



# CANADEXPORT

COMMERCE + INVESTIR + PROSPÉRER

WWW.CANADEXPORT.GC.CA

VOLUME 25 | NUMÉRO 14  
4 septembre 2007

## ► EN MANCHETTE

### Le camionnage au Canada tiendra-t-il la route?

Il fut un temps où le transport transfrontalier des marchandises allait de soi. Puis survint la tempête parfaite : d'un côté, l'essor rapide du commerce international et de l'autre, le renforcement des mesures de sécurité aux frontières depuis les événements du 11 septembre. Comment les entreprises coincées entre ces deux réalités peuvent-elles s'en sortir?

[voir page 5](#)



## ► AUSSI DANS CE NUMÉRO

### ► À la recherche d'artistes canadiens désireux d'exporter Chicago, du 2 au 3 novembre 2007 >

Les artistes et les propriétaires de galerie d'art canadiens qui s'intéressent au marché des États-Unis songeront probablement à participer à **Sculpture Objects & Functional Art (SOFA)**, un salon des objets d'art haut de gamme consacré au verre, à la céramique, au bois, au métal, aux fibres et à la sculpture.

[voir page 2](#)

### ► Énergies de remplacement Rome, du 11 au 15 novembre 2007 >

Les délégués commerciaux du Canada en Italie invitent les entrepreneurs canadiens à présenter leurs technologies à la manifestation **World Energy Congress & Exhibition**, qui est largement reconnue comme l'un des congrès-expositions les plus importants en matière d'énergie.

[voir page 2](#)

### ► Même à l'ombre des É.-U., le Canada a une véritable vocation internationale

Certains affirment parfois que le Canada n'est pas un véritable exportateur sur les marchés mondiaux et que, comme les entreprises canadiennes exportent principalement à destination des États-Unis, elles ne disposent pas des compétences voulues pour se démarquer sur la scène mondiale.

[voir page 6](#)



### Le Chili, mûr pour le commerce

Depuis qu'il a conclu un accord de libre-échange avec le Canada, il y a dix ans, le Chili est devenu l'une des économies les plus ouvertes et les plus stables en Amérique latine. Les spécialistes considèrent que le moment est idéal pour répondre à l'appel de ce pays, qui profite du potentiel de croissance d'une économie en développement et de la stabilité d'un pays développé.

[voir page 3](#)

### Chez soi au Japon

Comment arrive-t-on à vendre 12 000 maisons de fabrication canadienne à des Japonais? Une entreprise ontarienne y est arrivée en prenant un virage écologique. Pour cela, il lui a fallu acquérir une connaissance du climat du Japon et apprendre à courtiser les consommateurs japonais.

[voir page 4](#)



FAITS ET CHIFFRES  
[voir page 6](#)



MANIFESTATIONS  
COMMERCIALES  
[voir page 7](#)

## À la recherche d'artistes canadiens désireux d'exporter

**Chicago, du 2 au 3 novembre 2007** > Les artistes et les propriétaires de galerie d'art canadiens qui s'intéressent au marché des États-Unis songeront probablement à participer à **Sculpture Objects & Functional Art (SOFA)**, un salon des objets d'art haut de gamme consacré au verre, à la céramique, au bois, au métal, aux fibres et à la sculpture. Une fois de plus, le consulat général du Canada à Chicago enverra une mission commerciale à cette activité très courue.

L'an dernier, 18 participants canadiens — dont des artistes, des propriétaires de galerie d'art et des représentants des conseils des arts provinciaux — ont appris comment exporter vers le marché des États-Unis et ont rencontré des spécialistes de l'industrie.

