



Foire commerciale d'artisanat de l'Atlantique

Réussite d'une mission commerciale

Dans ce numéro

- 2 CCC : le commerce électronique à quelques clics des exportateurs
- 3 Page personnalisée du Délégué commercial virtuel
- 4 Cuisine et vins canadiens à l'honneur à Boston
- 5 Marque de certification chinoise reportée
Réussites canadiennes au Japon
- 6 Le secteur agroalimentaire italien en pleine croissance
L'exposition des produits alimentaires surgelés en Espagne
- 7 Le marché de l'électricité de l'Inde
Foires et missions commerciales

La foire **Atlantic Craft Trade Show (ACTS)**, foire commerciale d'artisanat de l'Atlantique dont la 26^e édition s'est tenue à Halifax (Nouvelle-Écosse) au début de février 2003, fait la promotion d'objets d'artisanat et d'articles de cadeau fabriqués exclusivement dans les provinces de l'Atlantique. La foire était coparrainée par les quatre gouvernements des provinces de l'Atlantique (Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador), et regroupait quelque 200 compagnies.

L'ACTS s'est dotée d'un solide programme de promotion auprès des acheteurs américains qui, l'an dernier, a contribué à ce qu'ils achètent pour plus de 10 500 \$ à cette foire. Cette année, les responsables de la foire ont collaboré avec le consulat général du Canada à Chicago, le centre de commerce international de Halifax et le **voir page 4 — L'artisanat**



Le kiosque Bejewel de M^{me} Trudy Gallagher à la foire ACTS 2003

Subventions du gouvernement en vue d'accroître les exportations

En mai 2003, le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé l'octroi d'une aide financière du gouvernement du Canada de 3,4 millions de dollars à 57 associations commerciales ou industrielles en vue d'encourager les entreprises qu'elles représentent à exporter leurs produits et leurs services à l'étranger.

« Les exportations sont le fer de lance de l'économie canadienne, a déclaré

M. Pettigrew. Un emploi sur quatre dépend du succès de nos exportations sur les marchés mondiaux. De là la pertinence de ces programmes gouvernementaux qui appuient la stratégie canadienne de développement du commerce international. »

Cette aide gouvernementale est attribuée en vertu du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), volet Aide aux associations commerciales. Il

voir page 7 — Subventions

Supplément
LE MEXIQUE — L'AUTRE PARTENAIRE
NORD-AMÉRICAIN DU CANADA
(voir l'encart)

Le commerce électronique à quelques clics des exportateurs

Depuis juin 2001, les entreprises canadiennes peuvent exploiter tout le potentiel d'Internet en utilisant **SourceCAN**, portail leur permettant d'accéder à l'information relative aux appels d'offres internationaux. Avec les centaines de nouvelles occasions d'affaires qui sont affichées chaque jour dans le site, les entreprises canadiennes peuvent trouver des débouchés pour leurs produits et leurs services. Considéré comme un outil particulièrement utile aux petites et moyennes entreprises,

SourceCAN s'est mérité un prix pour la réalisation d'un produit exceptionnel de l'Association canadienne des technologies avancées (CATAAlliance).

Le prix décerné par CATAAlliance n'est pas le premier que gagne SourceCAN. En effet, il y a à peine un an, ce marché d'affaires électronique s'est mérité la médaille d'argent dans la catégorie « Réaliser le cyber-gouvernement au Canada » au prestigieux Gala des prix de distinction de GTEC, dans le cadre d'un événement annuel fort couru, voué à la promotion de l'utilisation des nouvelles technologies au gouvernement.

Le prix de CATAAlliance a été remis à l'occasion du dîner de gala annuel de l'Alliance, qui avait lieu à Ottawa le 29 avril dernier. « Quand on sait que 80 % des membres de CATAAlliance sont des exportateurs actifs, ce prix est un véritable vote de confiance à l'égard de SourceCAN et de sa capacité d'aider les entreprises canadiennes à trouver et à décrocher de nouveaux contrats d'exportation », a déclaré M. Ron Linton, directeur du Service de jumelage des soumissions de la **CCC (Corporation commerciale canadienne)**.

