



## Aide japonaise au développement

# Partenariats éventuels dans des pays tiers

### Dans ce numéro

- 2 Patience et persévérance :  
Prix d'excellence
- 3 L'Université de Colombie-  
Britannique à Seattle
- Levée des sanctions contre  
l'Iraq : débouchés
- 4 Le financement en Asie  
passe par Hong Kong
- 5 Salon des produits  
naturels à Londres
- Le homard canadien au  
menu à Paris
- 6 Nouvelles commerciales
- 7 Foires et missions  
commerciales

**L**es cabinets d'experts-conseils canadiens qui ont déjà obtenu des marchés des banques multilatérales de développement (BMD) connaissent l'importance des partenariats. Mais ils passent peut-être par-dessus une source qu'ils n'ont jamais envisagée : le Japon. Unissant leurs forces à long terme, les cabinets d'experts-conseils canadiens et japonais peuvent s'ouvrir mutuellement la porte à une foule de nouveaux débouchés, notamment, dans le cas des sociétés canadiennes, auprès d'organisations japonaises d'aide au développement comme la **Japan International Cooperation Agency (JICA)**.

Un nouveau rapport en ligne constitue un excellent point de départ pour découvrir le processus d'approvisionnement de la JICA et pour trouver de nouveaux partenaires éventuels.

Les Canadiens savent comment obtenir des marchés pour participer à des projets de la Banque mondiale et de la Banque asiatique de développement (BASD), tandis que les sociétés japonaises se sont tenues à l'écart de ces BMD. Réaliser ensemble un projet financé par une BMD peut inciter le partenaire japonais à offrir des marchés de sous-traitance pour des projets réalisés dans des pays tiers avec l'appui financier de la JICA.

*voir page 4 — La JICA*

## Le Canada l'invité de marque au Salon du livre en Italie



Au pavillon du Canada à Turin (de gauche à droite) : M<sup>me</sup> Nicole Saint-Jean, membre du conseil, Association nationale des éditeurs de livres; M<sup>me</sup> Linda Cameron, présidente de l'Association des éditeurs canadiens; et M. Michael Brock, directeur général, Direction générale des relations culturelles internationales, MAECI.

*voir l'article à la page 8 — Salon*

« Patience et persévérance... »

## Un lauréat du Prix d'excellence raconte...

**Q**uand M. Mirek Planeta a immigré de la Tchécoslovaquie au Canada, en 1974, il a trouvé vraiment extraordinaire la grande générosité de ses nouveaux collègues et amis à Burlington, en Ontario. Même le directeur de l'usine où il a occupé son premier emploi lui avait prêté une voiture. « Je souhaite que chaque immigrant reçoive un accueil semblable », confie M. Planeta. Maintenant président de la société **Macro Engineering and Technology**, lauréate d'un Prix d'excellence à l'exportation

canadienne, il est un exemple d'entrepreneur dont les affaires ont prospéré grâce à l'expansion de ses activités sur les marchés étrangers.

M. Planeta a terminé ses études en génie chimique à l'Université de Prague en 1969 et a travaillé en Tchécoslovaquie avant

Il a ainsi trouvé des débouchés en Corée, au Japon, en Chine, puis en Europe, pour s'attaquer maintenant aux marchés de la Russie et de l'Ukraine. Voici les conseils qu'il adresse aux aspirants exportateurs : « Ne laissez pas le marché d'exportation vous décourager. Il faut du temps et de la patience. Ne vous attendez donc pas à obtenir des contrats tout de suite, mais cherchez plutôt un bon agent qui connaît bien le marché. »

Cette stratégie s'est révélée efficace pour M. Planeta et son entreprise, qui emploie 100 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 20 millions de dollars. Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne, que l'entreprise a remporté en 1995, est



M. Mirek Planeta, président et fondateur de la société Macro Engineering and Technology à Mississauga (Ontario), lauréat d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne.

d'aller s'établir au Royaume-Uni, puis au Canada. « Ce n'était pas facile pour moi car je ne parlais pas bien anglais. » En 1978, M. Planeta a lancé son entreprise Macro Engineering and Technology, qui est désormais reconnue mondialement comme concepteur et fabricant de systèmes d'extrusion perfectionnés et de composants pour barrières et pellicules spécialisées.

Même s'il a obtenu une trentaine de brevets, il minimise ses réalisations en disant qu'au début des activités de l'entreprise, « nous allions voir les clients pour leur demander ce qu'ils voulaient, puis le fabriquer ». Il a presque toujours compté uniquement sur des ventes au Canada et aux États-Unis, jusqu'à ce que l'économie se dégrade en 1987. C'est alors qu'il a commencé à envisager d'exporter outre-mer. « Je me suis dit que si les choses allaient mal dans une partie du monde, ça devait aller mieux dans une autre. »

bien en évidence dans la salle de conférence de Macro Engineering and Technology. « Les visiteurs étrangers sont impressionnés quand ils apprennent que nous avons remporté ce prix » d'affirmer M. Planeta. Figurant au nombre des 200 lauréats de ces prix d'excellence, M. Planeta est assurément en bonne compagnie.

