

## Les diamants canadiens brillent en Belgique

### Dans ce numéro

- 2 CCC : débouchés à l'exportation
- 3 Votre marché : notre expertise
- 4 Améliorations à la frontière américaine  
Mission commerciale confection pour dames
- 5 Salon des produits naturels à Londres
- 6 Percée de St. Lawrence Textiles au Japon
- 7 Sondage auprès des clients du SDC
- 8 Foires et missions commerciales

**L**a visite du Ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, le 9 janvier dernier, en Belgique, a permis, entre autres, de donner un nouvel éclat à nos ventes de diamants — qui sont fort prisés dans le monde entier — auprès de ce pays qui est le quatrième marché d'exportation en Europe pour le Canada.

La réunion avec le Conseil Supérieur du Diamant (CSD) à Anvers — carrefour du marché des diamants — aura permis la consolidation de nos rapports avec l'association diamantaire la plus influente en Belgique. Elle aura aussi permis de rencontrer les deux partenaires du projet Diavik, soit Aber et Rio Tinto, qui ont investi 1,3 milliard de dollars pour la mise en œuvre de la deuxième mine de diamant du Canada dans les Territoires-du-Nord-Ouest.

Le projet Diavik devrait créer des emplois pour 450 mineurs, et on prévoit l'arrivée à Anvers des premiers diamants de cette mine, en mai.

*voir page 5 — Les diamants*



Le Ministre Pettigrew (à droite), en compagnie de M. Christopher Ryder, directeur exécutif du bureau de vente de BHP-Billiton Diamonds à Anvers, examine un bel échantillon de diamants canadiens.

Vol. 21, n° 3  
17 février 2003

Supplément  
**LE CHILI, PUISSANCE ÉCONOMIQUE  
EN AMÉRIQUE DU SUD**  
(voir l'encart)

## Réussite CANDU en Chine

Le 5 janvier 2003, la mise en service commerciale du réacteur nucléaire CANDU de la tranche 1 de Qinshan III a été acceptée par le propriétaire chinois, la Third Qinshan Nuclear Power Corporation (TQNPC). La construction du réacteur en moins de temps que prévu et la mise en service sont l'aboutissement d'efforts déployés durant huit ans, d'abord dans la commercialisation, puis dans la construction, par l'Énergie atomique

du Canada Liée (EACL), par le gouvernement du Canada et par ses partenaires commerciaux.

Le projet d'infrastructure d'une valeur de 4 milliards de dollars est le plus important que le Canada ait entrepris en Asie. Le premier ministre Jean Chrétien, qui a visité le site en 2001, a joué un grand

*voir page 6 — Le CANDU*

L'aiguille dans une botte de foin

## Débouchés à l'exportation avec la CCC

Les marchés publics internationaux sont évalués à 5 billions de dollars américains. Et de plus en plus de ces marchés sont annoncés sur des babillards ou dans des journaux électroniques, par exemple FedBizOps, aux États-Unis, et Tenders Electronic Daily (TED), dans l'Union européenne. Toutefois, le dépouillement de ces sources de débouchés représente un travail monstre, en particulier pour les PME.

Heureusement, il y a SourceCAN, marché électronique conçu dans le cadre d'un partenariat public-privé réunissant Industrie

Canada (IC), la Corporation commerciale canadienne (CCC) et HyperNet. Chaque jour, des fournisseurs canadiens de produits et de services prennent connaissance de milliers d'appels d'offres lancés par des sociétés privées et des organismes publics, au Canada comme à l'étranger, et susceptibles de les intéresser.

Dans le cadre de sa participation à SourceCAN, la CCC se concentre sur le marché d'exportation, plus spécialement sur l'évaluation et le tri des débouchés, le jumelage fournisseurs-appels d'offres et les services-conseils sur les soumissions à présenter. Elle commence d'abord par accéder aux journaux électroniques d'intérêt, ce qui déjà économise temps et argent aux entreprises canadiennes. Elle parcourt ensuite les appels d'offres et exclut les marchés auxquels le Canada n'a pas le droit de participer ou ceux pour lesquels les entreprises canadiennes ne seraient sans doute pas concurrentielles.

Les appels d'offres présentant de l'intérêt sont affichés sur le site internet de SourceCAN ([www.sourcecan.com](http://www.sourcecan.com)), de Merx ([www.merx.com](http://www.merx.com)), de PODS ([www.pods.net](http://www.pods.net)) et transmis par courriel aux utilisateurs inscrits, en se fondant sur leur profil d'entreprise. Cette façon de procéder permet à la CCC de s'assurer que seuls les débouchés les plus prometteurs sont communiqués aux entreprises clientes.

