



DANS CE NUMÉRO

- 2 Occasions d'affaires
- 3 Contrats décrochés : Bombardier, CAE
- 4 Le marché des matériaux de construction en Afrique de l'Ouest
- 6 L'industrie du savoir : débouchés aux É.-U.
- 8 Northstar : le commerce, un outil et non une arme
- 10 Le secteur des TIC en Roumanie
- 11 Les produits de santé en République tchèque
- 12 La coopération avec des pays tiers et le Japon
- 13 Les avantages du libre-échange
- 14 Foires commerciales
- 15 Salons et conférences à retenir
- 16 Publications

L'Organisation mondiale du commerce (OMC)

La Chine devient membre de l'OMC

Après 15 années de négociation, l'Organisation mondiale du commerce (OMC) s'apprête à accueillir un nouveau membre, la septième économie mondiale et le neuvième plus important exportateur au monde, la Chine. La Chine, qui constitue également le quatrième plus gros partenaire commercial du Canada (les échanges bilatéraux ont atteint 15 milliards de dollars en 2000), devrait se joindre officiellement à l'OMC en janvier 2002.

À titre de membre de l'OMC (www.wto.org), la Chine fera partie d'un groupe de pays qui négocient les droits et les obligations qu'ils sont tenus de respecter les uns envers les autres dans l'administration du commerce international, le règlement des différends commerciaux, la libéralisation des échanges et l'expansion des marchés

locaux. En retour des avantages que procure l'accès à l'OMC, la Chine s'est engagée à libéraliser considérablement le commerce sur son territoire.

À bas les barrières

Dès son accession à l'OMC, la Chine procédera à des réductions d'ordre tarifaire, dont la majeure partie doivent être mises en place d'ici l'an 2005, et les autres instaurées graduellement sur une période de neuf ans. Les droits industriels chuteront d'une moyenne de 16,3 % à environ 9 %, tandis que les droits tarifaires dans le secteur agricole et agroalimentaire fléchiront de 21,4 % à 16 % environ. L'investissement étranger sera permis dans tous les grands secteurs de services et, dans bien des cas, l'acquisition de parts majoritaires par des intérêts étrangers sera même autorisée dans les

Voir page 9 – La Chine



Financer le succès des exportateurs

Le Programme de paiements progressifs

La Corporation commerciale canadienne (CCC) a créé le Programme de paiements progressifs (PPP) dans le but de procurer aux petits exportateurs canadiens les fonds de roulement dont ils ont besoin pour exploiter des débouchés précis à l'exportation.

Le préfinancement aide les petits exportateurs à voir grand

Le PPP aide les exportateurs canadiens à obtenir un préfinancement auprès de sources commerciales, grâce à des arrangements conclus avec 19 banques et institutions financières.

Voir page 7 – Le Programme



Corporation
Commerciale
Canadienne

LES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA
NOUVELLES AFFECTATIONS –
AUTOMNE 2001
(Voir l'encart.)

Le Centre des occasions d'affaires

GUYANA — Achat de la Banque nationale de coopération d'État de Guyana (Guyana National Cooperative Bank –GNCB) — Le gouvernement du Guyana, par le biais du service de privatisation de son ministère des Finances, sollicite les propositions d'éventuels investisseurs en vue de l'achat de 100 % de la GNGB. Sont admissibles à s'inscrire toutes les compagnies d'assurances, de fiducie ou de finances, ainsi que les institutions financières ou les consortiums qui ont une institution financière comme investisseur. Pour s'inscrire :

- se procurer les documents d'inscription auprès du Service de privatisation
- fournir une copie de la licence ou du permis ou, pour les consortiums, de la licence ou du permis de la principale institution financière
- payer 190 000 \$ G (1 000 \$ US pour non-résidents) en droits d'inscription

Les candidats inscrits recevront le document de demande de proposition et devront alors obtenir l'approbation de la Banque du Guyana (BoG) pour l'acquisition

du contrôle d'une institution financière autorisée au Guyana. Une fois cette approbation obtenue, les candidats recevront un aide-mémoire et un projet de convention, et ils pourront alors exercer une diligence raisonnable pour l'acquisition de la GNGB, conformément à la Loi de 1995 sur les institutions financières. La date de clôture est le **28 décembre 2001**. Le service de privatisation annoncera l'échéance finale pour la réception des propositions suivant le temps qui sera nécessaire aux candidats pour obtenir l'approbation de la BoG et pour remplir leurs obligations en matière de diligence raisonnable. Détails sur la GNGB :

- Avec ses 8 succursales et ses 375 employés, la GNGB offre des services bancaires internationaux et de financement du commerce extérieur, de cambiste et d'opérations de change, de dépôt et de prêt.
- Après la privatisation, la GNGB sera reconstituée comme société à responsabilité limitée sous le régime de la Loi de 1991 sur les compagnies, et la nouvelle entité sera entièrement conforme à la Loi sur les institutions financières.
- Selon les comptes vérifiés, la valeur des actifs était d'environ 90 millions de dollars américains.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Winston Brassington, secrétaire de direction et chef, Service de privatisation (ministère des Finances), Georgetown, Guyana; tél. : (011-595) 226-0576/5-6339, téléc. : (011-592) 226-6426, courriel : punit2@guyana.net.gy et avec M^{me} Lyris Primo, agente de commerce, haut-commissariat du Canada à Georgetown, Guyana, téléc. : (011-592) 225-8380, courriel : lyris.primo@dfait-maeci.gc.ca Indiquer le numéro de dossier : **011004-04546**. (Avis communiqué par le haut-commissariat du Canada à Georgetown).

JORDANIE — Centrale hybride de production d'électricité solaire — Le ministère de l'Énergie et des Ressources minières sollicite les propositions des candidats qualifiés qui ont une compétence reconnue dans le développement de projets

énergétiques en vue de la réalisation — selon la formule construction-possession-exploitation (CPE) — d'une centrale hybride de production d'électricité solaire de 100 à 150 MW utilisant l'énergie solaire (miroir cylindro-parabolique ou centrale solaire à tour), avec le complément d'une chaudière chauffée au mazout ou au gaz naturel, dans la région de Quwairah. La date de clôture est le **15 janvier 2002**. Pour plus de renseignements, communiquer avec le secrétaire général, ministère de l'Énergie et des Ressources minières, Jordanie, tél. : (011-962-6) 582-8971, téléc. : (011-962-6) 586-5714, courriel : generals@memr.gov.jo et M. Hala Helou, agent principal de commerce, ambassade du Canada à Amman, Jordanie, téléc. : (011-962-6) 567-3088, courriel : hala.helou@dfait-maeci.gc.ca Indiquer le numéro de dossier **010709-03313**. (Avis communiqué par l'ambassade du Canada à Amman). 🌟

Occasions d'affaires du COAI — Pour plus de renseignements, cliquer sur www.iboc.gc.ca



Le Centre des occasions d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales est le Centre de repérage de fournisseurs d'Équipe Canada inc. Le Centre fait le lien entre les débouchés d'affaires identifiés par les délégués commerciaux à l'étranger et les exportateurs canadiens, en particulier les petites et les moyennes entreprises. Le Centre offre un service à valeur ajoutée aux délégués commerciaux en communiquant les occasions d'affaires directement aux sociétés canadiennes compétentes.

Visitez notre site internet à www.coai.gc.ca

Rédacteur en chef :
Suzanne Lalonde-Gaëtan
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédactrice : Julia Gualtieri

Mise en page : Yen Le

Tirage : 70 000

Tél. : (613) 992-7114

Téléc. : (613) 992-5791

Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca

Internet :

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) 996-2225. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de *CanadExport* ci-dessus. Pour un changement d'adresse, renvoyez 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

(Ontario) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

CanadExport

Bombardier décroche un nouveau contrat à Dubaï

Bombardier Aéronautique (www.aero.bombardier.com), ExecuJet Aviation Group (www.execujet.net) et Alpha 55 de Dubaï ont annoncé la création d'une coentreprise pour l'ouverture d'un nouveau centre de maintenance à Dubaï. Le centre assurera des services complets de maintenance et de soutien pour toute la gamme des biréacteurs d'affaires de Bombardier.

Ce centre ultramoderne, qui doit ouvrir ses portes en 2002, renforce la présence de Bombardier à Dubaï, la capitale de l'aviation au Moyen-Orient et l'emplacement idéal pour étendre l'éventail des services offerts. Grâce à lui, Bombardier élargira ses activités à Dubaï pour y inclure les services de ventes, les opérations aériennes, la maintenance et les pièces de rechange.

Les trois participants à cette coentreprise ont signé l'entente la semaine dernière lors du Salon de l'aéronautique 2001 de Dubaï, le septième salon international bienal de l'aéronautique qui se tenait au centre des expositions de l'aéroport de Dubaï.

« Cet investissement de taille réaffirme notre présence sur le marché des avions d'affaires au Moyen-Orient et nous permettra d'offrir un soutien accru aux exploitants des avions d'affaires de Bombardier dans la région », a déclaré M. Shawn Vick, premier

vice-président, Ventes internationales, Bombardier Aéronautique, Avions d'affaires.