La **20<sup>e</sup> cérémonie de remise des Prix d'excellence à l'exportation canadienne** aura lieu à Toronto, le 24 novembre 2003, dans le cadre du **Congrès annuel des Manufacturiers et Exportateurs du Canada** ([www.cme-mec.ca](http://www.cme-mec.ca)).

**Pour plus de renseignements**, joindre M. Andrew Caddell, MAECI, tél. : **(613) 944-0118**, courriel : [andrew.caddell@dfait-maeci.gc.ca](mailto:andrew.caddell@dfait-maeci.gc.ca) ou consulter le site internet des Prix d'excellence à l'exportation canadienne : [www.infoexport.gc.ca/awards-prix/menu-f.htm](http://www.infoexport.gc.ca/awards-prix/menu-f.htm) 🌸

Rédactrice en chef : vacant  
Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**  
Rédacteur : **Michael Mancini**  
Mise en page : **Yen Le**  
Tirage : **55 000**  
Téléphone : **(613) 992-7114**  
Télécopieur : **(613) 992-5791**  
Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
Site internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

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**

Universités de Colombie-Britannique et Washington

## Seattle : transfert de technologie

**L**e consulat général du Canada à Seattle s'est associé à trois promoteurs de la région — Silicon Valley Bank, Grant Thornton Accounting et le cabinet d'avocats Gray Cary — pour organiser la série de déjeuners-causerie en biotechnologie intitulée « Tech Transfer: Primed for Evolution ».

Cette initiative est la conséquence du rôle essentiel que jouent les programmes de transfert de technologie des universités locales dans la diffusion des connaissances nouvelles en science et en technologie. Ce rôle a été négligé ces dernières années à l'Université de Washington (UW), tandis qu'à l'Université de Colombie-Britannique (UCB) ces programmes sont florissants, bien que peu connus dans les milieux de la biotechnologie à Seattle.

Les principaux artisans du programme de déjeuners-causerie sont MM. Jim Severson, vice-recteur du Office of Intellectual Property and Technology Transfer de l'UW, et Angus Livingstone, directeur général du University Industry Liaison Office (UILO) de l'UCB. Tous deux, ils se sont occupé de poser les bases et les conditions de la collaboration entre les deux universités par rapport à leurs organismes respectifs. Ensuite, deux sociétés — l'une de la région de Seattle et l'autre de Vancouver — ont participé à une discussion entre experts; ces sociétés avaient été créées dans le but de mettre en application les technologies issues de ces universités.

En collaborant à cet événement, le consulat général du Canada à Seattle a pu faire connaître davantage l'UILO et son remarquable travail de commercialisation et d'octroi de licence dans le domaine des sciences de la vie — une initiative utile vu que l'UW faisait l'objet de critiques de la part des milieux d'affaires de la région, parce qu'elle n'avait pas commercialisé suffisamment le produit de ses recherches.

L'UILO a joué un rôle primordial dans la création d'une majorité de sociétés de biotechnologie en Colombie-Britannique, comme **QLT**, **Inex Pharmaceuticals**, **Angiotech** et **Xenon Genetics**, pour n'en nommer que quelques-unes. Si ces entreprises — qui en étaient au premier stade de leur développement — n'avaient pas bénéficié du soutien et de la supervision de l'UILO, la Colombie-Britannique n'aurait tout simplement pas l'industrie biotechnologique qu'elle possède aujourd'hui.

Cet événement a permis aussi à l'UCB de manifester sa qualité de chef de file dans le domaine et d'exposer ses capacités de recherche et de développement et, on espère, de stimuler l'intérêt de la collectivité de Seattle pour la recherche coopérative. Plus de 60 invités, y compris des représentants commerciaux, des sociétés d'investissement en capital-risque et des représentants du bureau de direction politique du gouverneur de l'État de Washington, étaient présents à cet événement transfrontalier.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Jane Shaw, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Seattle, tél. : **(206) 770-4081**, téléc. : **(206) 443-9735**, courriel : **jane.shaw@dfait-maeci.gc.ca**

**Pour plus de renseignements** sur l'UILO à l'UCB, cliquer sur **www.uilo.ubc.ca** 🍁

### Sanction levées

## Débouchés en Iraq

*En adoptant la résolution 1483 le 22 mai dernier, le Conseil de sécurité des Nations Unies a levé la plupart des sanctions contre l'Iraq, à l'exception de l'embargo sur les armes, tandis que l'achat de pétrole irakien est encore sujet à certaines conditions, selon cette résolution. Le Canada prendra certaines mesures en vues de mettre en œuvre la résolution 1483.*