### La CCC est là pour vous aider!

Quand une entreprise décide de participer à un appel d'offres, la CCC peut l'aider à comprendre le processus d'approvisionnement en cause et à obtenir le dossier d'appel d'offres. Elle peut également donner des conseils à l'entreprise afin de l'aider à présenter la meilleure soumission ou proposition possible. Encore une fois, cette aide est fournie gratuitement à l'utilisateur.

« Les entreprises considèrent que le travail de sélection effectué par la CCC dans les journaux électroniques est très utile et constitue un service comportant une importante valeur ajoutée », affirme

**Le Canada : un allié puissant pour vos exportations**



La **Corporation commerciale canadienne (CCC)** 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](http://www.ccc.ca)

M. Ron Linton, gestionnaire du service de Jumelage pour les marchés publics, à la CCC. « Elles pensent aussi que grâce à SourceCAN, elles décrochent de nouveaux marchés à l'exportation. »

Les entreprises admissibles à la recherche de nouveaux débouchés à l'exportation peuvent accroître le nombre de marchés publics auxquels elles participent en jouissant de l'avantage concurrentiel que leur assure l'appui de la CCC.

La CCC est une société d'État qui a pour mandat de faciliter le commerce international, notamment en ce qui a trait aux marchés publics. Elle accroît la confiance des acheteurs étrangers dans les entreprises canadiennes en leur fournissant une garantie de l'État que les modalités du contrat seront respectées. Cette garantie ouvre des portes et assure des conditions avantageuses.

En général, la CCC sert de maître d'œuvre : elle signe un contrat avec l'acheteur étranger et un contrat avec l'exportateur canadien. En outre, elle peut aider les exportateurs à accroître leur capital circulant avant expédition à même des sources commerciales et offre toute une gamme de

*voir page 5 — Débouchés*

Rédactrice en chef :

**Suzanne Lalonde-Gaëtan**

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](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)

Web site:

[www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://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) 992-7114**. Pour la version 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

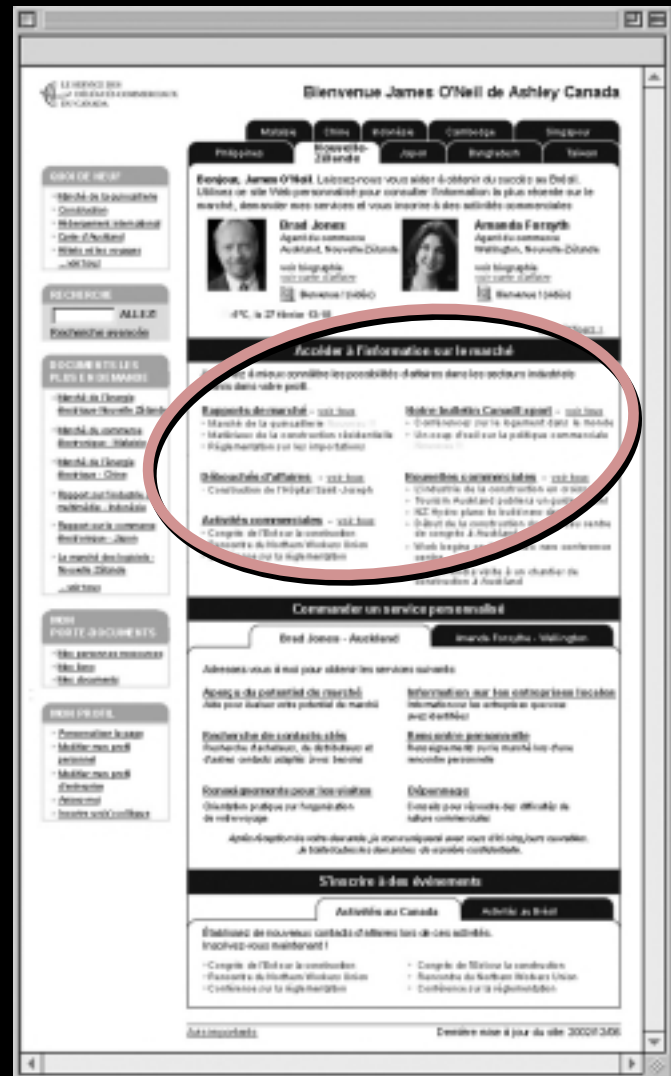
Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en direct et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés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