Ce nouveau partenariat est le produit de longues années d'efforts déployés par Bombardier, avec l'appui de l'ambassadeur du Canada à Abou Dhabi, M. Christopher Thomson, et le consul et délégué commercial principal à Dubaï, M. Christopher Thornley. ✨

Entente CAE-Emirates Airlines

CAE (www.cae.com) et Emirates Airlines ont récemment signé une entente de 10 ans d'une valeur de 100 millions de dollars US pour construire et exploiter conjointement le nouveau centre d'entraînement aéronautique à Dubaï. Le centre, qui doit ouvrir

au début de 2003, doit loger six simulateurs de vol complets, dont un de Boeing 737-NG, un d'Airbus A319/A320 et un d'Airbus A330/A340. C'est le premier centre d'entraînement sur simulateur de la région pour ces types d'aéronef. Emirates Airlines exploite déjà quatre simulateurs CAE.

De dire M. Derek Burney, président de CAE : « Dubaï est la plaque tournante

économique qui se développe le plus rapidement au Moyen-Orient et elle sert également de passerelle entre

l'Europe et l'Asie. Ce lieu représente donc un emplacement stratégique important pour accélérer

l'expansion mondiale de CAE en formation aéronautique. »

L'ambassadeur du Canada, M. Christopher Thomson, et le consul et délégué commercial principal, M. Christopher Thornley, avaient pris part aux réunions entre M. Burney et le cheik Ahmed bin Saeed Al Maktoum, président du conseil d'administration d'Emirates Airlines et président du département de l'aviation civile de Dubaï. ✨



On trouvera la version intégrale des articles sur Bombardier et CAE à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Nouvelles commerciales ».

Nouvelle « frontière » pour CAE

CAE a annoncé le mois dernier que l'entreprise Frontier Airlines (www.frontierairlines.com), de Denver, a signé une entente de cinq ans pour former ses pilotes au centre d'entraînement aéronautique à six ateliers de simulation de CAE à Denver, dont l'exploitation est prévue pour juin 2002. Les installations doivent d'abord loger des simulateurs d'Airbus A320 et de Bombardier CRJ 200/700.

« Nous sommes très heureux de conclure une entente avec CAE, » de dire M. Bill McKinney, vice-président des opérations aériennes de Frontier Airlines. « La décision de CAE d'offrir l'entraînement sur simulateur d'Airbus à son nouveau centre d'entraînement à Denver représente d'importantes économies pour Frontier, tout en donnant à nos pilotes d'Airbus une formation de très haute qualité. »

Frontier se joint au locataire-clé Air Wisconsin qui doit aussi former ses pilotes sur deux simulateurs de CRJ. ✨

CAE primé en Espagne

CAE, chef de fil mondial des fournisseurs de simulateurs de vol complets commerciaux, a récemment annoncé la conclusion de marchés de 25 millions de dollars avec la compagnie aérienne espagnole Iberia. Cliente de CAE depuis plus de 30 ans, Iberia a commandé un nouveau simulateur de vol complet d'Airbus A340-300, qui doit être monté dans ses installations d'entraînement à Madrid l'été prochain, ainsi que des travaux de mise à niveau sur son simulateur de vol complet de MD87/88 déjà en place, qu'elle a acheté de CAE en 1990. Le nouveau simulateur d'Airbus doit comporter un système visuel Maxvue™ Plus de CAE et être certifié aux normes d'équipement les plus rigoureuses concernant les simulateurs de vol complets. ✨

Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

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

WIN EXPORTS

AFRIQUE DE L'OUEST

Présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde, les 500 professionnels du commerce du **Service des délégués commerciaux** connaissent bien les marchés étrangers. Pour vous aider à percer sur ces marchés, notre Centre des études de marché et nos bureaux à l'étranger ont préparé plus de 600 études de marchés, disponibles gratuitement sur notre site Web. Ces études vous aideront à trouver des débouchés d'affaires à l'étranger et à mieux connaître votre marché-cible.

Nous vous offrons ici un résumé d'un marché. Pour obtenir une étude approfondie de ce marché ainsi que plusieurs autres études, rendez-vous sur notre site Web. Lorsque vous serez prêt à faire des affaires à l'étranger, utilisez notre site Web pour communiquer avec nos bureaux à l'étranger et demandez nos services personnalisés électroniquement.

www.infoexport.gc.ca

Le marché des matériaux de construction



En Afrique de l'Ouest, les bâtiments sont généralement construits plus simplement qu'en Amérique en raison du climat (zone tropicale humide), de la main-d'œuvre peu qualifiée et de la vision à court terme du marché. Parmi les principales techniques de construction utilisées en Afrique de l'Ouest, mentionnons la construction à l'aide de blocs de béton, la construction avec des briques cuites ou de la terre stabilisée ainsi que la construction d'éléments préfabriqués. Toutes ces techniques sont utilisées aussi bien dans la construction résidentielle que pour les bâtiments à vocation commerciale.

Le marché local des matériaux de construction est constitué de produits de base et de granulats. Faciles à obtenir, ces matériaux sont utilisés pour la quasi totalité des travaux de construction. En revanche, la majorité des produits de finition et des produits à haute valeur ajoutée, dont les produits

« DE L'EXPÉRIENCE À VOTRE ACTIF »

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

- Aperçu du potentiel de marché
- Recherche de contacts clés
- Information sur les entreprises locales
- Renseignements concernant les visites
- Rencontre personnelle
- Dépannage

Voir l'encart pour la liste de vos contacts pour l'industrie des produits de construction en Afrique.





Plus de 600 études de marché portant sur 25 secteurs sont disponibles à :

www.infoexport.gc.ca

électriques et de quincaillerie, sont importés.

Par sa vitalité économique, l'ouverture de son marché, ses infrastructures et son rôle de plaque tournante en Afrique de l'Ouest, la Côte-d'Ivoire constitue assurément un des marchés les plus attrayants pour les entreprises canadiennes dans cette région du monde. Le Sénégal, le Mali et le Nigéria sont au nombre des autres marchés prometteurs pour les fournisseurs canadiens.

Tendances

Bien que certains pays ouest-africains subissent toujours les conséquences de la guerre et de troubles sociaux et économiques, la majorité d'entre-eux ont entrepris des réformes économiques majeures, notamment en libéralisant les marchés et les échanges, en gérant mieux leur économie et en encourageant les activités du secteur privé. Face à ces transformations, on peut s'attendre à ce que la demande de services et de matériaux de construction augmente au fur et à mesure que les projets de construction profitent des investissements étrangers et des programmes d'aide.



Les clients ouest-africains deviennent aussi de plus en plus exigeants, ce qui crée des possibilités pour les fournisseurs de produits étrangers. L'influence grandissante du design américain et européen partout en Afrique accentue davantage ce phénomène. En outre, de nombreux projets réalisés grâce à des investissements étrangers, tels que des hôtels, des espaces de bureaux de haut de gamme et des villas de luxe, font le plus souvent appel à davantage de matériaux importés, les

produits d'origine locale étant en général de moins bonne qualité.

Débouchés

Les créneaux qui présentent les meilleures perspectives touchent des matériaux et des produits de construction de second œuvre, dont le matériel de plomberie, le matériel électrique, les matériaux de revêtement, le carrelage, les produits de quincaillerie et les équipements sanitaires. La remise à neuf d'immeubles existants, la machinerie de construction et certains services de construction figurent aussi au nombre des créneaux porteurs.

En ce qui concerne la demande de services de construction, il existe plusieurs possibilités dans le secteur de l'aménagement de terrains urbains. Les projets de conception d'édifices en hauteur ainsi que de construction d'hôtels, de centres commerciaux et de centres d'exposition requièrent souvent les services d'experts-conseils étrangers.

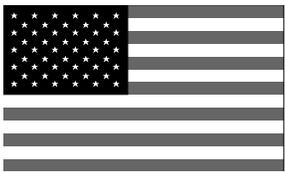
Bien qu'il existe un potentiel accru de marché, les entreprises canadiennes doivent savoir que le manque de financement adéquat pour les PME ainsi que le faible pouvoir d'achat de la majorité des pays ouest-africains limitent souvent la demande de matériaux de construction. Qui plus est, en l'absence d'un marché de masse, les possibilités les plus intéressantes à court et à moyen termes

pour les exportateurs canadiens de matériaux de construction seront vraisemblablement dans de petits marchés à créneaux ou dans le marché des matériaux de construction à faible coût.

En Afrique de l'Ouest, le Canada occupe une position relativement faible dans ce secteur. On invite les fournisseurs canadiens désireux de percer sur ces marchés à avoir recours à un partenaire, à un représentant ou à un distributeur fiable, qui connaît les réalités du marché local.

Ce marché vous intéresse?