« Depuis sa création, SOFA s'est avéré une précieuse activité pour les représentants des galeries d'art canadiennes, affirme Ann Rosen du consulat général du Canada à Chicago. »

« Au cours des huit dernières années, quelque 200 artistes et propriétaires de galerie d'art ont participé à la mission commerciale canadienne à ce salon, ce qui leur a permis de s'informer et de se faire connaître sur ce marché haut de gamme. La séance d'information d'une journée ainsi que les visites au salon et à des galeries d'art de la région donnent à chaque participant une bonne idée de ce qu'il faut faire pour vendre ses œuvres sur le marché étatsunien. »

La mission commerciale vise à faire mieux connaître les artistes canadiens et leurs œuvres et à accroître la présence du milieu artistique canadien dans le Midwest américain. Les personnes intéressées ont jusqu'au 15 octobre 2007 pour s'inscrire, et les inscriptions se font dans l'ordre de réception des demandes.

**Renseignements :** [www.sofaexpo.com](http://www.sofaexpo.com), [www.chicago.gc.ca](http://www.chicago.gc.ca) (cliquer sur « Commerce et investissement » pour obtenir de l'information et des formulaires d'inscription) ou Ann F. Rosen, consulat général du Canada à Chicago, tél. : 312-327-3624, courriel : [ann.rosen@international.gc.ca](mailto:ann.rosen@international.gc.ca). ◀

## Énergies de remplacement

**Rome, du 11 au 15 novembre 2007** > Les délégués commerciaux du Canada en Italie invitent les entrepreneurs canadiens à présenter leurs technologies à la manifestation **World Energy Congress & Exhibition**, qui est largement reconnue comme l'un des congrès-expositions les plus importants en matière d'énergie.

En plus d'attirer l'attention sur les secteurs de l'énergie les plus courants, le volet exposition de cette année consacrera une section aux énergies renouvelables, et le Canada y aura son kiosque national. Centré sur les énergies de remplacement, ce kiosque servira de vitrine aux entrepreneurs canadiens œuvrant dans les domaines de l'efficacité énergétique et des énergies renouvelables, notamment les biocarburants, les piles à hydrogène et les technologies liées au captage et à l'entreposage du dioxyde de carbone.

Les entreprises canadiennes peuvent mettre en valeur leurs technologies au kiosque même, et un espace sera mis à leur disposition pour leur permettre de rencontrer les clients personnellement. Les délégués commerciaux canadiens pourront également aider les entreprises à organiser des réunions avec des sociétés d'énergie internationales à l'occasion du congrès et offriront un séminaire qui permettra aux entreprises de se présenter à un auditoire plus ciblé.

La section de l'exposition qui porte sur les énergies renouvelables est particulièrement importante, étant donné que, cette année, tous les salons professionnels de l'Italie consacrés à ces énergies y seront regroupés.

Présentée tous les trois ans, la manifestation World Energy Congress & Exhibition aura lieu à Montréal en 2010.

**Renseignements :** Patrizia Giuliani, déléguée commerciale, ambassade du Canada à Rome, courriel : [patrizia.giulianti@international.gc.ca](mailto:patrizia.giulianti@international.gc.ca), site Web : [www.rome2007.it](http://www.rome2007.it). ◀

### RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

*CanadExport* est un bulletin électronique bimensuel publié par Affaires étrangères et Commerce international Canada.

*Also available in English.*

ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux 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*.

### RÉDACTION

Michael Mancini, Yen Le, Françoise Bergès

### ABONNEMENT

Site Web : [www.canadexport.gc.ca](http://www.canadexport.gc.ca)  
Courriel : [canad.export@international.gc.ca](mailto:canad.export@international.gc.ca)  
Tél. : 613-992-7114  
Fax : 613-992-5791

Adresse postale :  
Affaires étrangères et Commerce international  
Canada  
*CanadExport* (CMS)  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

## Le Chili, mûr pour le commerce

Au cours de la dernière décennie, les politiques macroéconomiques, les réformes structurelles et les mesures de libéralisation du commerce et de l'investissement adoptées par le Chili ont permis à ce pays de devenir l'une des économies les plus ouvertes et les plus stables en Amérique latine.

