'entrepreneurs de s'adresser à des décisionnaires du milieu des affaires et des finances de Singapour et d'autres villes de la région.

L'an dernier, 18 des entreprises canadiennes des TIC les plus prometteuses ont été choisies afin de faire valoir leurs compétences devant plus de 200 cadres supérieurs et décisionnaires.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jim Burt, Direction de la science et de la technologie, MAECI, tél. : **(613) 996-4292**, courriel : jim.burt@dfait-maeci.gc.ca ou visiter le site internet : www.communicasia.com 🌟

Conférence de Montréal

MONTREAL — 5-8 mai 2003 — Participez à la Neuvième **Conférence de Montréal**. Cette année, le thème du Forum des Amériques sur l'économie internationale est « Innover dans un monde incertain ».

La liste des conférenciers des Amériques, d'Europe, d'Asie et d'Afrique est impressionnante. Plusieurs centaines de participants et conférenciers des milieux des affaires, de la société civile, des universités et des institutions internationales et gouvernementales seront présents.

Pour plus de renseignements, tél. : **1 866 877-8835** (sans frais) ou **(514) 744-2342**, téléc. : **(514) 871-2226**, site internet : www.conferecedemontreal.com 🌟

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