Qu'est-ce que SourceCAN?

SourceCAN est le fruit d'un partenariat entre le secteur public et le secteur privé qui fait intervenir la CCC, Industrie Canada et HyperNet. Il s'agit d'un service en ligne gratuit qui permet aux entreprises canadiennes de repérer plus facilement les débouchés qui s'offrent, au pays comme à l'étranger, pour leurs produits et services.

La CCC ayant accès à de nombreuses sources d'appels d'offres à l'échelle internationale, des centaines de nouvelles occasions d'affaires sont affichées chaque jour dans le site de SourceCAN. L'utilisation de SourceCAN peut faire économiser temps et argent aux entreprises qui sont à

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**

la recherche de débouchés potentiels. Pourquoi? Parce que la CCC a déjà dépouillé le contenu des appels d'offres et éliminé ceux auxquels les entreprises canadiennes ne sont pas admissibles ou ceux jugés non compétitifs. Autrement dit, seules les occasions les plus prometteuses sont associées aux profils des fournisseurs.

Les entreprises utilisent également SourceCAN comme outil de commercialisation. Au moment de leur inscription au service, leur profil est automatiquement versé dans la base de données du Réseau des entreprises canadiennes que consultent chaque mois des milliers d'entreprises canadiennes et internationales.

Si une entreprise décide de donner suite à une occasion d'affaires, la CCC peut l'aider à se familiariser avec le processus des marchés publics, à obtenir les documents de soumission requis et à améliorer la présentation de ses offres, et cela gratuitement.

Pour plus de renseignements sur SourceCAN et la CCC, visiter **www.sourcecan.com** et **www.ccc.ca**

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!

Une foire commerciale italienne synonyme d'occasions d'affaires dans le secteur des technologies de l'information et des communications

Vous n'étiez pas au courant?

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de possibilités en vous offrant des renseignements utiles. Allez-y!

CONTACTS

INFORMATION

SERVICE

Inscrivez-vous dès maintenant au www.infoexport.gc.ca et découvrez ce que des milliers d'entreprises canadiennes ont déjà trouvé!



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 :

www.infoexport.gc.ca

L'artisanat de l'Atlantique

— suite de la page 1

Nova Scotia Designer Craft Council, pour organiser deux activités d'information sur l'exportation vers le marché américain.

La première activité était un exposé sur l'exportation aux États-Unis qui a été présenté à 20 artistes et artisans exposant leurs œuvres à la foire. L'exposé leur a fourni des renseignements sur la façon d'établir le prix des œuvres, de les livrer aux États-Unis et de créer des canaux de distribution.

La deuxième activité s'adressait aux artistes et aux galeries produisant ou exposant des œuvres haut de gamme et s'intéressant au salon SOFA de Chicago. Il s'agissait d'une téléconférence de deux heures animée par le président et fondateur de ce salon, M. Mark Lyman. Le salon SOFA, qui a lieu chaque automne à Chicago, est un prestigieux salon des métiers d'art où sont représentées des galeries internationales exposant des œuvres tridimensionnelles (verre, céramique, fibre et textile). Les 25 artistes participant à la

téléconférence ont obtenu une bonne vue d'ensemble des possibilités offertes par le salon SOFA.

Selon M. Lyman, le salon SOFA vise à réunir les milieux de l'art décoratif et des beaux-arts et à accroître l'investissement



La collection de l'Île-du-Prince-Édouard à la foire ACTS 2003

des collectionneurs d'objets d'art. Des collectionneurs de partout au pays visitent le salon pour assister à la séance d'information, rencontrer d'autres collectionneurs et acquérir des œuvres.

« Le Collège Sheridan a présenté des souffleurs et des techniques de soufflage du verre à SOFA aux cours des années passées. SOFA permet aux artistes et aux galeries du Canada de se faire mieux connaître auprès des collectionneurs sur la scène internationale », a précisé M. Lyman.