De fait, le Chili a enregistré un excédent commercial de plus de 41 milliards de dollars ces trois dernières années, excédent particulièrement considérable compte tenu du fait que ce pays est encore considéré comme un pays en développement.

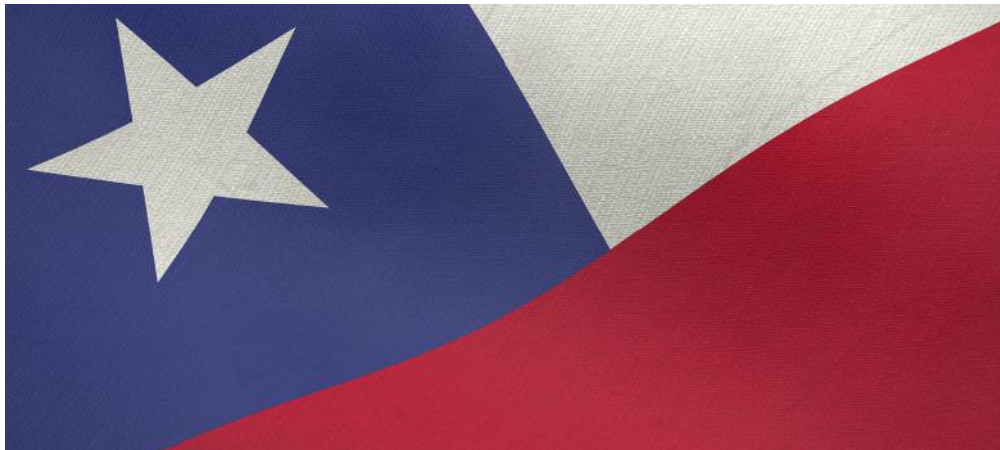
« Il s'agit d'une excellente nouvelle pour les exportateurs et les investisseurs canadiens », affirme Sylvain Fabi, délégué commercial principal en poste à l'ambassade du Canada à Santiago.

« Le Chili profite en effet du potentiel de croissance d'une économie en développement tout en bénéficiant de la stabilité d'un pays développé. »

M. Fabi considère la conclusion de l'Accord de libre-échange Canada-Chili comme l'une des mesures prises par le Chili pour élargir son ouverture sur le monde.

Inspiré de l'Accord de libre-échange nord-américain, l'Accord de libre-échange Canada-Chili s'applique au commerce des biens et services et à l'investissement et prévoit des mécanismes de règlement des différends. Il a été conclu il y a dix ans, en même temps que deux accords connexes sur la coopération en matière d'environnement et de travail, et on prévoit y ajouter sous peu deux chapitres sur les services financiers et les marchés publics.

« Notre initiative d'il y a dix ans a été couronnée de succès, et l'amitié, la prospérité, la croissance et la coopération entre le Canada et le Chili auxquelles elle a donné jour surpassent toutes nos attentes », a déclaré



le premier ministre Stephen Harper dans un discours qu'il a prononcé à l'occasion d'un voyage récent en Amérique latine.

M. Fabi souligne que l'accord crée des débouchés pour les entreprises canadiennes et chiliennes de toutes tailles. Selon lui, les occasions d'affaires les plus prometteuses pour les exportateurs et les investisseurs canadiens se trouvent dans les domaines de l'exploitation minière, de la foresterie, de l'énergie, des technologies de l'information et des communications, de l'agriculture et de la génétique.

L'accord a également fait du Chili un marché attrayant pour les Canadiens.

« Cet accord a contribué à la mise en place d'un environnement positif et stable pour le commerce international et l'investissement et constitue l'un des principaux avantages au commerce avec le Chili », explique Hector Moscoso, vice-président de l'entreprise montréalaise Positron Systèmes de sécurité publique.