## Votre marché : notre expertise

Les délégués commerciaux du Canada consacrent leur temps à dénicher des occasions d'affaires pour le bénéfice des entreprises canadiennes. Et grâce au Délégué commercial virtuel, ils vous permettent maintenant de profiter des efforts qu'ils déploient, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Le Délégué commercial virtuel permet d'obtenir des renseignements sur chacun de vos marchés cibles. Il suffit de cliquer sur l'onglet désignant le pays de votre choix au haut de la page afin de voir l'information sur ce marché apparaître immédiatement. Choisissez ensuite l'un des divers liens affichés dans la fenêtre *Accéder à l'information sur le marché* pour accéder aux plus récents rapports de marché, aux différents débouchés et activités commerciales, ainsi qu'aux nouvelles commerciales qui concernent votre secteur. Il vous est aussi possible d'être avisé par courriel dès que de nouveaux renseignements sont publiés.

**Prenez une longueur d'avance afin de profiter des débouchés à l'étranger et bénéficiez de notre expertise sur ces marchés. Inscrivez-vous auprès du Délégué commercial virtuel dès aujourd'hui!**



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

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

## Une année de progrès

# Améliorations à la frontière Canada-États-Unis

**L**ors de leur plus récente rencontre à Washington, le 6 décembre 2002, le vice-premier ministre, John Manley, et le gouverneur Tom Ridge ont émis un rapport d'étape marquant une année de progrès depuis la mise en place du Plan d'action pour une frontière intelligente.

Ce rapport confirme que la mise en application des dispositions énoncées dans le plan d'action et l'amélioration constante de l'efficacité des mesures prises par le Canada et les États-Unis pour assurer la sécurité de leur frontière commune suivent leur cours comme prévu. Même s'il reste beaucoup à faire, les autorités gouvernementales des deux pays ont d'ores et déjà fait des progrès notables en mettant en œuvre plusieurs des initiatives importantes prévues dans le plan d'action.

### Faciliter la circulation transfrontière à faible risque

Le programme des Expéditions rapides et sécuritaires (EXPRES) est l'une des pierres angulaires du Plan d'action pour une frontière intelligente. C'est une étape importante vers une rationalisation des formalités douanières, tout en améliorant la sécurité du trafic commercial transfrontière. EXPRES est un processus commercial harmonisé offert aux importateurs et aux transporteurs approuvés, ainsi qu'aux chauffeurs inscrits, grâce auquel les expéditions seront dédouanées, dans l'un et l'autre pays, avec une rapidité et une certitude accrues, ce qui permettra de réduire les coûts.

Le Canada et les États-Unis offrent actuellement ce processus de dédouanement accéléré aux principaux postes frontaliers suivants : Windsor-Detroit, Sarnia-Port Huron, Fort Erie-Buffalo, Douglas-Blaine, Queenston-Lewiston et Lacolle-Champlain.

### Nouveau projet pilote dans les aéroports canadiens

En janvier 2003, l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) a lancé un projet pilote pour accélérer les formalités de douane et d'immigration auxquelles doivent se soumettre les voyageurs qui rentrent au Canada, tout en améliorant la

sécurité : il s'agit de la lecture d'empreintes rétinienne, et cette technologie sera testée aux aéroports internationaux Pearson et de Vancouver.

Quelques précisions : le programme CANPASS-Aéroports permettra aux voyageurs préautorisés d'établir leur identité et de passer la douane simplement en regardant une caméra qui reconnaît les empreintes rétinienne. En limitant leurs interventions auprès de ces voyageurs préautorisés, les autorités douanières pourront se concentrer sur les voyageurs inconnus de leurs services. Le programme sera élargi et appliqué conjointement par les autorités douanières des États-Unis, de façon à ce que les voyageurs puissent bénéficier également de cette technologie pour passer la douane américaine. Le programme conjoint sera testé dans le cadre d'un projet pilote à l'aéroport MacDonald-Cartier d'Ottawa et à Dorval, l'aéroport de Montréal, à la fin de l'année 2003.

### Amélioration de l'infrastructure frontalière

Une infrastructure efficace et sécuritaire est l'une des priorités du Plan d'action pour une frontière intelligente. Le Canada et les États-Unis ont d'ores et déjà réservé des crédits à la modernisation de l'infrastructure frontalière. Ainsi, au Canada, les 600 millions de dollars du nouveau Fonds sur

l'infrastructure frontalière permettront d'apporter, sur cinq ans, des améliorations matérielles et technologiques aux principaux postes frontaliers.