L'ACTS offrait aussi de nouvelles possibilités d'exportation vers les États-Unis. De nombreux exposants à la foire ont établi des liens avec des représentants de l'industrie américaine et vendent maintenant leurs œuvres à des boutiques des États-Unis. Ainsi, M^{me} Trudy Gallagher, une artiste de l'entreprise **Bejewel**, de Fredericton (Nouveau-Brunswick), exporte ses bijoux à Scentamental Gardens, une boutique d'artisanat et d'articles de jardin haut de gamme située à St. Charles (Illinois).

Pour plus de renseignements, s'adresser à M^{me} Ann F. Rosen, agente du développement des affaires, consulat général du Canada à Chicago, tél. : **(312) 327-3624**, téléc. : **(312) 616-1878**, courriel : **ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca**

Pour plus de renseignements sur l'ACTS et le salon SOFA de Chicago, consulter **www.ednet.ns.ca/educ/acts/about.htm** et **www.sofaexpo.com** 🌟

Cuisine et vins canadiens à l'honneur à Boston

En mars 2003, le consulat général du Canada à Boston faisait équipe avec Agriculture et Agroalimentaire Canada pour promouvoir certains des produits alimentaires les plus fins du Canada dans le cadre de l'activité « **À la découverte des trésors culinaires du Canada... tout doucement, au rythme de l'escargot!** ». Dix entreprises du Québec et des provinces de l'Atlantique ont participé à cette activité en deux volets qui s'adressait au grand public et aux professionnels de la cuisine.

L'activité était parrainée par la section bostonienne de Slow Food USA. Cette association, qui compte près de 10 000 membres dans tout les États-Unis, adhère au mouvement « slow food » dans le cadre duquel on encourage les gens à intégrer qualité et plaisir gastronomique dans leur

quotidien en ralentissant leur rythme de vie, en respectant les traditions de la table et en savourant la très grande diversité des produits du terroir.

Cette activité d'une journée, à laquelle ont participé des distributeurs et des courtiers en alimentation ainsi que des membres de Slow Food Boston, a eu lieu au consulat général du Canada à Boston. Chaque entreprise a pu faire connaître ses produits, en proposant des dégustations à ses invités. Ces derniers se sont par ailleurs fait servir des vins canadiens et des canapés, préparés de main de maître par le chef Don Walker et son équipe de **Chefs by Design**, de Halifax.

À la fin de la journée, une soirée de découvertes culinaires était offerte à la résidence bostonienne de M. Robert Metcalfe, inventeur d'Ethernet et fondateur de 3Com Corporation, et de sa femme, Robin — tous

deux membres de Slow Food Boston. Le chef Walker et ses collaborateurs se sont à nouveau surpassés en créant un magnifique repas de cinq services pour les quelque 50 invités présents.

Parmi ces invités figuraient le président de Slow Food USA, le président du Epicurean Club de Boston, d'importants distributeurs et courtiers en alimentation bostoniens, des membres de Slow Food Boston, les représentants des entreprises canadiennes participantes et les organisateurs du consulat du Canada à Boston et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Les participants et organisateurs ont les uns comme les autres contribué à l'extraordinaire réussite de l'événement. M. Paul Colville, de la société **Goodspring Organic Ltd.**, de Middleton (Nouvelle-Écosse), s'est dit enchanté de l'événement : « Notre participation au programme de Slow Food à Boston a tout de suite porté des fruits. Nous avons établi des contacts avec deux courtiers, et avec des membres de l'association Slow Food eux-mêmes, qui

voir page 8 — Cuisine

Marque de certification chinoise reportée

Tel que mentionné dans le numéro du 1^{er} mars de CanadExport, la Chine a créé une réglementation pour une nouvelle marque de certification obligatoire des produits : la certification obligatoire de Chine (CCC). Cette nouvelle réglementation devait entrer entièrement en vigueur en mai 2003, mais compte tenu des incertitudes récentes en matière de santé publique, **le gouvernement de la Chine a reporté la date limite au 1^{er} août 2003**. À partir de ce jour, la marque de certification obligatoire devra être nécessairement obtenue pour les 132 produits couverts par la nouvelle réglementation avant leur importation en Chine ou leur exportation de Chine. Pour obtenir la liste de ces produits, consultez le www.cqc.com.cn/ccc/catalogueeng.pdf