Nombreux sont ceux qui prédisent que l'économie chilienne continuera de revêtir une importance capitale d'ici la fin de la présente décennie en raison de la demande mondiale soutenue de ressources naturelles. Le Chili devrait donc se trouver en position idéale pour servir de porte d'entrée de l'Amérique vers l'Asie, ce qui en ferait un grand centre d'affaires et d'investissement dans la région.

Par ailleurs, la hausse des dépenses en immobilisations du Chili et les améliorations qu'il apporte aux infrastructures de ses ports, de ses aéroports et de ses routes font de ce pays un modèle économique pour le reste de l'Amérique latine en stimulant à la fois ses importations et ses exportations.

Tout cela n'a pas échappé au Canada.

Depuis 1997, les échanges bilatéraux de marchandises entre le Canada et le Chili ont progressé de 325 % pour atteindre le niveau record de 2,34 milliards de dollars en 2006. En 2004 (dernière année pour laquelle des données ont été publiées), le commerce bilatéral de services entre ces deux pays s'est chiffré à 159 millions de dollars.

En outre, le Canada investit activement au Chili. Le Canada se classe troisième, après les États-Unis et l'Espagne, parmi les sources d'investissement étranger direct du Chili. Le Canada est aussi le plus important investisseur dans le secteur minier chilien et profite donc d'une excellente réputation dans le domaine, de plus en plus d'entreprises canadiennes faisant de la responsabilité sociale un élément central de leur plan d'affaires.

**Renseignements :** Service des délégués commerciaux du Canada ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)). ◀

## Les habitations canadiennes ont la cote auprès des Japonais

On ne fait pas affaire dans un pays éloigné comme on mène ses activités sur le marché intérieur.

« Les obstacles culturels et linguistiques sont considérables et il est essentiel de faire preuve de détermination pour faire affaire sur un marché d'exportation », explique Akira Shimizu, directeur des ventes (Japon) pour l'entreprise Viceroy Homes, dont le siège social est établi à Port Hope (Ontario).

Il y a plus d'une décennie déjà que Viceroy s'est engagée sur le marché japonais. Cette entreprise est l'un des principaux exportateurs canadiens d'habitations; depuis sa création, elle a fabriqué sur mesure des dizaines de milliers de maisons pour des constructeurs, des entrepreneurs et des propriétaires immobiliers de partout dans le monde.

Lorsque les dirigeants de Viceroy ont décidé de s'attaquer au marché du Japon, ils ont embauché des travailleurs parlant japonais et ouvert dans ce pays un bureau employant un représentant. M. Shimizu affirme que le jeu en valait la chandelle.

« Les consommateurs japonais accordent beaucoup d'intérêt aux habitations éconergétiques qui offrent un milieu de vie sain, confortable et écologique. Les constructeurs japonais savent que le Canada est le meilleur endroit où trouver de telles habitations, ajoute-t-il. »

Qu'il s'agisse de parquet ou d'éclairage, les produits canadiens ont souvent la cote auprès des Japonais qui veulent une habitation éconergétique. Et grâce au Programme de la Maison Super E du gouvernement du Canada, les consommateurs ont la garantie qu'ils achètent une habitation réellement saine et éconergétique.

Le Programme de la Maison Super E vise à aider les exportateurs canadiens à vendre leurs habitations éconergétiques sur les marchés étrangers. Ce programme, qui a été mis sur pied au Japon en 1999, a depuis été lancé également au Royaume-Uni et en Irlande.

Les membres de ce programme, comme Viceroy, fabriquent des habitations satisfaisant aux normes Super E, qui reposent sur les normes strictes d'efficacité énergétique établies dans le cadre de l'initiative canadienne R-2000 et qui sont adaptées au climat local.



En à près de 12 ans, la société ontarienne Viceroy Homes a vendu au Japon des milliers de maisons comme celle ci-dessus.

Chaque maison Super E fait l'objet d'essais, puis est enregistrée et se voit décerner un certificat de conformité.