### Débouchés

Les efforts de reconstruction en sont au stade embryonnaire et se limitent à des contrats financés par le gouvernement des États-Unis, la plupart d'entre eux gérés par la United States Agency for International Development (USAID). Cependant, les contrats de sous-traitance du gouvernement des États-Unis offrent des possibilités aux entreprises canadiennes. L'ambassade du Canada à Washington suit de près le cours des événements avec les responsables américains et a préparé un site internet (**www.dfait-maeci.gc.ca/sell2usgov/iraqusaid-fr.asp**) pour aider les exportateurs canadiens à dépister les occasions qui pourraient se présenter. Les responsables américains ont confirmé que les soumissionnaires canadiens sont les bienvenus.

La société californienne Bechtel Corporation a été choisie par l'USAID pour diriger les travaux de conception, de remise en état, d'amélioration et de reconstruction de l'infrastructure de l'Iraq. Pour obtenir de l'information à ce sujet, consulter le site internet de Bechtel : **www.bechtel.com/iraq.html**

### Le rôle du Canada

Le premier ministre Jean Chrétien a annoncé, le 14 mai dernier, que le Canada allouera 200 millions de dollars supplémentaires pour faire face aux besoins humanitaires et de reconstruction de l'Iraq. Cela porte la contribution totale du Canada à plus de 300 millions de dollars et démontre l'engagement continu du Canada, dans le cadre des efforts internationaux, de venir en aide au peuple irakien.

*voir page 8 — L'Iraq*

# La JICA — suite de la page 1

## Avantage concurrentiel

Alors que les sociétés japonaises sont particulièrement fortes en ingénierie, les fournisseurs canadiens excellent dans les domaines moins techniques, comme la santé, l'éducation, la gouvernance et l'intégration de la femme au développement, qui deviennent une composante de plus en plus importante des activités de développement de la Banque mondiale et de la JICA.

Les propositions pour les projets de la Banque mondiale et de la BAsD sont jugées en fonction de la compétence technique et de la compétitivité des coûts. L'ajout de contenu canadien peut aider une entreprise japonaise à présenter une soumission plus concurrentielle, étant donné que le dollar canadien est très attrayant par rapport au yen. Les Canadiens peuvent également aider les sociétés japonaises à rédiger les documents (qui doivent être présentés en anglais).

## La JICA : un énorme débouché

Par ailleurs, les projets financés par la JICA

constituent un débouché pour les cabinets d'experts-conseils canadiens. La JICA est chargée du volet de coopération technique de l'aide publique au développement (APD) du Japon — et le Japon offre les programmes d'aide au développement les plus généreux au monde. Ces dernières années, il a fourni près du quart de l'APD mondiale, avec des dépenses de quelque 20 milliards de dollars américains par année.

L'un des programmes les plus susceptibles d'intéresser les fournisseurs canadiens est celui des études de développement, comme des études de faisabilité, que la JICA utilise pour planifier des projets de suivi financés par des subventions ou des prêts. Vu que la JICA ne conclut des marchés qu'avec des entreprises établies au Japon et déjà inscrites chez elles, la sous-traitance est la meilleure solution pour les sociétés canadiennes.

## Un rapport sur les possibilités

Un nouveau rapport en ligne rédigé par l'Agence canadienne de développement international et intitulé — « JICA — Passa-

tion de contrats avec les experts-conseils étrangers » [www.infoexport.gc.ca/ifinet/jica-f.htm](http://www.infoexport.gc.ca/ifinet/jica-f.htm) — décrit le processus d'approvisionnement de la JICA et fournit des conseils en commercialisation et offre des coordonnées. Il dresse également la liste des 20 principaux cabinets d'experts-conseils japonais qui réalisent 70 % des projets financés par la JICA.

Une fois un partenaire éventuel trouvé sur cette liste, l'ambassade du Canada à Tokyo peut faciliter les présentations, un élément essentiel du processus, et donner des conseils. Les sociétés canadiennes prêtes à rendre visite à des cabinets japonais qui participent à des projets financés par la JICA et à établir la confiance nécessaire pour nouer des liens à long terme, ont d'excellentes chances de réussir.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Masanobu Tsukada, agent commercial, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : **(011-81-3) 5412-6223**, courriel : [tokyo.er@dfait-maeci.gc.ca](mailto:tokyo.er@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.jica.go.jp/english](http://www.jica.go.jp/english) 🍁

On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) — rubrique « Cap sur le Japon ».

À la recherche de financement pour l'expansion en Asie?