La nouvelle marque remplace l'ancienne marque CCEE (symbole d'assurance qualité pour les produits faits en Chine) et la marque CCIB (symbole d'assurance qualité pour les produits importés). Le mécanisme du CCC permettra de normaliser la réglementation technique, les marques de certification et les grilles tarifaires des produits chinois et des produits importés. Ces modifications résultent



de l'engagement pris par la Chine de se conformer à l'Accord de l'Organisation mondiale du commerce sur les obstacles techniques au commerce.

Les entreprises canadiennes qui exportent vers la Chine sont instamment priées de se préparer à se conformer au nouveau système et à prendre les mesures nécessaires pour obtenir la marque CCC. Pour plus de renseignements sur la façon

d'obtenir une marque CCC, consulter le site Internet du China Quality Certification Centre à www.cqc.com.cn/index-e.htm.

En plus des coûts de la demande, de l'inspection des produits et des étiquettes, les demandeurs auront également à payer les frais des inspections de travail et des inspections annuelles. Les entreprises qui demandent une marque CCC doivent fournir à l'organe d'inspection une liste détaillée du matériel de production, de l'outillage d'essai et des principaux composants de tous les produits exportés vers la Chine.

Pour plus de renseignements sur ces modifications, communiquer avec M. Éric Pelletier, délégué commercial, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : **(613) 996-7177**, courriel : eric.pelletier@dfait-maeci.gc.ca ou avec M. Pierre Pyun, délégué commercial, ambassade du Canada à Beijing, tél. : **(011-86-10) 6532-3536**, courriel : pierre.pyun@dfait-maeci.gc.ca ✪

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

Un effort supplémentaire

Réussites canadiennes au Japon

Qui peut dire quelle réunion, quel salon commercial ou quelle mission portera des fruits? Les marchés étrangers exigent qu'on y consacre beaucoup de temps et d'énergie, et les histoires de réussite ci-après racontent le cas d'entreprises canadiennes qui ont fait un effort supplémentaire et qui ont été récompensées de leurs efforts par des contrats avec des entreprises japonaises.

IDELIX est un chef de file canadien dans la technologie graphique 2D et 3D, et System IO est un intégrateur japonais de systèmes établi à Tokyo. Après s'être entretenus quelques minutes dans le cadre de la mission sur la technologie de l'information de l'Organisation japonaise du commerce extérieur (JETRO) qui s'est rendue à Vancouver en 2001, IDELIX et System IO

se sont découverts des intérêts communs. Peu après cette rencontre, les deux entreprises ont engagé des négociations qui ont duré plus d'une année pour finalement aboutir à une entente. En janvier 2003, IDELIX a lancé son logiciel-outil de visualisation « Pliable Display Technology » (PDT) à Tokyo. IDELIX et System IO espèrent faire de bonnes affaires au Japon en intégrant la technologie PDT à diverses applications visuelles et graphiques telles que la cartographie aérienne, les jeux et la publication en ligne, pour ne nommer que celles-là.

Databeacon, une société établie à Ottawa qui se spécialise dans les solutions de transmission de déclarations par le Web et d'analyses de données, a été invitée à une réception à Ottawa lors de la visite de la délégation de la Kansai Information System Industry Association — un groupe

de représentants du monde des affaires japonais de la région du Kansai. Au cours de cette rencontre informelle, Databeacon s'est entretenue avec Wescom, l'un des intégrateurs et développeurs japonais les plus prospères qui se spécialise dans les systèmes de micro-ordinateurs, l'intégration OSI et les services de soutien à l'installation des systèmes. Ce bref entretien a donné le ton aux pourparlers qui allaient suivre et sept mois plus tard, les deux entreprises concluaient une entente officielle. Wescom adaptera le logiciel de Databeacon aux utilisateurs japonais et le vendra au Japon sur une base non exclusive.