Pour en savoir davantage sur ce marché, nous vous invitons à lire le rapport *Le marché des matériaux de construction en Afrique de l'Ouest*, produit par le Centre des études de marché. On peut obtenir gratuitement ce rapport et des centaines d'autres en consultant le site Web du Service des délégués commerciaux à : www.infoexport.gc.ca



Carrefour États-Unis

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

Nouveau rapport : débouchés auprès du gouvernement américain Avis à l'industrie du savoir

Le Service de commercialisation de l'éducation du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a récemment publié un nouveau rapport de marché détaillé sur le marché de l'« acquisition de produits et de services d'enseignement et de formation professionnelle par le gouvernement américain : aperçu des occasions d'affaires pour l'industrie du savoir du Canada ».

Le rapport renferme des renseignements sur la possibilité de conclure des contrats et l'octroi d'une aide financière aux fournisseurs canadiens de produits et de services dans le secteur de l'éducation et de la formation professionnelle, ou qui s'occupent de recherche et de développement (R et D) et réalisent des études spéciales et des analyses.

Tous les ans, le gouvernement américain dépense des milliards de dollars pour des produits et des services dans le secteur de l'éducation et de la formation professionnelle, mais il dépense encore plus pour les contrats R et D, ainsi que pour les études et analyses spéciales. Les universités canadiennes, les collèges communautaires et les instituts de technologie, les associations industrielles et les entreprises de formation du personnel commercial comptent parmi les organisations qui pourraient trouver des occasions d'affaires rentables avec le gouvernement américain.

Le rapport explique en détail le fonctionnement du système américain de passation de marchés et d'aide financière.

On y trouve également un aperçu de quelques questions relatives à la gestion des ressources humaines qui influent sur les besoins du gouvernement américain dans le secteur de l'éducation et de la formation. Un grand nombre d'occasions d'affaires ont été analysées en fonction de secteurs particuliers, y compris l'agriculture, l'environnement, les services de santé, le perfectionnement dans le domaine de l'éducation, de la gestion et de la main-d'œuvre ainsi que les transports.

Une série d'exposés et de colloques portant sur le rapport a commencé ce

mois-ci dans les villes canadiennes. Le rapport et l'information sur les colloques sont disponibles sur l'internet à : www.dfait-maeci.gc.ca/ics-cki-menu-f.asp puis cliquer sur « Quoi de neuf? » et « Série d'exposés ».

Pour tout renseignement, communiquer avec M^{me} Line Dénoimé, Service de commercialisation de l'éducation, MAECI, tél. : (613) 944-0762, téléc. : (613) 995-3238, courriel : line.denomme@dfait-maeci.gc.ca ✨

Salon international des constructeurs

National Association of Home Builders

ATLANTA (GÉORGIE) — 8-11 février 2002 — Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et le consulat général du Canada à Atlanta, en Géorgie, en collaboration avec Canadian Export Development (CED), invitent les entreprises canadiennes à exposer au pavillon du Canada.

Ce pavillon permettra aux entreprises canadiennes de présenter leurs produits et leurs services tout en exploitant les débouchés aux États-Unis. Le stand canadien offrira une excellente occasion de rencontrer des décideurs et des acheteurs importants des secteurs public et privé qui seront invités à visiter le pavillon du Canada.

Les entreprises canadiennes admissibles pourraient obtenir une aide financière au titre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du MAECI, en vue de se faire rembourser certaines dépenses, soit jusqu'à 50 % de leurs frais de déplacement et des coûts de location d'espace ou d'un stand.

Pour renseignements, communiquer avec M. Robert Grison, Canadian Export Development, tél. : (613) 825-9916, téléc. : (613) 825-7108, courriel : ccd@sympatico.ca ou avec M. Durban Morrow, délégué commercial, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : (613) 944-7486, téléc. : (613) 944-9119, courriel : urban.morrow@dfait-maeci.gc.ca ✨

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

— Suite de la page 1

Les exportateurs sont rarement payés avant la livraison du produit ou du service à l'étranger – c'est-à-dire parfois des mois ou même des années après la signature du contrat. Or, pour bien des PME, cette situation entraîne des difficultés prohibitives de trésorerie et leur fait perdre des ventes. Le PPP comble cette lacune.

Une trésorerie sans faille

En vous accordant les ressources financières voulues pour gérer vos ventes à l'exportation, le PPP vous permet de prendre les décisions audacieuses qui vous confèrent un avantage concurrentiel. Vous pouvez réaliser des ventes en sachant que vous aurez les fonds nécessaires pour couvrir vos coûts.

Votre entreprise est-elle admissible au PPP?

Si vous répondez à l'ensemble ou à la plupart des exigences suivantes, vous êtes admissible à un préfinancement dans le cadre du PPP.

- Vous êtes en train de négocier ou vous avez déjà un contrat ou une commande ferme d'un acheteur étranger.
- La CCC pourra établir une relation contractuelle avec votre acheteur.
- Votre société a déjà fabriqué ou vendu ce produit ou service auparavant.
- Vous serez payé au moyen d'une lettre de crédit acceptable ou vous êtes disposé à assurer votre créance.
- Votre entreprise peut financer au moins 10 % du coût de la commande.
- Votre entreprise est en règle avec la banque.

Les exportateurs admissibles dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 50 millions de dollars peuvent recevoir un financement atteignant 2 millions de dollars par exportateur, pour une période maximale de deux ans.

Le PPP à l'œuvre

Votre entreprise a un projet d'exportation et a besoin de fonds de roulement pour réaliser la transaction.

La CCC évalue le projet et s'assure que votre entreprise répond aux exigences fondamentales du programme. Vous présenterez alors un formulaire de demande dûment rempli.

La CCC examine la demande pour évaluer les capacités de votre entreprise et les risques de la transaction. Si la CCC est prête à appuyer la demande, elle vous enverra une lettre d'offre conditionnelle.

L'institution financière effectue une vérification et, si la demande est acceptable, elle établit une marge de crédit pour le projet.

Avant de déboursier des fonds, la CCC établit une relation contractuelle avec toutes les parties, tandis que l'institution financière comptabilise ses titres détenus sur le matériel et les travaux en cours qui sont requis pour le projet.

Le Programme de paiements progressifs

Au fur et à mesure que votre entreprise engagera des dépenses conformément aux flux de trésorerie prévus, elle présentera des demandes à la CCC pour

L'acheteur verse l'argent à la CCC en paiement de cette créance.

Lorsqu'elle aura reçu le paiement, la CCC déduit ses honoraires et transmet le solde à l'institution financière.

L'institution financière impute la somme à la marge de crédit. Tout montant dépassant cette marge de crédit n'est pas couvert par le PPP et sera traité selon les formules de crédit convenues

entre votre entreprise et l'institution financière.

Pour en savoir plus sur le PPP

Pour communiquer avec la CCC, il suffit de lui téléphoner, d'accéder à son site internet ou de lui envoyer un courriel. Son équipe se fera un plaisir de discuter en détail de vos besoins de préfinancement.

Tél. : 1 (800) 748-8191 (au Canada)

Tél. : (613) 996-0034 (Ottawa)

Télé. : (613) 995-2121

Courriel : ppp@ccc.ca

Internet : www.ccc.ca 🇨🇦

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

NOS PARTENAIRES FINANCIERS INTERNATIONAUX POUR L'EXPORTATION

- Banca Commerciale Italiana
- Banque Canadienne Impériale de Commerce
- Banque Canadienne de l'Ouest
- Banque HSBC Canada
- Banque Laurentienne du Canada
- Banque de Montréal
- Banque de Nouvelle-Écosse
- Banque Nationale de Paris
- Banque Nationale du Canada
- Banque Royale du Canada
- Banque Toronto-Dominion
- Caisse centrale Desjardins
- Credit Union Central of Ontario
- Trade Finance Inc.
- Saskatchewan Cooperative Financial Services Ltd.
- Sherwood Credit Union
- Société Générale
- So-Use Credit Union
- State Bank of India

prélever des fonds sur la marge de crédit établie.

La CCC étudie chaque demande de débit et, après l'avoir approuvée, autorise l'institution financière à débloquer les fonds pour votre entreprise.

Votre entreprise expédie les produits à l'acheteur, ce qui engendre une créance.



Au moment où les terroristes essaient de faire reculer le monde de plusieurs siècles et de le ramener à une époque où régnaient la haine et la peur, l'évolution vers la mondialisation se poursuit : un avenir brillant se dessine, où tous les intervenants auront leur place et qui est très prometteur pour tous les Canadiens.

d'envoyer sur la lune une capsule habitée avant la fin de la décennie. Les possibilités techniques ont été secondées par un programme appelé « Double Star » qui sera réalisé en collaboration avec l'Agence spatiale européenne. Je dois dire que le mot « star » me plaît. Peut-être pourrions-nous convaincre les responsables du projet de

Montréal, la Banque Royale du Canada, la Banque HSBC Canada et la Banque Nationale du Canada. Le gouvernement de la Colombie-Britannique est lui aussi un actionnaire de Northstar. Tous les prêts de Northstar sont assurés par la Société pour l'expansion des exportations (SEE).

À long terme, naturellement, les partenaires les plus importants pour Northstar seront ses clients, entrepreneurs qui dirigent des sociétés d'exportation nouvelles et en croissance et qui peuvent utiliser les services de base que nous offrons, c'est-à-dire un financement à moyen terme de 100 000 \$ à 5 millions de dollars et un plan de financement en gros.