En septembre 2002, les gouvernements du Canada et de l'Ontario ont annoncé qu'ils injecteraient 300 millions de dollars au cours des trois prochaines années dans un projet conjoint de modernisation des infrastructures au poste frontalier Windsor-Detroit. Dans le cadre du Plan d'action pour une frontière intelligente, des crédits ont également été alloués à la création de voies réservées pour les véhicules commerciaux et de tourisme à la frontière entre la Colombie-Britannique et l'État de Washington, ainsi qu'à l'amélioration des infrastructures routières et frontalières au poste frontalier Lacolle-Champlain, entre le Québec et l'État de New York.

**Pour des renseignements** sur le programme EXPRES : internet à [www.ccradrc.gc.ca/fast](http://www.ccradrc.gc.ca/fast) ou courriel à l'ADRC à : [fast-expres@ccra-adrc.gc.ca](mailto:fast-expres@ccra-adrc.gc.ca) **Pour des renseignements** sur le programme CANPASS-Aéroports, tél. : **1-800-842-7647**. **Pour savoir** où en est l'application du Plan d'action pour une frontière intelligente, communiquer avec la Direction des relations avec les États-Unis du MAECI, tél. : **(613) 944-7960** internet : [www.can-am.gc.ca](http://www.can-am.gc.ca) (cliquer sur « Coopération sur la frontière »). 🍁

## Mission commerciale : confection pour dames

**CHICAGO, ILLINOIS** — 22-25 mars 2003 — Si vous êtes fabricant de vêtements pour femmes et cherchez à vous introduire sur le marché américain, venez participer à la **Mission commerciale** axée sur le repérage de représentants dans le secteur de la confection pour dames, organisée par le consulat général du Canada à Chicago.

Dans le cadre de cet événement, vous pourrez assister à une séance d'information donnée par des spécialistes de l'industrie, exposer, en compagnie d'autres entreprises participantes, à **StyleMax** — un salon commercial consacré à la confection pour dames — et avoir accès aux centaines de représentants locaux qui visiteront le salon.

La **date limite** pour s'inscrire est le **4 mars 2003** selon l'ordre d'arrivée des demandes. **Pour informations** : M<sup>me</sup> Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada, Chicago, tél. : **(312) 327-3624**, courriel : [ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca](mailto:ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca) internet : [www.dfait-maeci.gc.ca/chicago](http://www.dfait-maeci.gc.ca/chicago) ou [www.mmart.com](http://www.mmart.com) 🍁

# Le salon des produits naturels

**LONDRES, ROYAUME-UNI** — 6 et 7 avril 2003 — **Natural Products Europe est**, de loin, le salon commercial le plus important organisé sur ce thème au Royaume-Uni (R.-U.). Plus de 4 000 acheteurs — venus de 54 pays et représentant des magasins de produits diététiques, des supermarchés, des pharmacies, des boutiques spécialisées, des traiteurs ou des distributeurs — ont visité ce salon en 2002.

En 2003, les exposants au salon et à **Organic Products Europe** — un nouveau salon commercial axé plus particulièrement sur les produits biologiques — se retrouveront dans le Grand Hall de l'Olympia dans le cadre de ce qui sera un événement d'une envergure sans précédent.

Un tiers des détaillants du R.-U. visitent ce salon chaque année, et les ventes réalisées à cette occasion représentent près de 90 % du chiffre d'affaires total dans ce secteur. En outre, des intervenants de premier plan comme Fresh & Wild, Planet Organic et GNC envoient toujours toute une équipe d'acheteurs. En 2002, on comptait parmi les visiteurs, les représentants d'entreprises comme Sainsbury's, Tesco, Asda, Safeway, Marks and Spencer, Boots et Holland & Barrett. Des acheteurs de

Harrods, Harvey Nichols, Fortnum & Mason et autres magasins prestigieux s'y rendent régulièrement aussi.

« Le salon prend de plus en plus d'envergure d'année en année, l'approche est plus professionnelle, les stands sont plus grands, mieux aménagés, et les exposants font preuve d'une plus grande créativité », déclare le directeur du salon, M. Chris Down. « Écoutez simplement les commentaires



des exposants et des visiteurs, et vous pourrez mesurer la passion, la motivation et le zèle extraordinaires qui animent les gens dans l'industrie des produits naturels et organiques, un secteur qui est clairement plus solide que jamais. » Alors que l'on prévoit une croissance qui atteindra le chiffre astronomique de 3,5 milliards de livres sterling au cours des trois prochaines années, il n'a jamais été aussi opportun de se joindre aux exposants.