Aussitôt que **Infinity Technology Services** (ITS), une entreprise d'Ottawa qui a mis au point un système de détection d'intrusion, eut rempli son formulaire de participation à l'exposition des solutions canadiennes de sécurité (Canadian Security Solutions Showcase) qui devait se tenir à Tokyo en février 2003, l'ambassade n'a pas tardé à parler d'elle aux entreprises japonaises en les invitant à assister à l'exposition. L'une d'elles, la société Daikin, très active sur le marché de l'électronique, des réseaux et de la sécurité, a insisté pour rencontrer ITS

voir page 8 — Réussites

Le secteur agroalimentaire italien en pleine croissance

Avec une population de 57,7 millions de personnes, l'Italie représente un important marché au sein de l'Union européenne (UE) pour les exportateurs de produits agroalimentaires canadiens. Bien que les marchés italiens soient généralement petits et répartis dans tout le pays, les sociétés canadiennes qui souhaitent faire des affaires en Italie les trouveront très prospères.

Aperçu du marché

L'Italie est le cinquième exportateur de produits agroalimentaires au monde, représentant 6 % des exportations alimentaires mondiales. Exportateur net de denrées et de produits méditerranéens traditionnels, tels les fruits, les légumes, l'huile d'olive, le vin, les pâtes et les fromages, l'Italie est toutefois un importateur net de bœuf, de porc, de céréales et de produits du poisson. Dans les cinq premiers mois de 2002, l'Italie a importé pour environ 13,3 milliards de dollars de produits agroalimentaires et en a exporté pour un peu plus de 10,1 milliards de dollars, ce qui se traduit par un déficit commercial d'un peu plus de 3 milliards de dollars.

Les consommateurs italiens exigent ordinairement des produits italiens traditionnels de grande qualité. Le montant élevé des dépenses par habitant pour les produits

alimentaires — le deuxième de l'UE après le Portugal — révèle que les consommateurs sont disposés à payer un prix élevé pour obtenir des produits de qualité.

Un virage en faveur d'un mode de vie sain a entraîné une hausse de la demande de produits légers ou de régime. La demande de poisson et de fruits de mer, considérés comme une solution de rechange à la viande qui soit saine, s'est développée en Italie. De plus, les Italiens reconnaissent



l'importance du petit-déjeuner et des collations dans le régime alimentaire, ce qui les attire vers des produits innovateurs et pratiques dans les secteurs des aliments transformés et de santé.

Débouchés

On s'attend à ce que la consommation de poisson et de fruits de mer continue à augmenter. Il existe des débouchés du côté de l'approvisionnement en poisson, surtout en thon, et en fruits de mer pour la conserverie. En outre, le secteur italien de la vente au détail sera à la recherche de filets de poisson surgelés, par exemple de merluche, de morue et de plie, pour satisfaire à la demande de produits faciles à préparer.

Les crevettes décortiquées et transformées se vendraient bien sur le marché italien et la consommation croissante de fruits de mer surgelés crée de bons débouchés pour les exportateurs de calmar, de seiche, de pieuvre et d'encornet volant.

Il existe aussi sur ce marché des débouchés pour les produits transformés, y compris fruits et légumes en conserve, aliments préparés surgelés, sirop d'érable, grignotines sucrées et produits de boulangerie.

Les Italiens consomment par habitant environ 6 kilogrammes de légumineuses par année. Avec une part de marché de 30,7 %, les légumineuses viennent au deuxième rang, derrière les tomates, parmi les denrées les plus vendues dans le secteur légumier. En 2001, deux des principales exportations canadiennes vers l'Italie étaient les lentilles (5,8 % des exportations totales) et les pois secs (3,5 %). Bien que les légumineuses soient cultivées localement, la production locale ne permet pas de combler l'importante demande qui ne cesse de croître. L'Italie demeurera par conséquent un marché porteur pour les légumineuses du Canada au cours des années à venir.