M. Mike Moore, de l'OMC, a déclaré que

la décision d'admettre la Chine dans l'OMC était « un moment privilégié dans l'histoire de la coopération entre les nations ».

Je suis tout à fait d'accord. Et nous allons demeurer présents pour nos clients et continuer de bâtir un monde plus ouvert et plus prospère, quoiqu'on fasse pour le paralyser.

Pour plus de renseignements sur Northstar, communiquer avec M. Scott Shepherd, tél. : 1 (800) 663-9288, courriel : s.shepherd@northstar.ca internet : www.northstar.ca 🌟

Le commerce : un outil et non une arme

par Scott Shepherd, PDG de Northstar Trade Finance Inc.

Par exemple, pour évoquer un point très positif, après 15 années de négociations ardues, un accord a enfin été conclu pour ce qui est de l'entrée de la Chine au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Il s'agit là d'un résultat très important — non seulement d'« un moment historique dans la jeune existence de l'OMC », comme l'a dit un porte-parole, mais aussi, selon les propos du négociateur en chef de la Chine, M. Long Yongtu, d'« une victoire pour le monde entier ».

Il n'y a pas lieu de s'étonner qu'il ait fallu si longtemps pour faire entrer dans le système des échanges mondiaux un pays qui compte le quart de la population de la planète. Pour accomplir cet exploit, il a fallu se pencher sur diverses questions d'une grande complexité. Pourtant, comme l'a souligné M. Long avec satisfaction, « un processus de 15 ans n'est qu'un clin d'œil dans l'histoire de la Chine, qui a 5 000 ans ». Je crois fermement que nous pourrions constater les avantages pour tous les partenaires commerciaux, non seulement pendant quelques années, mais pendant des décennies à venir.

Naturellement, tous les Canadiens observent la guerre qui se livre actuellement contre la peur et ils y participent. Il peut être difficile de ne penser qu'aux espoirs de l'avenir, aussi brillant soit-il, mais le commerce international a toujours une perspective à long terme et, aujourd'hui plus que jamais, son attention est fixée sur les relations qui, de bien des façons, sont en train d'être renforcées par le nouveau défi mondial.

En octobre dernier, la Chine a annoncé un projet de sonde lunaire, dans le but

le nommer plutôt « Northstar » parce que l'esprit d'innovation et de coopération est précisément l'objectif de Northstar.

L'an dernier, nous avons accueilli dans l'équipe de Northstar, CDP Capital International, qui est la filiale internationale de la Caisse de dépôt et placement du Québec. Ce nouveau membre de Northstar est le bienvenu parmi les partenaires que nous nous sommes donné beaucoup de mal à réunir : la Banque de



M. Scott Shepherd,
PDG de Northstar

La SEE annonce les lauréats des bourses d'études internationales 2001

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a nommé 21 récipiendaires des bourses d'études internationales de cette année.

Ces bourses sont attribuées aux meilleurs étudiants en commerce international, relations internationales, économie et finance dans 18 universités du Canada. Ces étudiants reçoivent une bourse (3 000 \$ pour les étudiants de premier cycle et 5 000 \$ pour ceux d'études supérieures) ainsi qu'un stage de travail à la SEE.

Pour plus de détails sur les lauréats, cliquer sur : www.edc-see.ca/docs/news/2001/10-16-01_e.htm

Instaurées en 1999, les bourses d'études internationales sont décernées aux candidats suivant certains critères comprenant l'esprit d'initiative et le leadership, les résultats universitaires et l'intérêt pour l'apprentissage des langues.

Les bourses d'études internationales sont offertes dans le cadre de la Stratégie éducation et emploi jeunesse de la SEE dont le mandat est de renforcer une culture de l'exportation au Canada. Au moyen de son programme de bourses d'études, de cours magistraux avec des conférenciers invités, d'études de cas et de sa participation à des activités axées sur l'éducation et les jeunes, la SEE sensibilise ces derniers aux défis et aux possibilités propres au commerce international.

Pour plus de renseignements sur la Stratégie éducation et emploi jeunesse et sur les bourses d'études internationales, communiquer avec M. Euis Dougan-McKenzie, représentation générale, SEE, tél. : (416) 640-7623, courriel : edougan-mckenzie@edc-see.ca internet : www.edc-see.ca/youth 🌟

— Suite de la page 1

deux à trois ans qui suivent l'accèsion; ainsi que la création de filiales en propriété exclusive étrangère dans les deux à cinq ans. Les restrictions géographiques actuellement en vigueur dans plusieurs secteurs clés (les télécommunications, les banques, l'assurance et la distribution) seront éliminées peu à peu en cinq ou six ans.

La Chine a pris d'autres engagements de taille visant à aplanir près de 400 obstacles non tarifaires, notamment les licences d'importation, les contingents et les conditions relatives aux soumissions, ainsi qu'à améliorer l'administration du commerce international en général. Par exemple, les lois et les règlements de nature commerciale seront publiés rapidement et ce, dans une des langues officielles de l'OMC — l'anglais, le français ou l'espagnol.

Les décisions touchant le commerce qui sont prises par des instances administratives chinoises seront soumises par ailleurs à un contrôle judiciaire impartial. Les nouvelles normes de produits seront compatibles avec la pratique internationale et le pays éliminera les conditions relatives à l'exportation, au change et au contenu local imposées aux investisseurs étrangers. En outre, et c'est particulièrement important pour les exportateurs canadiens de la haute technologie, la Chine renforcera la protection accordée aux droits de

propriété intellectuelle en modifiant ses lois de manière à les rendre conformes à l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) de l'OMC.

Les entreprises canadiennes qui souhaitent investir dans la plupart des secteurs

d'au plus 25 % sera autorisée dans des entreprises chinoises qui assurent des services mobiles, et ce maximum passera à 49 % en 2004.

Les restrictions géographiques seront éliminées en 2007. Les firmes détenues en partie par des étrangers pourront investir

La Chine dans l'OMC

de services en Chine (excepté l'assurance, les banques, les agences de voyages, le transport de marchandises, la location et le crédit-bail, l'inspection et les vérifications techniques) ne seront pas assujetties aux conditions relatives à l'actif mondial minimum ou au taux de rotation minimum, ni aux modalités minimales de capitaux applicables aux coentreprises chinoises établies avec des étrangers.

Télécommunications — Entre 2002 et 2008, la Chine assouplira les restrictions de nature géographique ou touchant l'investissement dans ce secteur, ce qui ouvrira des villes dans tout le pays où des sociétés partiellement étrangères pourront exercer leurs activités et accroître leur plafond d'investissement étranger. Au début, une participation étrangère

dans des entreprises qui fournissent des services de communications téléphoniques et numériques sur ligne fixe à partir de 2005, les restrictions géographiques disparaissant au plus tard en 2008; au cours de cette période, le plafond d'investissement étranger sera élevé de 25 % à 49 %.

En outre, les tarifs douaniers sur les importations baisseront : par exemple, le droit de 13 % frappant l'équipement téléphonique (SH 8517) sera éliminé en 2004. Le Canada y a exporté pour 270 millions de dollars de ces produits en 2000.

Agriculture — Grâce à l'accèsion de la Chine à l'OMC, les exportateurs agricoles canadiens obtiendront un meilleur accès au marché chinois. Un contingent

Voir page 12 – La Chine



Concessions de la Chine visant certaines marchandises — produits industriels

Produit		Tarif actuel de la NPF, %	Tarif final de la NPF, %	Année d'application du tarif final	Exportations canadiennes – 2000	Autres concessions
Appareils électriques pour la téléphonie	SH 8517	13	0	2004	270,0 millions \$	
Circuits intégrés	SH 8542	6	0	dès l'accèsion	85,0 millions \$	
Diverses parties de véhicules automobiles	SH 87089990	40	10	2005	491,5 millions \$	
Câbles de filaments d'acétate de cellulose	SH 55020010	10	3	2004	129,0 millions \$	Élimination des contingents et de l'exigence concernant les licences d'importation éliminées dès l'accèsion.
Éthylène glycol	SH 29053100	12	5,5	2004	252,5 millions \$	
Polyéthylène	SH 39011000	16	6,5	2008	179,7 millions \$	
Chlorure de potassium	SH 31042000	3	3	dès l'accèsion	405,4 millions \$	Élimination des contingents et de l'exigence concernant les licences d'importation dès l'accèsion.
Papier et cartons Kraft	SH 4804	14	3 ¹	2004	57,9 million \$	

¹ Droit de douane moyen simple lorsque les marchandises visées par le poste spécifié font l'objet de taux différents.

La Roumanie passe au numérique

En Roumanie, le secteur de la technologie de l'information et de la communication (TIC) est un marché émergent qui a un énorme potentiel. Malgré les difficultés économiques considérables qui s'annoncent, le nouveau gouvernement progressif de la Roumanie prépare sa main-d'œuvre spécialisée dans les technologies de l'information à l'entrée du pays dans l'Union européenne (UE) et, par le fait même, dans une économie mondiale numérique.