## Allez vers Hong Kong

**H**ong Kong est, après le Japon, le plus gros centre régional de financement par capitaux propres d'Asie. On y compte plusieurs centaines de sociétés de capital-risque administrant des sommes qui totalisent 50 milliards de dollars US environ, soit l'équivalent de 30 % du marché du capital-risque privé dans la région. Les sociétés d'investissement fournissent des capitaux à toutes sortes d'entreprises, des plus jeunes jusqu'à celles établies depuis longtemps, œuvrant dans toutes sortes de domaines allant des nouvelles technologies aux projets d'infrastructures.

Mais les financiers de Hong Kong ne sont pas des « prêteurs de dernier recours ». Cependant, ils sont ouverts à l'idée de financer des entreprises canadiennes qui s'orientent fortement vers le marché asiatique.

Compte tenu de la volatilité qui a caractérisé les marchés des titres participatifs au cours de la dernière année, les fonds de capital-risque privé sont dans la mire de leurs investisseurs, qui leur reprochent des rendements insuffisants. Depuis quelque temps, les investisseurs de Hong Kong soutiennent les entreprises qui ont atteint un certain stade de développement, plutôt

que les entreprises en démarrage, et ils visent le contrôle de la gestion. La plupart préfèrent investir dans des entreprises relativement bien développées qui possèdent une technologie éprouvée et dont les applications visent clairement les marchés asiatiques.

## Trouver un partenaire local

En raison de son industrie manufacturière extrêmement concurrentielle et de son vaste marché intérieur, la Chine est un marché prioritaire pour de nombreux investisseurs en capital-risque asiatiques, notamment ceux

de Hong Kong. S'associer avec un bon partenaire stratégique local sera souvent un gage de succès, et l'investisseur en capital-risque peut être ce partenaire. Les sociétés d'investissement hongkongaises croient que les entreprises canadiennes devraient aborder les marchés asiatiques par l'intermédiaire de manufacturiers ou de distributeurs établis en Asie. En Chine, par exemple, des sociétés qui ont des réseaux de distribution bien établis recherchent activement des partenaires qui possèdent une technologie de pointe qu'elles pourraient intégrer dans leurs produits. De plus, la Chine possède une industrie manufacturière à faibles coûts, de classe mondiale, dans des secteurs aussi variés que les technologies de l'information, les instruments médicaux, les soins de santé et la transformation des aliments.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Amy Yung, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : **(011-852) 2847-7414**, courriel : [amy.yung@dfait-maeci.gc.ca](mailto:amy.yung@dfait-maeci.gc.ca) 🍁

# Les produits naturels et biologiques à l'honneur

**E**n avril, le haut-commissariat du Canada à Londres a participé pour la troisième année à **Natural & Organic Products Europe 2003** (Produits naturels et biologiques Europe 2003) à Londres. Cette exposition de première importance pour le secteur des produits naturels au Royaume-Uni attire des visiteurs et des exposants de partout au monde.

Le Canada a de nouveau participé activement à l'exposition, où il a présenté une gamme de produits allant des cosmétiques et des articles de toilette aux jus de fruits purs, aux barres santé et aux pastilles pour la gorge à l'échinacée. C'était la première fois que le haut-commissariat présentait des produits et des brochures publicitaires envoyés par des entreprises canadiennes pour être exposés au pavillon du Canada. La présentation a donné de très bons résultats, tant pour les entreprises étrangères à la recherche de nouveaux fournisseurs que pour les participants canadiens, ce qui permet de croire que cette initiative pourrait devenir un aspect permanent du pavillon.

## Produit canadien couronné de succès

L'une des entreprises canadiennes participantes, **Canus Lait de Chèvre**, a obtenu un prix dans la catégorie « meilleur nouveau produit non alimentaire » pour son beurre corporel onctueux et riche. Canus produit une variété de produits à base de lait de



De gauche à droite : MM. Rick Le blanc, André Beauregard, et Claude Beauregard de Canus, à l'exposition.

chèvre, notamment du savon, parfumé ou non, du savon liquide, de la lotion et du beurre corporels, du lait de bain moussant et une gamme de produits pour enfants. Misant sur les propriétés hydratantes et

régénérantes bien connues du lait de chèvre, Canus a commencé à vendre ses produits dans toute l'Amérique du Nord.

L'entreprise québécoise a été établie vers le milieu des années 90 par deux partenaires qui avaient été mis à contribution pour le développement d'une gamme de savons à base de lait de chèvre. Dans le cadre de ce projet, les deux associés se sont mis en rapport avec une coopérative de transformation de lait de chèvre, près de Montréal, qui a accès à plus de 2 500 chèvres. Leurs efforts ont donné lieu à la production d'une gamme complète de produits de luxe pour la peau à base de lait de chèvre. Les produits Canus font maintenant leur entrée sur le marché du Royaume-Uni et sont distribués par Tree of Life. On les trouve dans les magasins d'aliments naturels.