Les habitations Super E offrent l'avantage d'améliorer le confort, le contrôle de l'humidité, la qualité de l'air intérieur et la durabilité.

« Les habitations Super E consomment entre 20 et 30 % moins d'énergie que la moyenne des maisons de fabrication japonaise, ce qui n'est pas sans importance lorsqu'on sait que la facture énergétique des consommateurs japonais est trois fois plus élevée que la nôtre, explique M. Shimizu. »

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), Ressources naturelles Canada et le Service des délégués commerciaux du Canada appuient avec zèle ce programme.

« Nous pouvons apporter une aide gouvernementale aux entreprises qui souhaitent prendre de l'expansion », soutient Laura Diakiw, conseillère principale en matière de commerce pour SCHL International, à Vancouver. « Les consommateurs japonais accordent une grande importance au soutien gouvernemental, et le Canada et le Japon partagent des liens diplomatiques depuis plus de 75 ans. »

Jeff Culp, conseiller principal au sein du Programme de la Maison Super E, affirme que les PME canadiennes peuvent accéder assez facilement au marché américain, tandis qu'elles nécessiteront sans doute de l'aide pour surmonter les obstacles culturels, linguistiques et réglementaires que présentent des marchés comme le Japon.

« Nous pouvons aider les exportateurs à établir des liens avec des partenaires potentiels, à interpréter les codes et à évaluer la conformité de leurs produits aux normes en vigueur, ajoute M. Culp. »

Ainsi, lorsque le gouvernement japonais a établi un système de classement des produits de construction en fonction des émissions de formaldéhyde, le bureau du Programme de la Maison Super E a chargé un expert-conseil japonais de déterminer comment, où et à quel coût mettre ces produits à l'essai. Les résultats de son étude ont été communiqués aux entreprises membres du programme.

La SCHL et le bureau du Programme de la Maison Super E ont également offert à Viceroy une formation technique pour que ses vendeurs sachent tout des caractéristiques et des avantages des habitations Super E et pour que son personnel de construction connaisse bien les techniques de fabrication à employer pour bâtir ces habitations.

« En près de 12 ans, nous avons vendu quelque 12 000 habitations au Japon, et ce pays demeure un important marché d'exportation pour nous, conclut M. Shimizu. »

Renseignements : [www.super-e.com](http://www.super-e.com), [www.viceroy.com](http://www.viceroy.com), [www.cmhc-schl.gc.ca](http://www.cmhc-schl.gc.ca), [www.cmhc.ca/fr/clfhaclin/schlin/somaex/index.cfm](http://www.cmhc.ca/fr/clfhaclin/schlin/somaex/index.cfm) et Office de l'efficacité énergétique de Ressources naturelles Canada <http://oe.e.nrcan.gc.ca/francais/index.cfm?attr=0>. ◀

## Enjeux frontaliers : les PME canadiennes doivent redoubler d'ingéniosité

Bob Armstrong, président d'Armstrong Trade and Logistics Advisory Services, se souvient du temps, pas si lointain, où les marchandises franchissaient sans encombre une frontière quasi transparente entre le Canada et les États-Unis. Tout était alors facile pour les importateurs et les exportateurs.

Puis survinrent les attaques contre le World Trade Center.

« Ce jour-là, toutes les activités de logistique ont été chamboulées », a affirmé M. Armstrong aux participants de la conférence annuelle Forum for International Trade Training qui s'est tenue à Vancouver, en mars dernier. Du jour au lendemain, les importateurs et les exportateurs, dont beaucoup sont des PME, ont soudain dû composer avec les nombreuses modifications apportées à la réglementation douanière et aux mesures de sécurité.

« Ce nouveau contexte de sécurité, a-t-il ajouté, a engendré des frais pour se conformer aux nouvelles exigences de renseignement et de sécurité, transformant ainsi les entrepreneurs en gestionnaires de risque. »

Ce que M. Armstrong appelle la « tempête parfaite », c'est d'une part, la multiplication des échanges commerciaux avec la Chine et les autres pays émergents et, d'autre part, le renforcement des mesures de sécurité à la frontière depuis les événements du 11 septembre.