La connexion UE

Le gouvernement roumain procède actuellement au renouvellement de son infrastructure de TI pour des raisons aussi bien politiques qu'économiques.

Premièrement, une tradition de politiques restrictives a gêné le développement économique de la Roumanie, ce qui a forcé les 5 000 spécialistes qui sortent chaque année des universités roumaines à quitter le pays pour aller à Silicon Valley. Le mouvement vers le commerce électronique va attirer l'investissement étranger et faire cesser l'exode des cerveaux.

Deuxièmement, selon les directives de l'UE, les services gouvernementaux doivent être accessibles en ligne en 2003.

À cette fin, le gouvernement a commencé à jeter les bases juridiques, réglementaires et techniques qui vont faire entrer la Roumanie dans la société de l'information.

Nouveau ministère

Le nouveau ministère des Communications et des Technologies de l'information (MCTI) a présenté des projets de loi en ce qui a trait aux signatures numériques, à la fraude et au commerce électronique, et l'on a créé un organisme de réglementation chargé de surveiller la libéralisation du service des télécommunications et du service postal.

De dire M. Dan Nica, chef du MCTI : « Le commerce électronique et l'accès électronique en direct aux services publics et aux lois sont les nouveaux mots d'ordre. Notre ministère agit rapidement pour aider les PME du secteur des TIC à faire la transition vers une économie numérique concurrentielle. Le facteur temps est déterminant, parce que chaque mois qui passe nous coûte des débouchés perdus. »

Projets gouvernementaux

Le Groupe pour la promotion de la technologie de l'information, présidé par le premier ministre de la Roumanie, a mis sur pied 24 projets internet, qui doivent être réalisés au cours des cinq prochaines années. Il y a, parmi ces projets, celui de donner accès à l'internet à plus de 17 000 écoles, le lancement du « Portail de la Roumanie » (Romania Gateway), un portail internet faisant la promotion des débouchés commerciaux du pays et une plate-forme électronique pour la tenue de référendums.



Aperçu du marché

En 1999, la valeur estimative du marché roumain des TI était de 227 millions de dollars américains. Le matériel représentait 75 % et le logiciel et les services, le reste.

La pénétration des téléphones mobiles a augmenté de 168 %. Les experts de ce secteur prévoient que la Roumanie utilisera cette année 3,6 millions de téléphones mobiles.

Ordinateurs — Les ventes globales de PC ont augmenté de 14 % en 2000. Les ventes d'ordinateurs portatifs sont demeurées bonnes, mais les ventes d'ordinateurs de table représentaient 90 % du marché. La proportion d'entreprises clientes a atteint 53 %. Les experts prévoient un modeste taux de croissance annuelle de 12 % des ventes de PC jusqu'en 2005.

Intel domine les ventes (93,1 %), dont la moitié étaient des systèmes de milieu et de haut de gamme (d'une valeur dépassant 25 000 dollars américains).

Logiciel — L'impartition de la production de logiciels est incontestablement le

principal point fort de la Roumanie dans le domaine des TI : la valeur des exportations de logiciels a atteint 30 millions de dollars américains en 1999, c'est-à-dire trois fois la valeur de 1997.

Internet — L'utilisation de l'internet a augmenté de 15 % en deux mois, après que Romtelecom (société de télécommunications nationale) eut réduit de 50 % le coût d'accès commuté pendant la journée. Environ 40 % des ménages et 35 % des entreprises ont accès à l'internet.

Les clubs internet sont un phénomène croissant en Roumanie. On en compte environ 1 000 à Bucarest, 500 à Cluj et 300 à Constanta.

Services financiers — Les institutions financières suivantes offrent maintenant des services bancaires électroniques :

- Banque Tiriac
- Bank Austria Ceditanstalt Romania (BA/CA Romania)
- DemirBank Romania SA (services bancaires « m » basés sur le WAP)
- Banque commerciale de Grèce (BCG)

Principaux intervenants

Bien que le marché du matériel soit dominé par de grands noms comme Compaq Romania (16,6 % des ventes d'ordinateurs), HP et IBM, c'est dans le secteur roumain du logiciel que l'on peut voir les véritables exemples de réussites. Voici les entreprises chefs de file du marché :

- **Softwin (www.softwin.ro)** — s'est déjà fait un nom avec des produits comme AntiVirus eXpert et RoDactilo et a élaboré un autre produit appelé Web Call, qui est un outil de recherche performant sur l'internet.
- **RDS [Romanian Data Soft] (www.datasoft.ro)** — se spécialise dans le développement d'architectures de réseaux client/serveur.
- **Scala Business Solutions SRL (www.scala.ro)** — offre aux entreprises des solutions de gestion du commerce électronique (eBMS).
- **SoftNet (www.softnet.ro)** — élabore actuellement une galerie marchande en ligne et a déjà lancé trois portails de sites internet : www.kappa.ro, www.apropo.ro et www.rol.ro
- **PCNet (www.pcnet.ro)** — élabore actuellement le premier portail de commerce B2B pour les entreprises locales.
- **Mobifon (www.connex.ro)** — offre des services WAP, des forums mobiles et

Voir page 11 – Roumanie

Le régime de soins de santé tchèque s'est transformé radicalement depuis dix ans. L'assouplissement des règles touchant le commerce international a permis d'attirer vers le pays des entreprises de soins de santé, qu'elles soient internationales, multinationales ou privées, et des produits étrangers sur son marché. Les importations de produits pharmaceutiques en République tchèque ont ainsi atteint 1 milliard de dollars en 1999.

Aperçu du marché

Les soins de santé en République tchèque sont financés par des sociétés d'assurance-santé et par l'État. Une cotisation du salaire brut par les employés et par les employeurs sert à financer le régime universel de soins de santé. Les dépenses en santé représentaient 8 % du PIB du pays en 1999, soit une hausse sur les 6 % de 1990.

Médicaments — La population tchèque, qui compte 10,2 millions de personnes, a consommé pour 1,5 milliard de dollars de médicaments en 1999 dont 20 % étaient contre les troubles cardiaques, 13,6 % pour des problèmes gastrointestinaux et 11 % pour des troubles neurologiques, et 10,2 % pour des antibiotiques et des agents chimiothérapeutiques.

Les analgésiques, les médicaments contre le rhume et la grippe, de même que les vitamines (surtout B et C), étaient les plus populaires du côté des produits en vente libre. Les suppléments alimentaires naturels et homéopathiques, les minéraux et les produits de spécialité, les enzymes par exemple, sont aussi bien vendus.

Roumanie — Suite de la page 10

des services de courrier électronique. Son partenaire au Canada est Microcell Inc.

- **Teleglobe Inc.** (www.teleglobe.ca) — entreprise canadienne, offre des solutions complètes aux fournisseurs roumains de services internet.

Pour renseignement, communiquer avec M^{me} Corina Stanescu, adjointe commerciale, ambassade du Canada à Bucarest, tél.: (011-40-1) 307-5093, téléc.: (011-40-1) 307-5015, courriel : corina.stanescu@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/bucharest 🌟

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)

Équipement médical — Les 40 fabricants tchèques dominant le marché produisent des équipements peu perfectionnés.

Débouchés

Médicaments — La plupart des médicaments fabriqués en ce pays sont génériques. Les importations de médicaments brevetés devraient s'accélérer avec la libéralisation du commerce international.

Les produits de santé en République tchèque

Un marché ouvert

Équipement médical — Il existe une demande pour des produits étrangers innovateurs offerts à prix concurrentiels. Le pays est déjà un gros importateur de seringues, d'aiguilles, de cathéters et d'équipement diagnostique moderne. Les importations sont passées de 290 millions de dollars en 1999 à 335 millions en 2000, essentiellement au chapitre des instruments médicaux, chirurgicaux et dentaires (55 %), suivis d'appareils orthopédiques (26 %) et de radiographie (12 %).

La plus grande partie (80 %) des appareils de radiographie utilisés est de fabrication tchèque, mais le régime devra importer davantage d'équipement de pointe pour respecter la loi n° 18/1997, qui régleme l'emploi de l'énergie nucléaire et des rayonnements ionisants dans les établissements médicaux.

L'accès au marché

Tout produit pharmaceutique doit être enregistré avant d'être vendu en République tchèque. Le mécanisme de contrôle des prix (« prix plafond ») qui est en place sera graduellement éliminé d'ici deux ans pour les médicaments en vente libre.

Il est essentiel pour l'exportateur de se trouver un agent, un distributeur ou un partenaire local qui puisse servir d'interprète, aussi bien pour les questions de langue que pour la culture des affaires; et qui possède souvent en plus des liens avec la République slovaque.

Le distributeur peut aider l'exportateur à adapter ses stratégies au marché local tout en se chargeant de certaines formalités administratives. S'il existe 300 distributeurs inscrits en République tchèque, en fait 8 entreprises contrôlent 90 % du marché pharmaceutique.