**Pour plus de renseignements** ou pour exposer à **Natural & Organic Products Europe 2004 (4-5 avril 2004)**, communiquer avec M<sup>me</sup> Ros Burridge, courriel : [ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca) ou M<sup>me</sup> Michelle Gartland, courriel : [michelle.gartland@dfait-maeci.gc.ca](mailto:michelle.gartland@dfait-maeci.gc.ca) ❁

On trouvera la liste des exposants et des participants canadiens à la présentation à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) — rubrique « Foires et missions commerciales ».

## La crème de la crème accourt à Paris

# Le homard canadien au menu

C'est sous la présidence du ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, de l'ambassadeur du Canada en France, M. Raymond Chrétien, et en la présence du sous-ministre du Commerce international, M. Len Edwards, que s'est tenu, le 29 avril dernier à Paris, le lancement avec la presse française du « Menu Tout Homard du Canada », au restaurant Le Procope (le plus ancien café du monde, fondé en 1686).

Cette année marquait le 10<sup>e</sup> anniversaire de la collaboration canadienne avec les Frères Blanc dans le cadre de *Mois du homard canadien* à Paris. Pour l'occasion, le chef Jean Soulard, du **Château Frontenac-Fairmont** de Québec, a présenté un délicieux *Menu Tout Homard*

du Canada, qu'il a lui-même concocté. Parmi les personnalités invitées présentes, citons : Diane Tell, chanteuse québécoise; Line Renaud, chanteuse française très connue au Canada; René Dupéré, compositeur du Cirque du Soleil; Jasmine Seite de Starmania; Marcella Maltais, peintre; Gabrielle Lazure, comédienne canadienne; et Momo Dridi, champion français du kick-boxing.

La présence de ces vedettes a été fort remarquée et n'a pas manqué de stimuler la venue de nombreux journalistes de journaux, revues et autres médias tels que le *Figaroscope*, le *Figaro Madame*, *First Class*, *Gala*, *Ici Paris*, *ParisMatch*, *Le point*, *Point de Vue*, *TV Magazine*, *Télé 7 Jours*, *Valeurs Actuelles*, *Gourmands Associés*, *L'Express*, *l'AFP*, *Radio Canada*, *France 3*, et *Europe 1*.



Au restaurant Le Procope à Paris (de gauche à droite) : le chef Jean Soulard; les chanteuses Diane Tell et Line Renaud; l'ambassadeur du Canada à Paris, M. Raymond Chrétien; et la comédienne Gabrielle Lazure.

Le *Menu Tout Homard du Canada* était offert, du 12 mai au 15 juin 2003, dans 9 brasseries parisiennes (Charlot, Le Petit Zinc, Le Procope, Brasserie Lorraine, Fermette Marbeuf, L'Appart, L'Alsace, Le Grand Café et Au Pied de Cochon) des Frères Blanc.

**voir page 6 — Le homard**

Progrès récents dans la lutte contre la corruption

## Un pas de plus vers le commerce équitable

**L**a corruption pèse lourd sur le commerce équitable à l'échelle internationale. En effet, il faut désormais compter la corruption comme un « bien d'usage » dans le commerce mondial. Or, cette pratique fausse les termes de l'échange. Il s'agit simplement (d'après une étude réalisée conjointement par le Centre Carter et la société PricewaterhouseCoopers) d'une « taxe cachée » sur le commerce. Les exportateurs canadiens se plaignent depuis longtemps d'être défavorisés à l'étranger devant des concurrents sans scrupules d'autres pays qui recourent à la corruption pour assurer la commercialisation de leurs produits. La bonne nouvelle, c'est que l'on s'emploie actuellement à mettre en place des règles du jeu équitables.

### Lutter à l'étranger...

En 1999 entrait en vigueur une convention de l'OCDE contre la corruption d'agents publics étrangers. Cette convention est aujourd'hui signée par les 30 pays membres de l'OCDE ainsi que par 5 autres pays non membres (l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Bulgarie et la Slovaquie) qui y ont adhéré volontairement. La ratification de cette convention par le Canada s'est traduite par l'adoption d'une toute nouvelle loi fédérale — la Loi sur la corruption d'agents publics étrangers — qui criminalise la corruption d'agents publics étrangers. La ratification, par le Canada, de cette convention a notamment permis de dépasser le nombre de pays signataires requis pour que la Convention entre en vigueur. Depuis lors, la Convention a été ratifiée et mise en œuvre par la quasi-totalité des autres pays.

En 2000, le Canada, qui était déjà un pays signataire, a déposé son instrument de ratification de la Convention interaméricaine contre la corruption, un puissant traité de l'Organisation des États américains (OEA) qui impose à 28 pays des Amériques de créer, de maintenir et de renforcer des normes rigoureuses afin de lutter contre la corruption et de garantir l'inté-

grité de la fonction publique. Un mécanisme de suivi visant à évaluer l'application de la Convention a aussi été mis en place.