Les entreprises qui ont exposé l'an dernier dans le pavillon canadien ont trouvé l'expérience très utile. Comme le soulignait un exposant : « Notre présence au salon nous a aidés à trouver des contacts au R.-U. et à rehausser l'image

de notre entreprise et de notre produit, alors qu'auparavant, nous devions nous contenter de l'espace limité que pouvait nous octroyer notre distributeur, dont l'activité était concentrée sur d'autres produits. Nous avons eu l'occasion de faire connaître notre marque à de nombreux détaillants de produits diététiques, et à la fin du salon, nous avons 70 pistes sûres à prospecter et 8 commandes. »

Cette année encore, le haut-commissariat du Canada à Londres organise un pavillon canadien. **Pour informations** sur la participation à titre d'exposant : M<sup>me</sup> Ros Burridge, haut-commissariat du Canada, Londres, tél. : **(011-44-20) 7258-6652**, courriel : **ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca** internet : **www.naturalproducts.dreamstation.com** ou M. Chris Down, directeur de l'exposition, ou M<sup>me</sup> Beverley Rees, directrice commerciale de la foire, tous deux de Full Moon Communications, tél. : **(011-44 -0) 1903-817305**, courriel : **info@naturalproducts.co.uk** 🍁

## Les diamants canadiens

— *suite de la page 1*

Le Ministre a également rencontré le directeur exécutif du bureau des ventes de BHP-Billiton à Anvers. Propriétaire de l'autre mine canadienne, Ekati, également dans les Territoires-du-Nord-Ouest, BHP a exporté pour \$553 millions de diamants canadiens à Anvers en 2001, comparable à la valeur qu'elle exporte annuellement depuis l'ouverture de la mine en 1998. L'ouverture de Diavik devrait faire doubler ce chiffre, ce qui se traduira par des exportations canadiennes de diamants totalisant plus de 1 milliard de dollars par an.

Selon le CSD, la moitié des budgets mondiaux d'exploration pour le diamant sont actuellement investis au Canada. Le

Ministre a par ailleurs félicité le CSD de son appui au développement de systèmes de certification pour les exportations de diamants de plusieurs pays africains.

**Pour tout renseignement** sur les débouchés en Belgique, communiquer avec M. Jean Bourassa, conseiller principal, Direction de l'Europe de l'Ouest, MAECI, tél. : **(613) 996-7544**, courriel : **jeanbourassa@dfait-maeci.gc.ca** ou M. Paul Desbiens, délégué commercial principal, ambassade du Canada à Bruxelles, tél. : **(011-32-2) 741-0620**, courriel : **pauldesbiens@dfait-maeci.gc.ca** 🍁

## Débouchés

— *suite de la page 2*

services, avant et après la passation des contrats ainsi que divers services consultatifs à la carte suivant le principe de l'utilisateur payeur.

La CCC tient à travailler avec SourceCAN afin d'apporter des améliorations constantes à cet ensemble unique de services. Par exemple, elle est à élargir le marché électronique que représente SourceCAN en l'enrichissant continuellement de nouveaux sites (après évaluation et tri) et améliore constamment les outils utilisés pour évaluer et jumeler les débouchés aux fournisseurs. La CCC travaille également avec le MAECI, IC, Exportation et développement Canada (EDC) et d'autres organismes, comme équipe Canada Inc., afin d'offrir aux exportateurs canadiens une gamme de services parfaitement adaptés à leurs besoins.

**Pour en savoir plus** sur le marché électronique de la CCC et SourceCAN, cliquer sur **www.ccc.ca** 🍁

St. Lawrence Textiles prend de l'expansion au Japon

## Baby's Own® populaire

**S**t. Lawrence Textiles, de Hawkesbury, Ontario, est une entreprise privée, établie de longue date qui fabrique, surtout pour l'exportation, des vêtements pour enfants, de la naissance à deux ans, ainsi que des vêtements de sport pour adultes. Il y a environ cinq ans, la haute direction a décidé d'explorer le marché japonais et a confié à un représentant sous contrat d'exclusivité, Mockingbird Trading Co., la tâche de promouvoir les articles fabriqués par l'entreprise auprès des jeunes familles japonaises attirées par les produits différents, haut-de-gamme et qui ont du style.