Les entreprises constateront que le fait d'être canadiennes présente certains avantages sur ce marché concurrentiel. L'Italie est la dixième destination en importance des exportations canadiennes. Le Canada représente une solution de rechange aux partenaires nordiques de l'Italie au sein de l'UE en offrant des produits de qualité et de prix concurrentiels et en donnant ainsi à l'Italie une certaine indépendance sur un marché largement dominé par les intérêts nordiques de l'UE. Il offre une grande fiabilité comparativement à de nombreux autres fournisseurs qui ne sont pas de l'UE et des garanties de qualité inégales.

Pour plus de renseignements, consulter www.infoexport.gc.ca/ie-fr/MarketProspect.jsp?cid=117&oid=199 ou communiquer avec M. Pier Paolo Chicco, agent du développement des affaires, consulat général du Canada à Milan, tél. : **(011-39-06) 6758-3355**, téléc. : **(011-39-02) 6758-3900**, courriel : pierpaolo.chicco@dfait-maeci.gc.ca ou avec M^{me} Patrizia Giuliotti, agente du développement des affaires, ambassade du Canada à Rome, tél. : **(011-39-06) 44598-3352**, téléc. : **(011-39-06) 44598-3754**, courriel : patrizia.giuliotti@dfait-maeci.gc.ca

L'exposition des produits alimentaires surgelés à Vigo

VIGO, ESPAGNE — 7-9 octobre 2003 — **Conxemar 2003** est la deuxième exposition internationale de produits alimentaires surgelés au monde. Conxemar 2002 a attiré 302 exposants de 25 pays et 16 000 visiteurs de 52 pays.

Des entreprises canadiennes, soit quatre au total, ont participé à l'exposition pour la première fois l'an dernier. Elles ont tiré pleinement avantage du stand canadien qui a été installé pour les aider à promouvoir leurs produits et à étudier le marché. Encouragé par le succès obtenu par les entreprises canadiennes lors de Conxemar 2002, le Canada établira un plus grand stand en 2003 pour faire mieux connaître les produits canadiens.

Pour plus de renseignements sur la façon de participer à Conxemar 2003, communiquer avec M. Marc Lionel Gagnon, délégué commercial, ambassade du Canada en Espagne, tél. : **(011-34-91) 423-3228**, téléc. : **(011-34-91) 423-3252**, courriel : marc.l.gagnon@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada-es.org ou www.conxemar.com

Le marché de l'électricité de l'Inde

L'Inde, avec une croissance annuelle de 9 à 10 % de sa demande en électricité, représente le plus important marché du monde après la Chine. L'investissement moyen dans le secteur de l'électricité de l'Inde a été d'environ 6 % du produit intérieur brut (PIB) chaque année depuis 40 ans, mais cela ne suffit pas. Pour répondre aux besoins en infrastructure d'un pays dont la croissance prévue du PIB se situe à 7 %, l'augmentation de la fourniture en énergie doit être de 9 à 10 % chaque année.

Comme les institutions financières internationales accordaient peu d'aide au secteur indien de l'électricité, le gouvernement de l'Inde a ouvert le secteur de la production d'électricité à la participation privée en 1991. Toutefois, les initiatives privées n'ont pas réussi à réduire l'écart entre l'offre et la demande d'énergie. Le secteur privé devait accroître la puissance installée de 10 000 mégawatts (MW) par année, mais en réalité il n'a ajouté qu'environ 6 500 MW à la puissance installée en dix ans.

Le gouvernement de l'Inde a changé d'orientation et compte maintenant valoriser les réseaux de distribution et rajeunir le secteur de la production thermique par des activités de réparation, de modernisation et de valorisation (activités RMV). Le 31 octobre 2001, l'Inde avait une puissance installée totale de 102 907 MW, comparativement à 1 400 MW en 1947, et dont environ 61 000 MW étaient produits par des centrales thermiques à vapeur. La majorité des débouchés RMV concernent des travaux à effectuer sur les 35 % de MW produits par des centrales thermiques à vapeur, travaux qui ont été commandés en 1979 ou avant. La Central Electricity Authority de l'Inde estime que les coûts RMV relatifs à ces vieilles centrales s'élèveront à 328 000 \$ par MW, chiffre qui représente environ 25 % du coût (par MW) de production d'électricité nouvelle.