Les conventions de l'OCDE et de l'OEA constituent des progrès importants dans la lutte internationale contre la corruption. Les travaux de l'ONU concernant l'élaboration d'une convention mondiale anticorruption vont bon train — il s'agit là d'un grand pas en avant en seulement soixante années d'existence. On peut s'attendre à l'avenir à des mesures plus rigoureuses reflétant l'intolérance croissante à l'échelle internationale à l'égard du fléau qu'est la corruption.

### ... et lutter chez soi

Les exportateurs canadiens devraient bien sûr se réjouir de la mise en place de règles du jeu équitables pour tous à l'échelle internationale, mais ils ont aussi un important rôle à jouer à cet égard. En effet, avant d'exiger des autres qu'ils se conforment aux nouvelles conventions, il faut s'assurer qu'on s'y conforme soi-même. Les exportateurs canadiens devront donc accroître leur vigilance relativement aux gestes que posent leurs employés (en particulier leurs agents) qui font des affaires internationales. Une condamnation au criminel en vertu de la nouvelle loi canadienne serait une véritable

catastrophe aux proportions inimaginables pour l'avenir de n'importe quelle entreprise; même une poursuite ou de simples allégations nuiraient fort à la réputation de l'entreprise de l'exportateur.

Un second rôle pour les exportateurs canadiens — mais un rôle tout aussi important — est de ne pas hésiter à porter plainte contre les actes de corruption posés par des concurrents provenant de pays membres de l'OCDE ou de l'OEA auprès des autorités canadiennes pour qu'une intervention diplomatique puisse être envisagée. Il n'en résultera pas nécessairement des sanctions directes, mais le « tapage » que ces plaintes feront dissuadera d'agir ceux qui donnent les pots-de-vin et ceux qui les acceptent.

Une bonne gestion interne et une diligence raisonnable de la part des exportateurs, par exemple au chapitre de la formation des employés et agents ainsi que de la mise en application, sont essentielles. De telles mesures ne seront pas perdues pour les tiers, c'est-à-dire les autres intervenants sur le marché. En effet, la perception et l'acceptation de l'instauration à l'échelle internationale d'un nouveau régime anticorruption gagneront du terrain, ce qui est essentiel à la mise en place de règles équitables. ✨

*Article écrit par M. P. K. Pal, conseiller en déontologie et gestion des sociétés pour le cabinet d'avocats Flavell Kubrick LLP, à Ottawa. M. Pal donne de nombreuses conférences sur l'éthique et la gouvernance et siège au conseil d'administration de la section canadienne de l'organisme Transparency International.*

## Le homard canadien au menu

### — suite de la page 5

Les partenaires associés aux Frères Blanc pour cette grande opération de lancement sont **Air Canada**, **Vacances Air Canada**, Agriculture et Agro-alimentaire Canada (AAC), la Commission canadienne du Tourisme, la **chaîne des Hôtels Fairmont**, et l'ambassade du Canada à Paris.

Un tel événement, hautement médiatisé auprès des consommateurs étrangers, est un formidable véhicule de promotion de l'excellence et de la qualité des produits canadiens. La preuve : plus de 700 tonnes de homard frais canadien sont expédiées vers la France chaque année. L'an dernier, le mois du homard dans ces 9 brasseries de haut de gamme en a écoulé plus de 10 tonnes.

**Pour tout renseignement**, communiquer avec M<sup>me</sup> Lucie Tremblay, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Paris, tél. : **(011-33) 1-44-43-23-70**, téléc. : **(011-33)1-44- 43-29-98**, courriel : **lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.amb-canada.fr/** ✨

## Salon santé à suivre en Arabie

**JEDDAH, ARABIE SAOUDITE** — 28 septembre-2 octobre 2003 — **Saudi HealthCare 2003** est une exposition commerciale et conférence internationale sur le thème des soins médicaux, des assurances, des soins dentaires, des produits pharmaceutiques, de l'équipement scientifique et du matériel de laboratoire qui est organisée en parallèle avec **Saudi Hospital**, la plus importante manifestation internationale en Arabie saoudite sur l'infrastructure, les fournitures et les accessoires non médicaux destinés aux hôpitaux.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Rasha Serry, agente de commerce, ambassade du Canada à Riyad, courriel : [rasha.serry@dfait-maeci.gc.ca](mailto:rasha.serry@dfait-maeci.gc.ca) Les frais de participation peuvent être couverts en partie par le MAECI dans le cadre de son Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

**Pour plus de renseignements** sur le PDME, cliquer sur [www.infoexport.gc.ca/pemd/menu-f.asp](http://www.infoexport.gc.ca/pemd/menu-f.asp) ❁

## GROSSES BOUCHÉES EN ALLEMAGNE

**COLOGNE, ALLEMAGNE** — 11-15 octobre 2003 — Les entreprises canadiennes qui souhaitent tirer parti des débouchés qui s'offrent dans le secteur agroalimentaire pourront se joindre au pavillon du Canada au salon **ANUGA 2003**. En 2001, cette exposition a attiré plus de 188 000 acheteurs de 147 pays.