Au départ, les vêtements Baby's Own® — la marque bien connue des vêtements pour nouveau-nés fabriqués par l'entreprise — n'ont obtenu qu'un succès mitigé. Cependant, la propriétaire de Mockingbird, M<sup>me</sup> Rika Muratsubaki, bien épaulée par un membre de la section commerciale de l'ambassade du Canada à Tokyo, a réussi à élargir la clientèle de St. Lawrence Textiles. Ses nombreux contacts, au départ à Tokyo et ensuite, dans les autres grands centres, ont permis à Baby's Own® de s'imposer comme marque de vêtements de qualité pour enfants. St. Lawrence a pris des mesures pour assurer un approvisionnement continu du

marché japonais, quelle que soit la période de l'année, ainsi que des livraisons rapides aux clients renouvelant leurs commandes, tout en proposant des vêtements novateurs, qui répondent aux souhaits des parents. Par exemple, le Wraparound® Baby's Own® est un sous-vêtement qui est devenu très populaire grâce au côté pratique de sa conception unique.

La dernière innovation de l'entreprise, le Sock-foot Sleeper (brevet en instance), est un pyjama muni de chaussettes tricotées, ajustées mais extensibles, qui gardent constamment au chaud les petits pieds des bébés. Les chaussettes ont des semelles anti-dérapantes pour empêcher les bébés de glisser, et le pyjama peut être porté avec des chaussures. Le succès de ces articles et d'autres produits Baby's Own® a aidé M<sup>me</sup> Muratsubaki et St. Lawrence à s'implanter solidement sur le marché japonais.

*voir page 8 — Baby's*

## Le CANDU en Chine — suite de la page 1

rôle dans la conclusion du marché en 1996.

Le réacteur CANDU de la tranche 2 de Qinshan III doit entrer en exploitation en novembre 2003. L'électricité générée par les deux réacteurs alimentera la zone de grande activité économique de l'est de la Chine, où est situé le principal centre commercial, Shanghai.

Dans une allocution prononcée au cours de la cérémonie d'ouverture, M. Li Dingfan, président de la China National Nuclear Corporation (CNNC — Société nucléaire nationale de Chine), a affirmé qu'il était très satisfait des résultats et il a confirmé que la coopération avec le Canada se poursuivrait.

### Fruit des efforts d'Équipe Canada

En qualité de responsable du projet de construction des réacteurs, EACL a dirigé une équipe internationale composée d'entreprises du Canada, de la Chine, du Japon et des États-Unis. Du point de vue de la participation canadienne, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Ressources naturelles Canada ont joué un rôle de

premier plan dans les efforts de commercialisation d'Équipe Canada sous la direction du Premier ministre, remontant à 1994.

La centrale CANDU de Qinshan est le plus important projet d'infrastructure à participation étrangère réalisé en Chine, et les travaux de la première tranche ont été accomplis



*Vue de Qinshan III : le deuxième réacteur au premier plan et, à l'arrière, le premier réacteur.*

plus rapidement que prévu, en moins de 54 mois, soit un record pour la construction d'un premier réacteur CANDU dans quelque pays que ce soit. En outre, le projet s'est déroulé de manière efficace et suivant

des normes de sécurité élevées grâce à l'application de technologies novatrices de planification et de construction.

### Débouchés futurs

Afin de répondre aux besoins futurs en électricité de l'économie qui affiche la croissance la plus rapide au monde, la Chine a élaboré un programme d'envergure pour l'expansion de l'énergie nucléaire. En conséquence de l'achèvement réussi et plus rapide que prévu de la première tranche de Qinshan III, EACL et l'industrie nucléaire canadienne auront un important avantage lorsque se présenteront de nouvelles occasions de réaliser des ventes en Chine et en Asie.

**Pour plus de renseignements** sur ce projet ou sur les débouchés, communiquer avec M. Neil Clegg, consul général adjoint et délégué commercial principal, consulat général du Canada à Shanghai, tél. : (011-86-21) 6279-8402, téléc. : (011-86-21) 6279-8401, courriel : [neil.clegg@dfait-maeci.gc.ca](mailto:neil.clegg@dfait-maeci.gc.ca) 🍁

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

Le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada demeure à l'écoute de sa clientèle. Voici les points essentiels du sondage auprès des clients 2002, notre troisième. Pour obtenir de plus amples renseignements sur nos services ou d'autres résultats concernant nos sondages, consultez : [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

### Résumé des conclusions relatives aux services fournis pendant l'année civile 2001

- Plus de 1500 entrevues téléphoniques auprès de clients canadiens sélectionnés de façon aléatoire
- Des entrevues avec des clients d'affaires et des clients partenaires de tout le pays au sujet de certains des plus de 15 000 services fournis à travers le monde
- Taux de réponse très élevé, soit 79 %, pour la troisième fois
- Dans l'ensemble, 79 % des personnes interrogées étaient satisfaites des services (les mêmes résultats que les deux derniers sondages)
- 76 % des clients d'affaires sont des PME dont le total des ventes représente moins de 25 millions de dollars par année