Principaux concurrents

Plusieurs multinationales ont investi dans des sociétés pharmaceutiques tchèques : U.S. IVAX a fait l'acquisition de Galena; Ferring a acquis une partie de Leciva (entreprise tchèque possédant 11 % du marché local); ICN Pharmaceuticals a privatisé VUAB; Lachema s'est trouvé un partenaire stratégique croate, Pliva. Malgré le

nombre croissant de sociétés étrangères, Leciva et Slovakofarma (de Slovaquie) jouent encore un rôle de premier plan.

Médicaments — Les produits pharmaceutiques sont importés principalement d'Allemagne (18 %), de France (12 %), de Suisse (10 %), d'Italie, de Belgique, des Pays-Bas, de Slovénie, des États-Unis et d'Autriche.

En tout, on a importé pour 15 millions de dollars de vitamines et provitamines d'Allemagne (37 %), d'Autriche (17 %), de Slovaquie (16 %), de France (15 %) et de Suisse.

Apotex (www.apotex.com/) et **Rougier Bio-Tech Ltd.** sont les entreprises canadiennes les plus florissantes sur le marché tchèque. Des vitamines, des minéraux, des produits naturels et des suppléments alimentaires sont importés du Canada, de **Swiss Natural Sources**, de **Profitness**, de **Vita Health** et de **Trophic**.

Équipement médical — Avec 17 % des importations, les États-Unis sont le premier partenaire commercial de la République tchèque, suivis de l'Allemagne (16 %).

MDS Nordion (www.mds.nordion.com/) est le fournisseur d'équipement canadien qui connaît le plus de succès en République tchèque.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Ilona Boldova, agente de commerce, ambassade du Canada à Prague, tél.: (011-420-2) 7210-1864, téléc.: (011-420-2) 7210-1894, courriel : ilona.boldova@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/prague/ 🌟

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)

Collaboration à trois

La coopération avec des pays tiers et les entreprises japonaises

La promotion de la coopération avec des pays tiers — coopération qui est une alliance stratégique entre des entreprises de deux pays donnés et des entreprises d'un troisième pays — est depuis plusieurs années une caractéristique commune de la collaboration économique du gouvernement fédéral du Canada avec le Japon.

Les projets de coopération de ce genre peuvent prendre la forme de projets de capital de risque, d'octroi de licence, d'ententes d'impartition ou de passation de marché, de programmes conjoints de R&D ou de partenariats commerciaux ou technologiques. La construction de centrales énergétiques à charbon en Asie du Sud-Est offre un excellent exemple de ce type de coopération dynamique, dont plusieurs entreprises canadiennes ont profité directement.

L'entente formelle sur la coopération avec des pays tiers a été annoncée pendant la visite au Japon en novembre 1996 de M. Art Eggleton, à l'époque ministre du Commerce international. Dans le cadre de cette entente, le Canada et le Japon ont convenu d'échanger de l'information sur des projets d'infrastructure et



autres du secteur privé, réalisés sur les marchés de pays tiers, de promouvoir le développement de partenariats de coopération commerciale entre les entreprises canadiennes et les entreprises japonaises et de soutenir les initiatives du secteur privé.

Les projets de coopération avec des pays tiers pourraient comprendre :

- la promotion de partenariats entre des entreprises canadiennes et des entreprises japonaises sur des projets d'infrastructure publique financés et exploités par le secteur privé;
- la participation à des contrats commerciaux japonais financés par l'Aide publique au développement (APD) et exécutés par les pays bénéficiaires avec une aide non liée;

- la collaboration et la coordination entre le Canada et le Japon sur des projets d'APD exécutés par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et l'Agence japonaise de coopération internationale (Japanese International Co-operation Agency — JICA);
- la présentation de soumissions conjointes sur des projets financés par des institutions financières internationales (IFI) ou d'autres projets de partenariats commerciaux.

Pour plus de renseignements sur la collaboration avec des entreprises japonaises dans des projets de coopération avec des pays tiers, communiquer avec M. James Kim, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2974, téléc. : (613) 944-2397, courriel : james.kim@dfait-maeci.gc.ca 🌟

La Chine se joint à l'OMC — Suite de la page 9

d'importation pour l'huile de canola sera remplacé par un contingent tarifaire administré par la Chine avec transparence, prévisibilité et uniformité selon un calendrier spécifique et clair. Les volumes d'importation intra-contingent passeront à plus de 1,1 million de tonnes en 2005 (les importations s'étaient chiffrées à 75 000 tonnes en 2000), après quoi le contingent tarifaire sera supprimé. Au cours de cette période, le tarif extra-contingent sera ramené de 100 % à 9 %, ce qui profitera directement aux exportateurs canadiens, qui ont vendu pour plus de 34 millions de dollars d'huile de canola à la Chine en 2000.

Les exportateurs de blé dur bénéficieront aussi de l'introduction d'un contingent

tarifaire transparent, car les volumes intra-contingent seront portés à 9,6 millions de tonnes d'ici 2004 (les importations avaient totalisé seulement 0,9 million de tonnes en 2000). Les exportations de blé dur canadien en Chine étaient évaluées à 124 millions de dollars en 2000.

Un engagement à long terme

La Chine aura besoin d'un certain temps pour intégrer à son régime commercial les principes de l'OMC, axés sur des règles. La libéralisation des échanges convenue par la Chine s'effectuera graduellement au cours de la prochaine décennie. L'adhésion à l'OMC ne transformera pas le commerce avec la Chine du jour au lende-

main : des contacts solides en sol chinois, des études de marché rigoureuses et une diligence raisonnable restent les principaux ingrédients du succès.

Il est évident, toutefois, que l'accession à l'OMC aura pour effet d'assouplir considérablement la réglementation de la Chine en matière de commerce et qu'elle créera des débouchés pour les exportateurs et les investisseurs canadiens.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Andrew Smith, direction de la Chine, MAECI, tél. : (613) 992-6129, téléc. : (613) 943-1068, courriel : andrew.smith@dfait-maeci.gc.ca 🌟

(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 ».)

Voici l'essentiel d'un article paru dans le numéro du 25 juin de *Plant* (www.plant.ca), revue de l'industrie canadienne. L'auteur, M. Mark Drake, CITP (Canadian Industrial TEMPEST Program), est le président de *Corsley Inc.* et conseiller principal auprès des *Manufacturiers et exportateurs du Canada* (www.cme-mec.ca). On peut le joindre à l'adresse suivante : corsley@sympatico.ca

Dans le sillage des manifestations qui ont eu lieu à Québec, à Seattle et à Prague, il est grand temps que le secteur des affaires au Canada explique que le libre-échange, même s'il n'est pas parfait, offre une solution beaucoup plus avantageuse pour tout le monde (y compris pour les populations des pays en développement) que la stagnation qu'engendre le protectionnisme. Voici 10 notions qui aideront le lecteur à saisir et à transmettre le message.

1) Emploi et prospérité. Au Canada, au moins un emploi sur trois dépend des exportations, et plus de 85 % de nos exportations sont acheminées vers les pays qui sont nos partenaires de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). C'est une des raisons pour lesquelles notre taux de chômage est à son point le plus bas depuis 25 ans. En fait, le libre-échange revêt une importance cruciale pour le Canada. Près de la moitié de

notre richesse provient du commerce international (46 % du PIB, proportion qui n'était que près de 25 % avant l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'ALENA).

2) Accès aux marchés. L'objet des accords commerciaux est l'élimination des barrières tarifaires et non tarifaires en vue de donner aux entreprises un meilleur

pour que les nombreuses entreprises de taille moyenne puissent prospérer et créer des emplois. Il faut que ces entreprises prennent une expansion internationale.

5) Règles du jeu. Le libre-échange, qu'il soit régi par l'Organisation mondiale du commerce, par l'ALENA ou par l'éventuelle Zone de libre-échange des

Les avantages du libre-échange

accès aux marchés et d'accroître les débouchés commerciaux. Ces mesures ont pour effet d'améliorer la situation économique aussi bien dans les pays développés que dans ceux en développement.

3) Programmes sociaux. Un secteur privé vigoureux assure le financement de programmes sociaux et d'éducation (au moyen des impôts sur le revenu des particuliers et des entreprises); or, près de la moitié des revenus générés par ce moyen proviennent du commerce international.

4) Taille du marché canadien. Un marché de 31 millions d'habitants est trop petit

Amériques, a trait aux règles de base pour l'accès aux marchés hors frontières et à la protection de la propriété intellectuelle et des investissements. Ces règles ont une importance critique pour le succès des entreprises, en particulier pour les pays qui ont moins de poids économique, comme le Canada.

6) Aide aux pauvres. Le libre-échange contribue à relever le niveau de vie, à mesure que s'améliore l'économie des pays en développement. Par exemple, il est possible que le Mexique soit encore aux prises avec des problèmes régionaux et que ce ne soit pas toute sa population qui bénéficie de sa richesse accrue, mais son économie a énormément progressé depuis qu'il fait partie de l'ALENA.

7) Protection de l'environnement. À mesure que les gens ont un niveau de vie qui augmente avec le volume des échanges commerciaux, ils veulent une eau plus propre et de l'air plus pur, et ils ont les ressources nécessaires pour payer ces biens. L'étude bien connue de Kruger et Grossman a montré que les niveaux de pollution commencent à diminuer quand le revenu par habitant atteint environ 12 500 \$.