D'ailleurs, cette situation a fait naître beaucoup d'inquiétudes chez les courtiers en douane et les PME, qui ont vu leur faible marge bénéficiaire fondre comme neige au soleil en raison des contrôles de sécurité et des délais de traitement aux douanes retardant la circulation des camions et des conteneurs.

« Chaque fois qu'un retard se produit, ce sont les PME qui écopent, a-t-il indiqué. »

Même si la circulation aux postes frontaliers s'est améliorée, les PME canadiennes doivent faire preuve d'ingéniosité et de



discernement pour s'adapter aux nouvelles réalités du transport transfrontalier.

Entre autres mesures, les entreprises devront peut-être écourter les délais de livraison impartis pour les marchandises provenant de l'étranger, de façon à pouvoir garantir des livraisons à temps au Canada.

De plus, les camionneurs se font de plus en plus rares, et les propriétaires de PME ont intérêt à bien les traiter. En outre, bon nombre de camionneurs américains portent des armes à feu et pourraient ainsi se voir refuser l'entrée au Canada.

« Si vous faites affaire avec un bon camionneur, faites en sorte de le garder », a affirmé M. Armstrong, tout en rappelant que peu de gens choisissent cette profession et que les camionneurs immigrants ont de la difficulté à passer la frontière avec une carte EXPRES.

Bref, toutes ces contraintes obligeront les entreprises à opter davantage pour le transport multimodal des marchandises, c'est-à-dire par voie terrestre, maritime ou ferroviaire.

Le transport maritime à courte distance a un avenir prometteur, de souligner M. Armstrong. Actuellement sous-exploité, ce mode de transport offre de grandes possibilités grâce à la mise en service prochaine de nouveaux navires respectueux de l'environnement sur les Grands Lacs.

Enfin, PME et courtiers en douane se doivent d'établir leurs responsabilités respectives à l'aide de diagrammes afin de bien déterminer qui fait quoi. La moindre erreur de planification pourrait faire grimper les frais d'entreposage et diminuer les marges bénéficiaires en raison de marchandises non livrées.

**Renseignements :** [www.fitt.ca](http://www.fitt.ca) ◀

## Un sommet sur l'avenir énergétique

Abu Dhabi, du 20 au 23 janvier 2008 > Le World Future Energy Summit devrait permettre aux universitaires, aux financiers, aux entrepreneurs et aux innovateurs de discuter des solutions en matière d'énergies de remplacement avec certaines des entreprises qui dominent le marché des nouvelles technologies.

Une conférence et une exposition sont prévues dans le cadre du Sommet. La conférence portera sur des enjeux mondiaux et régionaux tels que l'innovation, l'entreprise et le développement, le capital de risque et les finances.

L'exposition devrait attirer les entreprises qui dominent les marchés mondiaux du secteur des énergies renouvelables et de remplacement, ainsi que les dirigeants des administrations publiques. Les organisateurs espèrent accueillir plus de 1 000 délégués et quelque 10 000 visiteurs pendant cette manifestation de trois jours, dont c'est la première édition.

**Renseignements :** David Jayaraj, agent de l'organisateur, World Future Energy Summit, tél. : 416-802-9452, courriel : [davidjayaraj@rogers.com](mailto:davidjayaraj@rogers.com). ◀