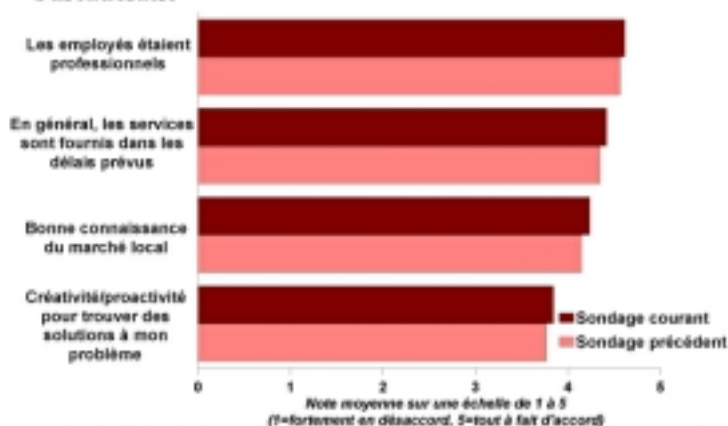
## Qu'est-ce qui importe le plus aux clients ?

Les attributs les plus appréciés se concentrent dans quatre grandes catégories : *le service professionnel, les délais de réponse, offrir des avantages à valeur ajoutée, et la contribution du SDC aux résultats des clients*

## Comment avons-nous réussi ?

**Catégories à haut rendement :** professionnalisme, délais de réponse, connaissance du marché local, économie de temps et d'argent, et aide pour prendre de meilleures décisions d'affaires

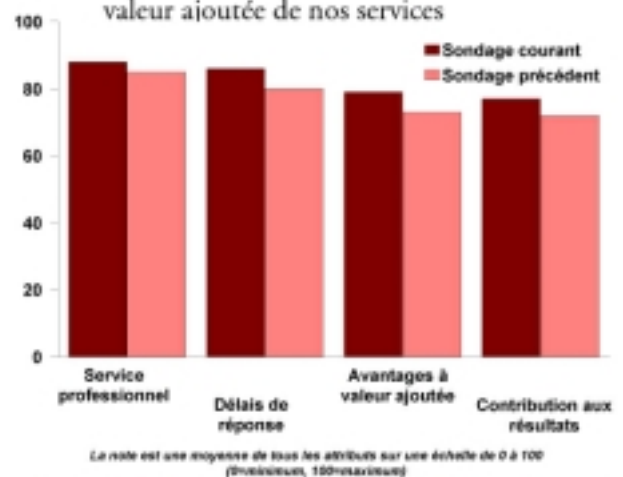
**Principaux domaines à améliorer :** être plus créatifs/proactifs dans la recherche de solutions, offrir des services plus cohérents, aider à être plus concurrentiels, et aider à venir à bout de la bureaucratie



## Nous améliorons-nous ?

**Le SDC s'est amélioré** dans toutes les catégories prisées par les clients

**Les améliorations** les plus marquées concernaient les délais de réponse et la valeur ajoutée de nos services



## Qu'est-ce qui compte pour les clients ? Nous continuons de nous améliorer :

- En demandant à nos gestionnaires de se pencher sur ce qui importe le plus aux clients et de maintenir un niveau de satisfaction élevé
- En améliorant la cohérence, en rendant notre personnel plus responsable de la qualité des services
- En rendant prioritaire le fait de mieux vous informer quant aux modalités d'accès à nos services
- En envoyant des équipes de formation dans nos bureaux à l'étranger afin d'améliorer la prestation de nos services dans certaines régions
- En discutant des commentaires reçus des clients, lors de la réunion de tous nos gestionnaires, en novembre 2002
- En personnalisant davantage les services grâce au Délégué commercial virtuel sur Internet afin d'offrir des pages Web personnelles aux clients réguliers

*Vos commentaires et vos suggestions sont toujours appréciés, et nous vous invitons à communiquer avec un de nos agents au numéro suivant, sans frais au Canada :*  
1-888-306-9991.