8) Normes de travail. Les pays en développement se méfient des accords touchant le travail dans lesquels les normes de travail des pays développés leur sont imposées avant qu'ils ne soient prêts, et les empêchent d'être concurrentiels. L'Organisation internationale du travail devrait assurer le leadership dans ce domaine.

Voir page 14 – Le libre-échange

Export Alerte!: une initiative canadienne

Le *Conseil canadien des normes* a conclu le mois dernier une entente avec le *National Institute for Standards and Technology (NIST)* du département du Commerce des États-Unis, l'engageant à offrir aux citoyens américains son programme *Export Alerte!*

Les exportateurs canadiens qui bénéficient gratuitement d'*Export Alerte!* depuis près de trois ans sont automatiquement avisés des projets de règlement à l'étranger qui sont susceptibles de toucher leurs produits.

De nombreux Canadiens abonnés à *Export Alerte!* ont, depuis le 1^{er} novembre 2001, le privilège de profiter d'une version enrichie de ce service. Ils peuvent à présent :

- recevoir automatiquement, électroniquement, des avis de modification ou de nouveaux règlements proposés par les gouvernements membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC)
- choisir les domaines particuliers qui

les intéressent

- choisir leurs pays
- se procurer le texte intégral de ces projets de règlement
- émettre leur opinion

Export Alerte! compte parmi les nombreux services offerts par le Conseil canadien des normes. **Pour s'abonner** ou modifier son choix, cliquer sur www.scc.ca/exportalert/index_f.html

Le Conseil canadien des normes a pour mission d'encourager une normalisation volontaire et efficace au Canada. Il coordonne, en outre, en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, le Point d'information *OMC/ALENA*, dans lequel est compris le service *Export Alerte!*

Pour en savoir plus, communiquer avec M^{me} Isabelle Delage, coordonnatrice, Point d'information, tél. : (613) 238-3222, poste 491, courriel : idelage@scc.ca 🌟

EXPO COMM 2002

MEXICO, MEXIQUE — 12-15 février 2002 — **EXPO COMM** est l'événement annuel le plus important dans le secteur des télécommunications. L'an dernier, plus de 28 000 visiteurs, dont 300 exposants représentant 17 pays, ont participé à l'événement. Selon le sondage effectué auprès des visiteurs, plus de 90 % d'entre eux avaient autorité en matière d'acquisition de produits et de services en télécommunications.

Le marché mexicain des télécommunications offre d'intéressants débouchés. Malgré le ralentissement de l'économie mexicaine, le secteur des télécommunications doit afficher une croissance de l'ordre de 18 % cette année, d'après le ministre mexicain des Communications et des Transports, M. Pedro Cerisola. Un des objectifs du gouvernement de la présente

administration est de parvenir à une connectivité numérique haute technologie pour la plus grande partie de la population mexicaine. Mexico, avec une population de près de 100 millions d'habitants, ne possède que 13 lignes téléphoniques fixes par 100 résidents, un des taux de téléindépendance les plus bas en Amérique latine. Le nombre de téléphones cellulaires dépasse déjà le nombre de téléphones conventionnels et devrait atteindre une concentration d'environ 15 millions en l'an 2003.

Pour connaître les débouchés dans ce secteur, consulter l'étude récente intitulée *Le marché des télécommunications au Mexique* disponible sur l'internet à www.infoexport.gc.ca

Les entreprises sont invitées à exposer au pavillon canadien. Les avantages de participer à la foire sous la bannière canadienne sont :

- Services clé en main

- Conseils stratégiques par des agents commerciaux de l'ambassade du Canada
- Possibilité de présenter vos produits et vos services à un colloque organisé par l'ambassade pour les gens d'affaires locaux, sans frais supplémentaires
- Réseautage avec les sociétés mexicaines visées

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Gilles Tassé, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 995-0460, téléc. : (613) 996-6142, courriel : gilles.tasse@dfait-maeci.gc.ca ou M. Ken Yokoyama, gestionnaire principal, Direction du développement des affaires internationales, Industrie Canada, tél. : (613) 990-0871, téléc. : (613) 990-3858, courriel : yokoyama.ken@ic.gc.ca ou consulter www.expo-comm.com/latin/mexico.html 🌟

Natural Products Europe

LONDRES, ANGLETERRE — 7-8 avril 2002 — Le haut-commissariat à Londres invite les entreprises canadiennes à participer à **Natural Products Europe** (www.naturalproducts.co.uk).

Aujourd'hui fermement établie en Angleterre comme foire commerciale la plus importante pour les aliments naturels et les aliments biologiques — secteurs en rapide expansion — **Natural Products Europe** est devenue le plus grand rassemblement d'entreprises de produits naturels et biologiques au Royaume-Uni (R.-U.). Un grand nombre d'exposants étrangers sont attendus à cette exposition. Comme les aliments transgéniques constituent un thème très important au programme et que les médias parlent beaucoup de la conservation de la santé par des produits naturels, le moment ne peut être mieux choisi pour faire part de cette industrie.

Au R.-U., le marché des aliments biologiques a un solide taux de croissance de 40 % par an. Une forte hausse de la demande tant de produits de base (fruits, légumes et viande) que de repas prêts-à-manger, de sauces, de collations et d'autres aliments et boissons transformés, a rendu nécessaire pour le R.-U. d'importer jusqu'à 70 % de produits alimentaires pour ses besoins. On a assisté à l'apparition d'un certain nombre de secteurs connexes, tels que les suppléments alimentaires destinés aux

athlètes, les aliments fonctionnels, les soins corporels, l'aromathérapie, les produits ménagers et écologiques ainsi que les vêtements et les tissus. Le secteur des vitamines, des minéraux et des suppléments alimentaires est lui aussi devenu important dans le marché spécialisé des aliments de santé.

La foire commerciale **Natural Products Europe** n'est pas seulement un moyen de présenter des produits mais est devenue aussi un élément essentiel de la vente dans cette industrie, pour faire des affaires et établir des contacts et des relations sociales. On encourage les entreprises canadiennes à y participer.

Pour plus de renseignements, joindre M^{me} Deanne Steven ou M. Ros Burridge, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6619/6652, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : deanne.steven@dfait-maeci.gc.ca ou courriel : ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca 🌟

LA FOIRE COMMERCIALE CANADIENNE EN CROISIÈRE

PORTO RICO, SAINT-THOMAS, ANTIGUA, SAINT-MARTIN, SAINTE-LUCIE et BARBADE — 2-9 mars 2002 — Si vous avez raté le bateau la première fois, il est encore temps de monter à bord de l'exposition flottante **Canadian Trade Show on Board**. La croisière fera escale dans six îles des Caraïbes où seront mis en vedette les produits du secteur canadien des aliments et boissons et de celui de la construction et du bâtiment. Les amarres devaient à l'origine être larguées à la fin novembre ou au début décembre 2001, mais le départ a été reporté à mars 2002.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Robert Grison, directeur des Opérations, Canadian Export Development Inc., tél. : (613) 825-9916, téléc. : (613) 825-7108, courriel : cced@sympatico.ca 🌟

Le libre-échange — Suite de la page 13

9) Le libre-échange fonctionne dans les deux sens. Le libre-échange sert à ouvrir notre marché (davantage que ce que nous faisons en ce moment dans certains domaines) pour permettre à nos partenaires commerciaux d'exporter au Canada, de sorte que nous puissions goûter aux produits de partout dans le monde.

10) Les petites entreprises ont leur importance. Environ 70 % de nos exportateurs de biens et de services sont des petites entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 1 million de dollars. Les accords de libre-échange leur ouvrent d'énormes possibilités commerciales, et elles sont les principales sources de création d'emploi pour les Canadiens. 🌟

Salons et conférences au calendrier

Pour plus de détails sur les événements ci-dessous, voir *canadexport* en direct à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».

BAHRAIN — 14–17 janvier 2002 — La foire commerciale et la conférence **Bahrain Naval & Maritime 2002** est le premier salon international du genre axé sur le secteur naval et maritime tenu au Moyen-Orient. Elle s'ajoute aux foires de la défense aérienne et continentale déjà établies dans la région du Golfe.

MUMBAI, INDE — 21-26 janvier 2002 — **ELECRAMA** est la plus grande foire commerciale de produits de l'électricité, de l'électronique professionnelle et de produits analogues en Asie et au Moyen-Orient. L'exposition présentera une grande gamme de produits, de matériaux bruts et de systèmes d'essai, — à l'exception de l'électronique de divertissement.

BANGALORE, INDE — 29 janvier–1^{er} février 2002 — **Componex/ElectronicIndia 2002**, septième conférence et exposition internationale sur les composants, matériaux et équipements de production, se tiendra dans la Silicon Valley de l'Inde et mettra en vedette les derniers produits que propose ce secteur. L'édition de 2001 a attiré 254 exposants venant de 24 pays et quelque 19 000 professionnels du secteur.