La participation canadienne à ANUGA 2003 sera organisée et gérée par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Les exposants bénéficieront d'un ensemble de services de grande qualité, dont des installations de télécommunications, des salles de réunion, de l'information commerciale et des renseignements sur le marché ainsi que des services de soutien sur place pour les activités de promotion.

**Pour plus de renseignements** et pour vous joindre au pavillon du Canada, communiquer avec M. Brian Bonner, agent des affaires internationales, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : **(613) 759-7642**, téléc. : **(613) 759-7506**, courriel : [bonnerb@agr.gc.ca](mailto:bonnerb@agr.gc.ca) internet pour s'inscrire : <http://ats.agr.ca/events/f3419.htm> ou [www.anuga.com](http://www.anuga.com) ❁

## Expo pétrole et gaz naturel

**ALMATY, KAZAKHSTAN** — 7-10 octobre 2003 — Encouragées par le succès de l'an dernier, les autorités de l'ambassade du Canada à Almaty ont l'intention de monter un kiosque national plus grand à **KIOGE 2003**, l'exposition internationale du Kazakhstan sur le pétrole et le gaz naturel.

Le secteur pétrolier et gazier du Kazakhstan offre des débouchés considérables aux sociétés canadiennes spécialisées dans l'extraction, la transformation, le transport et le stockage du pétrole. Étant donné les caractéristiques particulières des formations pétrolifères au Kazakhstan (grande profondeur, pression, teneur en soufre), les entreprises canadiennes qui maîtrisent des technologies de forage ou de transformation y trouveront de bonnes occa-

sions d'affaires. Il existe aussi des possibilités intéressantes pour les entreprises canadiennes qui fabriquent de l'appareillage pour les champs pétrolifères et gaziers (p. ex., matériel de forage et matériel de tête de puits, arbres de Noël, robinets, pompes, outils de repêchage et compresseurs) et celles qui offrent des services d'ingénierie et de géophysique.

Les entreprises qui veulent s'inscrire comme co-exposant au kiosque du Canada, suivant une formule à frais partagés, sont invitées à communiquer avec les personnes ci-dessous, pour discuter des frais de participation et des services offerts aux exposants. L'attribution de l'espace se fait selon le principe du premier arrivé, premier servi. Les entreprises qui ne sont pas en mesure d'assister à l'événement pourront disposer

## Une mission toute santé en Italie

**BOLOGNE, ITALIE** — 11-14 septembre 2003 — Le consulat général du Canada à Milan organise pour la deuxième année une mission groupant des fabricants canadiens de produits nutraceutiques, de produits de phytothérapie, d'intégrateurs de régime et de vitamines.

Cette mission se rendra à **SANA**, 15<sup>e</sup> exposition internationale axée sur les produits naturels, la nutrition, la santé et l'environnement. Les entreprises canadiennes participantes auront l'occasion de présenter leurs produits et leurs documents publicitaires au pavillon du Canada et de rencontrer des exposants et des visiteurs italiens et internationaux.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Sandra Marchesi, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : **(011-39-02) 6758-3351**, téléc. : **(011-39-02) 6758-3900**, courriel : [sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.canada.it](http://www.canada.it) or [www.sana.it](http://www.sana.it) ❁

leur matériel publicitaire dans le kiosque du Canada.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Michael Reshitnyk, délégué commercial, Direction de l'Europe de l'Est, MAECI, tél. : **(613) 996-7701**, courriel : [michael.reshitnyk@dfait-maeci.gc.ca](mailto:michael.reshitnyk@dfait-maeci.gc.ca) ou, à l'ambassade du Canada au Kazakhstan, avec M<sup>me</sup> Sophie Bibeau, déléguée commerciale, courriel : [sophie.bibeau@dfait-maeci.gc.ca](mailto:sophie.bibeau@dfait-maeci.gc.ca) ou M. Arthur Iralin, agent de commerce, courriel : [arthur.iralin@dfait-maeci.gc.ca](mailto:arthur.iralin@dfait-maeci.gc.ca) tél. : **(011-7-3272) 501-151**, téléc. : **(011-7-3272) 582-493**, internet : [www.caspianworld.com](http://www.caspianworld.com) ou [www.iteca.kz](http://www.iteca.kz) ou [www.ite-exhibitions.com/og/kioge/](http://www.ite-exhibitions.com/og/kioge/) ❁

Pour un aperçu du marché, consulter la version intégrale à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) — rubrique « Foires et missions commerciales ».