Les principaux problèmes éprouvés relativement aux projets RMV étaient le manque de fonds et le processus d'appel d'offres et d'adjudication des contrats. Aussi le gouvernement indien, dans le but de promouvoir les travaux RMV dans les secteurs de la

production et de la distribution d'énergie, a-t-il créé en 2001 un programme de réforme et de développement accélérés du secteur de l'énergie qui exige de respecter rigoureusement les procédures établies et d'offrir un financement assorti de conditions libérales.

Bien que l'Inde ait une industrie du génie électrique et du matériel de production d'électricité bien développée et que les besoins du marché RMV peuvent être comblés localement, il y a toujours place pour de nouvelles entreprises qui apportent une expérience, une expertise et des nouvelles technologies améliorées à un coût abordable. Pour l'ensemble des initiatives dans les secteurs de la production, du transport et de la distribution d'énergie, y compris l'efficacité énergétique, près de 254 milliards de dollars devront être investis au total sur une période de 10 à 12 ans.

Pour plus de renseignements sur le marché RMV en Inde, veuillez lire le rapport complet sur ce marché (Le marché de la production thermique, du transport et de la distribution d'énergie en Inde) à www.infoexport.gc.ca

Pour en savoir davantage sur l'Inde, communiquer avec M^{me} Janet Chater, agente de commerce (Infrastructure), Direction de l'Asie du Sud, MAECI, tél. : (613) 944-1632, courriel : janet.chater@dfait-maeci.gc.ca ✪

Conférence en Espagne sur le transport ferroviaire

BARCELONE, ESPAGNE — 6-8 octobre 2003 — **Rail Meeting Point** est une foire et une conférence internationale qui s'adresse aux spécialistes des secteurs du transport ferroviaire et urbain. Pour les entreprises du secteur ferroviaire, la manifestation favorise les échanges sur les progrès technologiques et les nouveaux produits et services, en plus de permettre l'établissement de liens utiles entre clients et fournisseurs. Ce sera l'occasion pour les principaux acteurs du secteur ferroviaire commercial et institutionnel de discuter entre eux des grands enjeux de l'heure en matière de développement.

Pour plus de renseignements, communiquer avec les organisateurs de l'événement, M^{me} Natalia Boisson (service

en français) ou avec M^{me} Alison Burgess (service en anglais), Foro del Ferrocarril y del Transporte, tél. : (011-34) 917-994-500, téléc. : (011-34) 917-994-501, courriel : rmp@masnou.net internet : www.masnou.net/rmp.htm Vous pouvez aussi vous adresser à M. Máximo Hurtado, agent de commerce, ambassade du Canada à Madrid, tél. : (011-34) 914-233-226, téléc. : (011-34) 914-233-252, courriel : maximo.hurtado@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada-es.org ou encore à M^{me} Roberta Cross, consule et déléguée commerciale, consulat du Canada à Barcelone, tél. : (011-34) 934-127-236, téléc. : (011-34) 933-170-541, courriel : roberta.cross@dfait-maeci.gc.ca ✪

Subventions

— suite de la page 1

permet à des associations commerciales ou industrielles nationales sans but lucratif de faire la promotion, sur les marchés internationaux, des produits et des services de petites entreprises qui se préparent à exporter pour la première fois ou qui veulent pénétrer un nouveau marché.

Au cours de l'exercice 2001-2002, ce programme a été remanié en profondeur afin d'en accroître l'efficacité, raffermissant ainsi les partenariats entre le gouvernement et les associations commerciales ou industrielles.