SÉOUL, CORÉE — 26 février–1^{er} mars 2002 — **Expo Comm 2002** est le plus grand salon des télécommunications de la Corée, qui attirera plus de 500 entreprises d'une quarantaine de pays et accueillera certainement plus de 60 000 visiteurs. Le secteur coréen du sans fil est en plein essor, et le pays détient le record du taux de pénétration internet à large bande sur la planète.

MONTREAL (QUÉBEC) — les 5 et 6 mars 2002 — Le **Salon international du bâtiment et du design** est le seul événement commercial au Canada exclusivement réservé aux professionnels de l'industrie. Tous les grands secteurs du design et du bâtiment résidentiel, commercial et industriel y seront représentés, dont les systèmes et technologies de construction et d'habitation, les portes et fenêtres, l'ameublement,

l'environnement et les matériaux sains de même que la rénovation.

ROTORUA, NOUVELLE-ZÉLANDE — 12–16 mars 2002 — La **Foire commerciale internationale et la conférence des industries forestières** constitue l'exposition la plus importante du secteur en Nouvelle-Zélande. La Nouvelle-Zélande est en train de devenir un chef de file mondial dans le domaine de la foresterie; le pays devra faire des investissements considérables dans de nouvelles usines de transformation, ce qui peut s'avérer une source d'occasions d'affaires pour les fabricants canadiens de machines pour l'activité forestière et pour la transformation du bois.

SÉOUL, CORÉE — 18–19 mars 2002 — La **Foire commerciale de l'alimentation de Corée** se tiendra la semaine suivant la foire **Foodex**, qui a lieu au Japon. C'est une occasion en or pour faire la promotion des produits alimentaires auprès des importateurs coréens. L'économie coréenne est l'une des plus dynamiques de l'Asie.

TEL AVIV, ISRAËL — 19–21 mars 2002 — **Bio-Tech Israel 2002, Semaine nationale de la biotechnologie, Conférence et Exposition** — L'ambassade du Canada à Tel Aviv, en collaboration avec Partenariat technologique Canada et Industrie Canada, planifie plusieurs activités à l'occasion de cette manifestation, notamment un événement de partenariat pour les entreprises canadiennes de biotechnologie qui cherchent des partenaires israéliens.

LONDRES, R.-U. — 6–7 avril 2002 — Le salon **British and International Franchise Exhibition** sera organisé à l'intention des franchiseurs de qualité accrédités par la British Franchise Association. Les visiteurs auront l'occasion de rencontrer des franchiseurs ainsi que d'obtenir gratuitement des conseils de la part de représentants de banques importantes, d'avocats et de consultants en franchise.

LE CAIRE, ÉGYPTÉ — 9–11 avril 2002 — **Middle East and Africa Ports and Maritime Exhibition and Conference** — Cette exposition et cette conférence, qui

mettront en vedette les progrès technologiques dans le secteur des ports et des transports maritimes, constituent l'un des plus grands salons de ce genre. L'événement aura lieu à une période où le Moyen-Orient et l'Afrique subissent des réformes importantes et reçoivent des investissements considérables, et où le gouvernement égyptien a l'intention de construire de nouveaux ports et de moderniser les ports existants.

SYDNEY, AUSTRALIE — 28–30 mai 2002 — **CeBIT Australia** est la première exposition-conférence des technologies de l'information et des communications (TIC) en Australie. D'après l'affluence à **CeBIT Hannover**, on prévoit que **CeBIT Australia** attirera plus de 12 000 visiteurs, notamment des décideurs dans le domaine des spécifications, des recommandations ou des approbations pour les achats des TIC.

MELBOURNE, AUSTRALIE — 2-5 juin 2002 — **Interbuild Australia** est la plus grande exposition de la construction en Australie représentant les tout derniers produits de construction et les nouvelles technologies de la construction résidentielle, commerciale et industrielle.

SINGAPOUR — 17–21 juin 2002 — « Au delà de la radiodiffusion... la mondodiffusion », tel est le thème de **Broadcast Asia 2002**, huitième exposition et conférence internationale asiatique sur la technologie de la radiodiffusion et du multimédia. Les exposants canadiens bénéficieront d'un programme dynamique d'appui à la commercialisation mis en œuvre par le MAECI et Industrie Canada sous les auspices de l'Équipe commerciale Canada – Technologies de l'information et des communications. **Broadcast Asia 2002** se tiendra conjointement avec **Communic Asia 2002 (18-21 juin 2002)**, quatorzième exposition et conférence internationale asiatique sur les communications et la technologie de l'information, et la plus importante manifestation sur les télécommunications et les technologies de l'information en Asie. L'année dernière, 2 400 entreprises ont participé et l'exposition a attiré 48 000 visiteurs. 🌟

LES ENTREPRENEURES ET LA MONDIALISATION DES MARCHÉS

Le **Groupe Conseil Femmes-Expertise** vient de publier l'Édition 2001 des volumes sur l'entrepreneuriat féminin « *Les femmes entrepreneures et la mondialisation des marchés* » (Les femmes d'affaires et la globalisation sur le marché). Cet ouvrage de référence met à jour toutes les données concernant la mondialisation et son impact sur les entreprises gérées par les femmes. Il présente, entre autres, les principaux défis, les attentes, les stratégies de succès susceptibles d'aider les femmes à mieux positionner leur entreprise sur le marché international ainsi que l'incidence du marché sur l'économie du savoir et sur les mentalités, et les nouvelles façons de faire des affaires dans le monde.

Cette publication présente aussi les réalités que doivent affronter les femmes entrepreneures sur le marché mondial, le partenariat d'affaires, le réseautage, pour ne citer que ces sujets. Elle fournit également des conseils pratiques sur le financement, les assurances et les risques à l'exportation, les aspects culturels dans

les affaires et les nouvelles technologies de l'information, entre autres. C'est un outil efficace et indispensable notamment aux femmes d'affaires, aux gestionnaires et aux intervenantes des secteurs privés et publics.

Ces volumes donnent enfin des conseils pratiques pour exporter dans les pays en développement et les conclusions générales du Forum international « Les femmes et les opportunités d'affaires dans

les pays en développement », tenu au Centre des Congrès d'Ottawa et au Palais des Congrès de Hull à l'automne 2000.

Cette publication est disponible au prix unitaire de 35 \$ + 3 \$ (frais de port et de manutention) le volume + TPS (7 %).

Pour obtenir plus de renseignements ou pour commander des volumes, communiquer avec Groupe Conseil Femmes-Expertise inc., tél.: (613) 590-7422 ou sans frais 1-877-650-5191, téléc.: (613) 590-7423, courriel : Femmes-expertise@sympatico.ca 🌟

Le nouveau site internet haute performance d'InfoExport Plus rapide, plus précis, et options libre-service!

Le site internet remanié du Service des délégués commerciaux du Canada a une nouvelle présentation et offre un accès plus rapide que jamais. Chaque mois, plus de 70 000 utilisateurs visitent le site d'InfoExport. Ils pourront maintenant trouver tout ce qui les intéresse, des services aux études de marché détaillées, en une fraction de la durée de téléchargement habituelle.

Quoi de neuf?

Un site internet plus rapide et plus intuitif. InfoExport est utilisé par les entreprises canadiennes qui n'ont que peu de temps pour télécharger des images et extraire des informations. Le site amélioré permet une navigation plus facile et plus rapide. « Nous avons installé des options de recherche plus intuitives. Les visiteurs n'auront plus à fureter autant pour trouver des renseignements sur les secteurs qui les intéressent », affirme M^{me} Andrée Cooligan, directrice adjointe de la Direction du marketing, service des délégués commerciaux.

Options libre-service

Des entrevues réalisées individuellement

avec des entreprises canadiennes ont permis d'établir que ce que les utilisateurs d'InfoExport apprécient avant tout, c'est un accès rapide à des renseignements, des contacts et des services dans des secteurs donnés. Jour et nuit, les clients d'InfoExport peuvent aller en ligne pour communiquer avec des délégués commerciaux et faire appel à l'un des six services de base offerts par le Service des délégués commerciaux. Ce site donne également une liste de fournisseurs de services additionnels, tels que les interprètes, les spécialistes des études de marché et d'autres experts-conseils.

Que trouve-t-on sur InfoExport?

Des centaines d'études de marché, des liens vers des manifestations et des organisations commerciales internationales et l'accès à un réseau composé de plus de 300 délégués commerciaux du Canada, en poste partout dans le monde.

Pour en apprendre plus sur votre marché-cible, cliquer dès aujourd'hui sur : www.infoexport.gc.ca 🌟

Québec International

L'édition 2002 de ce répertoire fournit les coordonnées postales et téléphoniques, pays d'intervention, secteurs d'activité et divers renseignements sur les firmes, les organismes privés ou publics, les établissements et les consultants du Québec engagés dans des activités internationales.

Pour plus de renseignements ou pour s'inscrire, s'adresser à QUÉBEC DANS LE MONDE, tél.: (418) 659-5540, téléc.: (418) 659-4143, courriel : info@quebecmonde.com internet : www.quebecmonde.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 : **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
a/s MDS
2750, chemin Sheffield,
porte 1
Ottawa (ON) K1B 3V9

Postes Canada
Numéro de convention 40064047