## Foires commerciales en Inde

**MUMBAI, INDE** — 21-22 septembre 2003 — **Globoil India** est une conférence et exposition internationale sur l'huile végétale, la nourriture, les ingrédients, les grains huileux et les services et industries dans ce domaine. C'est le plus grand événement visant l'huile comestible en Inde. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Ram Gupta, conseiller commercial principal, haut-commissariat du Canada à New Delhi, tél. : **(011-91-11) 2687-6500**, téléc. : **(011-91-11) 2687-5387/**

**6579**, courriel : **ram.gupta@dfait-maeci.gc.ca**

**NEW DELHI, INDE** — 7-9 janvier 2004 — **IFE India**, une exposition internationale consacrée aux produits alimentaires, aux boissons et à l'accueil, aura lieu en janvier 2004 (plutôt qu'en septembre 2003). **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Anita Verma, gestionnaire de projet, ITE Group, téléc. : **(011-0091-11) 2981-9416**, courriel : **ite@nda.vsnl.net.in** ❁

## Salon du livre en Italie — suite de la page 1

Le Canada était à l'honneur le mois dernier au **Salon international du livre de Turin**, l'une des plus importantes manifestations du genre en Europe. Cet honneur — et cette occasion de mieux faire connaître les écrivains et éditeurs canadiens — témoigne du succès considérable que remporte le développement des marchés d'exportation du livre canadien depuis vingt ans.

Depuis quelques années, plus de 200 écrivains canadiens ont vu leurs œuvres traduites en italien — un nombre remarquable compte tenu de la taille de la population canadienne — et 22 écrivains canadiens parmi les plus réputés, dont Yann Martel, Alistair MacLeod et Gaétan Soucy, lauréats de prix internationaux, ont été invités à faire connaître leurs œuvres dans le cadre d'une campagne-éclair de promotion. Pendant cinq jours, ils ont tenu des points de presse, donné des conférences, participé à des débats et assisté à des lancements. Ils étaient accompagnés par un certain nombre d'éditeurs canadiens qui s'étaient rendus sur place pour vendre les droits de traduction de titres

canadiens en italien et pour explorer les débouchés qu'offre ce marché.

La présence canadienne à Turin a été hautement médiatisée en Italie, de grands quotidiens et hebdomadaires y ayant consacré divers articles et dossiers, et l'ouverture du pavillon du Canada s'est faite en présence de nombreuses caméras de télévision. Cette place d'honneur accordée au Canada ne favorise pas seulement nos écrivains et la vente de droits, elle contribue aussi à renforcer l'image du Canada à l'étranger comme pays caractérisé par la richesse et la diversité et réputé pour sa tradition d'excellence. Un tel honneur accroît le rayonnement du Canada et stimule encore plus les échanges commerciaux.

La présence canadienne — fruit de la collaboration entre le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), de Patrimoine canadien, du Conseil des arts du Canada et de l'**Association pour l'exportation du livre canadien** — était concentrée dans un imposant pavillon où étaient exposés plus de 300 titres canadiens. Par ailleurs, un fournisseur local de livres a indiqué que les affaires réalisées

## L'Iraq — suite de la page 3

Avant la guerre du Golfe, l'Iraq était l'un des plus importants marchés du Canada au Moyen-Orient, le commerce bilatéral atteignant un sommet de plus de 375 millions de dollars en 1989. Bien que l'Iraq possède tout le potentiel nécessaire afin de redevenir un marché intéressant pour les entreprises canadiennes, des problèmes considérables restent encore à surmonter, à court comme à moyen terme, dont l'absence d'un gouvernement irakien, et des dettes importantes. Lorsque ces problèmes seront réglés, les entreprises canadiennes devraient pouvoir participer pleinement et sans entraves à la relance à long terme de l'Iraq.

**Pour plus de renseignements** sur la contribution du Canada, cliquer sur le **www.pm.gc.ca** et le **www.acdi-cida.gc.ca/irak**. Le Bureau de la coordination des affaires humanitaires des Nations Unies est l'organisme qui coordonne l'aide humanitaire internationale en Iraq.

**Pour plus de renseignements** concernant les possibilités commerciales offertes par les organismes onusiens d'aide humanitaire en Iraq, consulter IFInet : **www.infoexport.gc.ca/ifinet/un/agencies-f.htm**

**Pour des renseignements généraux**, communiquer avec la Direction du Moyen-Orient, MAECI, courriel : **gmr@dfait-maeci.gc.ca** téléc. : **(613) 944-7975**. ❁

lors de cette manifestation avaient largement dépassé ses espérances, ayant vendu plus de 2 500 livres d'auteurs canadiens.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Patrick Riel, MAECI, tél. : **(613) 995-1874**, courriel : **patrick.riel@dfait-maeci.gc.ca** ❁

### Service des renseignements

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

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

Postes Canada  
Numéro de convention 40064047