# Calendrier des événements

## AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

**NEW DELHI, INDE** — Septembre 2003 — **IFE India 2003** est la deuxième exposition internationale annuelle consacrée aux produits alimentaires, aux boissons et à l'accueil. **Pour informations** : M. Ram Gupta, conseiller principal (Commerce), haut-commissariat du Canada en Inde, tél. : **(011-91-11) 2687-6500**, téléc. : **(011-91-11) 2687-5387/6579**, courriel : **ram.gupta@dfait-maeci.gc.ca** ou M<sup>me</sup> Anita Verma, gestionnaire de projet, ITE Group, téléc. : **(011-91-11) 2631-9416/9574**, courriel : **iteindia@vsnl.in**

**FRANCFORT, ALLEMAGNE** — 18-20 novembre 2003 — Agriculture et Agroalimentaire Canada organise un pavillon canadien à **Food Ingredients Europe 2003**. **Pour informations** : M. Michael Price, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : **(613) 759-7509**, téléc. : **(613) 759-7480**, courriel : **pricewm@agr.gc.ca** internet : **www.fi-events.com**

## ENVIRONNEMENT

**PUERTO MONTT, CHILI** — 19-22 mars 2003 — **AQUASUR 2003** est une foire commerciale internationale consacrée

à l'aquaculture. **Pour informations** : M<sup>me</sup> Francesca Massa (organisatrice), tél. : **(011-56-2) 756-5404**, courriel : **fmassa@aqua.cl** ou M<sup>me</sup> Alisha O'Hanlon, agente commerciale, ambassade du Canada, Santiago, tél. : **(011-56-2) 362-9660 ext. 3360**, courriel : **alisha.ohanlon@dfait-maeci.gc.ca**

## SERVICES

**JEDDAH, ARABIE SAOUDITE** — 25-28 mars 2003 — et **MUSCAT, OMAN** — 14-16 avril 2003 — Les salons **Middle East Education and Training Exhibition**, à Jeddah et **Gulf Higher Education Exhibition**, à Muscat, sont deux événements d'importance dans le domaine de l'éducation; de nombreuses universités étrangères y participent pour effectuer de la promotion et du recrutement. **Pour plus d'informations**, communiquer avec M. Carl Pilon, délégué commercial, ambassade du Canada en Arabie Saoudite, tél. : **(011-966-1) 488-2288**, téléc. : **(011-966-1) 488-0137**, courriel : **carl.pilon@dfait-maeci.gc.ca** Ces deux salons sont représentés au Canada par le Canadian Education Network; communiquer avec M. George Chrysolimides, tél. : **(604) 731-9663**, courriel : **cen@cpiconsult.com** internet :

**www.cpiconsult.com** Voici les adresses internet des compagnies qui organisent ces deux salons : **www.acexpos.com** (MEETE, Jeddah) et **www.oite.com** (GHEDEX, Muscat). 🍁

## AIMEX en Australie

**SYDNEY, AUSTRALIE** — 9-12 septembre 2003 — L'**Asia Pacific International Mining Exhibition (AIMEX)** est la troisième exposition la plus importante au monde dans le secteur minier. AIMEX qui a lieu en Australie depuis les années 1970, attire 15 000 personnes clés du secteur. Il est nécessaire de réserver tôt car l'espace aux stands nationaux canadiens est limité.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Francis L. Bourqui, directeur, Expansion des marchés internationaux, CAMESE, tél. : **(905) 513-0046**, poste 303, téléc. : **(905) 513-1834**, courriel : **bourqui@camese.org** internet : **www.camese.org** pour AIMEX : **www.aimex.reedexhibitions.com.au/** 🍁

(On trouvera la version intégrale de cet article à **www.infoexport.gc.ca/canadexport** puis cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».)

### LE CANADA SUR L'ÉCHIQUIER MONDIAL

Le Canada est le pays le plus branché et comptant le plus grand nombre d'ordinateurs personnels par habitant, après les États-Unis.

Pour d'autres renseignements sur la compétitivité du Canada, cliquer sur <http://investincanada.gc.ca>

## Baby's Own®

— suite de la page 6

Les articles de qualité de l'entreprise sont disponibles au Canada dans les rayons des grands magasins et les boutiques où l'on vend des vêtements haut-de-gamme pour bébés. Grâce à la récente expansion de son activité au Japon, St. Lawrence a confirmé sa réputation de fabricant de vêtements de qualité pour enfants.

**Pour informations** : M<sup>me</sup> Joy Vicente, déléguée commerciale, MAECI, tél. : **(613) 995-1678**, courriel : **joy.vicente@dfait-maeci.gc.ca** ou M<sup>me</sup> Ruriko Koike, agent commercial, ambassade du Canada, Tokyo, tél. : **(011-81-3) 5412-3396**, courriel : **ruriko.koike@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