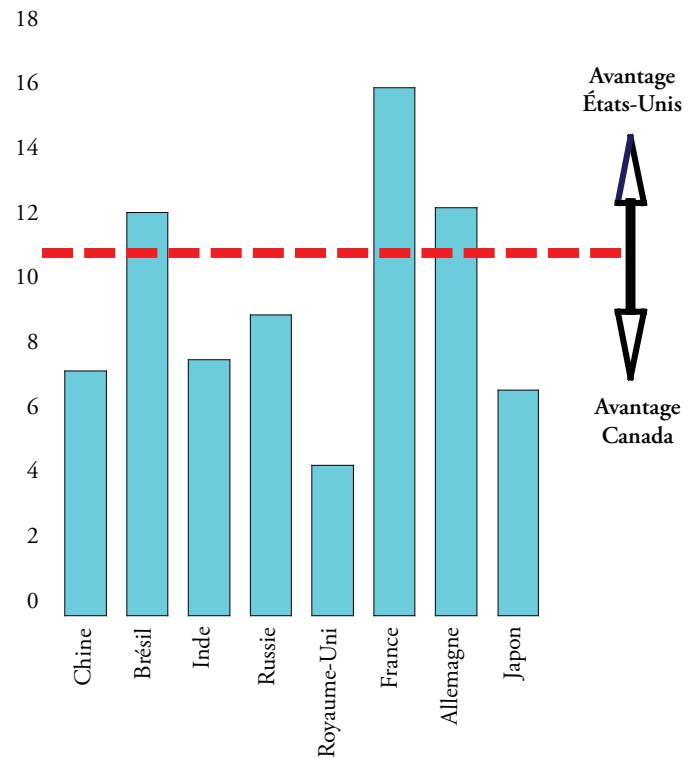
## Même à l'ombre des É.-U., le Canada a une véritable vocation internationale

Certains affirment parfois que le Canada n'est pas un véritable exportateur sur les marchés mondiaux et que, comme les entreprises canadiennes exportent principalement à destination des États-Unis, elles ne disposent pas des compétences voulues pour se démarquer sur la scène mondiale. Or, les exportateurs canadiens sont tout aussi actifs sur les marchés étrangers que leurs homologues américains. De fait, si on considère que la taille de l'économie américaine est 11 fois plus élevée que celle de l'économie canadienne, on constate que le Canada obtient de meilleurs résultats sur certains marchés, dont ceux du Japon, du Royaume-Uni et même de la Chine. En 2006, 7,5 % des importations chinoises provenaient des États-Unis et 1,0 % provenaient du Canada. Ainsi, le Canada a obtenu des résultats supérieurs de 33 % aux résultats auxquels il pouvait s'attendre compte tenu de la taille de son économie. Dans l'ensemble, tout indique que ni le nombre élevé d'entreprises étrangères établies au Canada ni la proximité du marché américain n'a empêché les entreprises canadiennes de devenir des exportateurs actifs et prospères sur les marchés mondiaux.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter l'article « *Les exportations canadiennes sont-elles plus régionalisées que celles des autres pays?* », qui paraîtra sous peu sur le site de l'économiste en chef.

Préparé par le *Bureau de l'économiste en chef, Affaires étrangères et Commerce international Canada.* ◀

Part des importations de certains pays provenant des États-Unis et du Canada selon la taille des économies (pourcentage)



Données : Calculs du Bureau de l'économiste en chef à partir de données de Statistique Canada. La ligne rouge indique le rapport entre la taille du marché américain et celle du marché canadien.

**Voulez-vous connaître les secrets qui échappent à vos concurrents?**

LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

[infoexport.gc.ca](http://infoexport.gc.ca)





## AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

Québec, du 13 au 16 novembre 2007 > Défense, Sécurité, Innovation 2007 offre l'occasion aux entrepreneurs d'assister à plus de 60 conférences et de discuter de questions scientifiques et technologiques dans le domaine de la défense et de la sécurité publique.

**Renseignements** : Stéphanie Boulianne, tél. : 416-681-9700, poste 250, site Web : [www.defenceinnovation.org](http://www.defenceinnovation.org).

## MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

Londres, du 26 au 28 février 2008 > Ecobuild, seule foire britannique consacrée à la conception et à la construction durables, attire des centaines de fournisseurs de matériaux et de services de construction écologiques ainsi que des professionnels de tous les sous-secteurs de la construction.