Pour plus de renseignements sur le PDME destiné aux associations commerciales, consulter le site www.dfait-maeci.gc.ca/pemd/tradeassociations/assistNews-fr.asp ✪

Nouvelle date pour l'initiative axée sur l'industrie médicale américaine

NIAGARA FALLS (ONTARIO) — 12 septembre 2003 — L'initiative **Échanges transfrontières**, qui devait avoir lieu à la mi-mai à Niagara-on-the-Lake (Ontario), encourage la collaboration canado-américaine au sein de l'industrie médicale depuis 1996. Plus de 100 fabricants, entreprises de services et instituts de recherche

des deux côtés de la frontière y participent chaque année pour établir des contacts, prendre connaissance des nouveaux règlements et surtout trouver des partenaires pour la vente de leurs produits et services ailleurs dans le monde.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Mary Mokka,

agente d'expansion des affaires, consulat général du Canada à Buffalo, tél. : **(716) 858-9556**, courriel : **mary.mokka@dfait-maeci.gc.ca** ou visiter **www.aommcanada.com/cbe** ✨

(On trouvera la version intégrale de cet article à **www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport.**)

Les prochaines expositions dans les Caraïbes

PUERTO RICO et **ÎLES VIERGES AMÉRICAINES** — 27-31 octobre 2003 — Canadian Export Development Inc. (CEDI), en collaboration avec le consulat général du Canada à Atlanta, organise de nouveau dans les Caraïbes des expositions de produits canadiens dans les secteurs des aliments et boissons et de la construction.

Les entreprises canadiennes qui s'intéressent aux débouchés qu'offrent les marchés des Caraïbes peuvent participer à ces expositions et y exposer leurs produits et services, et ce sous un seul toit. Des acheteurs et décideurs clés de la région, du secteur public comme du secteur privé, visitent ces expositions. Il s'agit donc d'une excellente occasion de faire connaître votre entreprise sur les principaux marchés émergents et elle pourrait s'avérer des plus enrichissantes si, en plus, elle donne lieu à des ventes ou à l'amorce de bonnes relations d'affaires avec des partenaires potentiels des Caraïbes.

Pour plus de renseignements, s'adresser à M. Robert Grison, directeur des opérations, CEDI, tél. : **(613) 825-9916**, téléc. : **(613) 825-7108**, courriel : **cced@sympatico.ca** ✨

Réussites au Japon — suite de la page 5

avant la tenue de l'exposition. Moins de deux mois plus tard, une lettre d'intention était signée exposant les objectifs que viseraient les deux entreprises au cours des douze prochains mois, notamment au plan de la commercialisation, des ventes et de l'appui des produits ITS par Daikin au Japon, de la formation d'une coentreprise et du développement conjoint d'autres produits.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Doug Fraser, vice-président, Promotion des affaires, IDELIX Software Inc., tél. : **(604) 656-6300**, internet : **www.idelix.com** ou avec M. Greg Singleton, vice-président, Ventes internationales et circuits commerciaux, Databeacon, tél. : **1 888 921-8360, poste 309**, courriel : **gsingleton@databeacon.com** internet : **www.databeacon.com** ou avec M. Claude Giorgi, vice-président, Commercialisation et ventes, ITS, tél. : **(613) 567-9444, poste 307**, internet : **www.infinity-its.com** ✨

NOUVELLES DATES POUR FILMART 2003

HONG KONG — 24-26 septembre 2003 — **Filmart 2003**, le marché international du film et de la télévision de Hong Kong, qui devait avoir lieu en juin 2003, a été reporté. ✨

(On trouvera la version intégrale de cet article à **www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport.**)

Cuisine et vins

— suite de la page 4

tiennent la clé du marché des produits organiques. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Colette Lekborg, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Boston, tél. : **(617) 262-3338 (poste 3357)**, courriel : **colette.lekborg@dfait-maeci.gc.ca** ou M^{me} Diane Farquharson, agente de commerce et des marchés, Équipe des questions internationales, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : **(902) 566-7307**, téléc. : **(902) 566-7316**, courriel : **farquharsond@agr.gc.ca** ou M. Heath Coles, agent principal de commerce et des marchés, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : **(902) 566-7305**, téléc. : **(902) 566-7316**, courriel : **colesh@agr.gc.ca** ✨

Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**; région d'Ottawa : **(613) 944-4000** ou par télécopieur au **(613) 996-9709**; en appelant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant le site internet du MAECI à **www.dfait-maeci.gc.ca**

Retourner en cas de non-livraison à
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (ON) K1A 0G2

Postes Canada
Numéro de convention 40064047