**Renseignements** : Jason Kee, haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni, tél. : (011-44-20) 7258-6600, courriel : [jason.kee@international.gc.ca](mailto:jason.kee@international.gc.ca), site Web : [www.ecobuild.co.uk](http://www.ecobuild.co.uk).

## ÉQUIPEMENT ET ÉNERGIE ÉLECTRIQUES

Le Caire, du 8 au 11 décembre 2007 > Electricx Egypt, exposition consacrée à l'énergie électrique, s'adresse aux fabricants, aux distributeurs ainsi qu'aux fournisseurs de services et de produits électrotechniques de l'Égypte et de l'étranger.

**Renseignements** : Tarek Meguid, ambassade du Canada en Égypte, courriel : [tarek.meguid@international.gc.ca](mailto:tarek.meguid@international.gc.ca), site Web : [www.egytec.com](http://www.egytec.com).

## TIC

San José, du 19 au 27 janvier 2008 > Participez au kiosque canadien lors de la **Photonics West 2008**, principale foire commerciale consacrée à l'optique, aux lasers, à l'optique biomédicale, aux composants optoélectroniques ainsi qu'aux technologies de l'imagerie en Amérique du Nord. Cette activité réunit plus de 1 000 exposants et 15 000 visiteurs en provenance de la région de San José et de la communauté internationale de l'optique et de la photonique.

**Renseignements** : Suzanne Auger, Conseil national de recherches du Canada, tél. : 613-993-4485, courriel : [suzanne.auger@nrc-cnrc.gc.ca](mailto:suzanne.auger@nrc-cnrc.gc.ca).

## MÉTAUX, MINÉRAUX ET ÉQUIPEMENT

Alger, du 2 au 4 décembre 2007 > CIRMA, première conférence internationale portant sur les ressources minérales à se tenir en Algérie, sert de point de rencontre aux protagonistes de l'industrie minière souhaitant partager leur savoir-faire en promotion et en exploitation des ressources.

**Renseignements** : Rachid Benhacine, ambassade du Canada en Algérie, tél. : (011-213-70) 08-30-31, téléc. : (011-213-70) 08-30-40, courriel : [rachid.benhacine@international.gc.ca](mailto:rachid.benhacine@international.gc.ca), site Web : [www.cirmaalgeria.com/en/home.html](http://www.cirmaalgeria.com/en/home.html).

## MULTISECTEUR

La Havane, du 5 au 10 novembre 2007 > La Havana International Trade Fair, qui en est à sa 25<sup>e</sup> édition, est la plus importante foire commerciale annuelle de Cuba. Il s'agit également de la principale activité dont la promotion est assurée par le gouvernement cubain et ses organisations responsables des approvisionnements et des importations.

**Renseignements** : Nadin Nanji, ambassade du Canada à La Havane, tél. : (011-537) 204-2516, téléc. : (011-537) 204-2044, courriel : [havan-td@international.gc.ca](mailto:havan-td@international.gc.ca), site Web : [www.cpalco.com](http://www.cpalco.com). ◀



## Délégué commercial virtuel

*Accédez à un monde de savoir commercial*

Ce puissant outil en ligne personnalisé vous offre :

- ▶ les services d'experts canadiens en commerce à votre bureau;
- ▶ des nouvelles sectorielles, des données sur les pays et des études de marché à jour;
- ▶ des occasions d'affaires et de réseautage;
- ▶ la distribution de votre profil d'entreprise à plus de 900 délégués commerciaux à travers le monde.



[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

## SERVICE DE RENSEIGNEMENTS

Le Service de renseignements d'Affaires étrangères et Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 613-944-4000), ATS : 613-944-9136, courriel : [enqserv@international.gc.ca](mailto:enqserv@international.gc.ca), site Web : [www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca).