



# CANADEXPORT

COMMERCE + INVESTIR + PROSPÉRER

WWW.CANADEXPORT.GC.CA

VOLUME 25 | NUMÉRO 8  
7 mai 2007

## ▶ EN MANCHETTE

### Faire vibrer les Britanniques aux sons de la musique canadienne

Cet été, des musiciens canadiens se produiront partout au Royaume-Uni, de Brighton à Glastonbury en passant par Trafalgar Square, dans le cadre du projet « Canadian Blast in the U.K. », dont le but est d'accroître les ventes et les débouchés internationaux pour nos artistes d'ici.

[voir page 3](#)



### La Chine vaut-elle le risque?

On parle beaucoup ces temps-ci des débouchés qu'offre l'impartition en Chine. Mais tout le monde devrait-il embarquer dans la danse? Tout comme les grandes sociétés, les petites entreprises canadiennes peuvent tirer parti des possibilités qui se présentent de ce côté, mais elles doivent connaître les risques et planifier soigneusement.

[voir page 2](#)

### La construction au Moyen-Orient

Les énormes recettes pétrolières et les politiques de libéralisation alimentent un développement sans précédent partout au Moyen-Orient. Dans la seule région du Golfe persique, on dénombre plus de 2 000 projets en cours, évalués à plus de 1,4 billion de dollars. Deux foires commerciales qui se tiendront à Dubaï pourraient vous ouvrir la porte de ce marché de la construction en plein essor.

[voir page 4](#)



## ▶ AUSSI DANS CE NUMÉRO

### ▶ L'aéronautique et l'aérospatiale à Paris

Paris, 18-24 juin 2007 > Le Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace, qui se tient à Paris Le Bourget tous les deux ans, est devenu un rendez-vous incontournable pour les exportateurs canadiens de ce secteur.

[voir page 5](#)

### ▶ Aider le Japon à satisfaire ses besoins en biocarburants

Yokohama, 11-13 juillet 2007 > Les entreprises canadiennes désireuses de tirer parti des débouchés qu'offre le marché japonais des biocarburants auraient intérêt à faire partie du pavillon canadien à Bio Fuels World 2007, la première expoconférence de ce genre au pays du Soleil levant.

[voir page 5](#)

### ▶ Les dédales de la traduction

Les entrepreneurs canadiens savent à quel point la communication est indispensable à la création de bonnes relations d'affaires. Les choses se compliquent pas mal lorsqu'on travaille à l'étranger et qu'il faut communiquer dans une langue et une culture différentes.

[voir page 7](#)

FAITS ET CHIFFRES  
[voir page 7](#)

MANIFESTATIONS  
COMMERCIALES  
[voir page 8](#)



## La Chine vaut-elle le risque?

Les petites entreprises canadiennes peuvent faire de bonnes affaires en Chine, mais elles ne doivent pas être amenées à croire qu'il n'y a pas de risques, selon un expert canadien en commerce.

Selon Erin Wilkinson, coordonnatrice aux exportations à *The Business Link*, en Alberta, on parle beaucoup ces temps-ci des débouchés qu'offre l'impartition en Chine, mais il arrive souvent que les risques y soient plus grands que les avantages. Elle souligne que les compagnies ne devraient pas oublier les débouchés semblables qu'offrent d'autres marchés tel le Mexique.

« Lorsque vous ne payez pas cher, il y a souvent une bonne raison », a-t-elle souligné lors de la conférence nationale du Forum pour la formation en commerce international à Vancouver.

La conférencière a cité le récent rappel d'aliments pour animaux familiers au Canada et aux États-Unis après que des ingrédients contaminés eurent été découverts. La source de la contamination se trouvait en Chine où, a-t-elle ajouté, les normes de fabrication et de contrôle de la qualité diffèrent souvent de celles qui sont en vigueur ailleurs.

Lorsqu'elles se tournent vers la Chine, les petites entreprises doivent avoir les yeux grands ouverts et être bien renseignées. Elles doivent avoir un bon plan d'affaires et articuler soigneusement ce plan autour de partenaires éventuels. Elles doivent aussi évaluer la pratique des affaires en Chine afin d'être sûres que les économies de coûts seront supérieures aux risques.

« Les entrepreneurs sont habituellement très enthousiastes par rapport à leurs produits et leurs services, mais prennent pas souvent le temps nécessaires pour se concentrer sur la communication et la planification. »

Lorsqu'elles s'approvisionnent en Chine, les PME doivent faire connaître les exigences et les normes qui doivent être respectées, et veiller à ce que les méthodes de contrôle de qualité locales soient adéquates. Mais ce n'est pas tout : elles doivent aussi penser à protéger leurs idées et leurs brevets.



**Préparez-vous avant que vous lancer** dans le marché chinois, dit une experte commerciale.

« Chaque fois que vous vous tournez vers l'étranger, il y a des risques liés à la propriété intellectuelle, a expliqué Erin Wilkinson. Cela peut se produire lorsque vous exportez ou confiez votre produit à un sous-traitant ou même lorsque vous partagez des idées ou des échantillons avec des partenaires potentiels. Il ne faut jamais oublier ce risque, où qu'on soit dans le monde. »

Elle a indiqué que les entreprises protègent leur propriété intellectuelle en ne confiant pas tous les travaux à un même sous-traitant, de sorte que personne à l'extérieur de l'entreprise n'a une vue de l'ensemble du processus. Bien sûr, cette façon de procéder peut augmenter les coûts et les problèmes logistiques.

Malgré les risques, il y a bien des moyens de faire de bonnes affaires en Chine, selon Erin Wilkinson. Et les agents de commerce du gouvernement du Canada et des gouvernements provinciaux sont toujours là pour aider.

**Renseignements :** [www.exportlink.ca](http://www.exportlink.ca) et [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

### 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

## La musique canadienne franchit l'Atlantique

En organisant « Canadian Blast in the U.K. », qui vise à relever le profil des artistes canadiens sur l'un des marchés musicaux les plus importants et les plus sophistiqués au monde, les responsables du projet espèrent envahir les iPods britanniques avec la plus grande quantité de chansons canadiennes possible.

« Forts de notre succès au plus grand événement nord-américain de l'industrie de la musique, le festival South by South West, nous nous préparons à bombarder les Britanniques de nouvelles chansons canadiennes », plaisante Nicki Dewar, déléguée commerciale en poste au Canada et membre de l'équipe organisatrice du projet.

Cette initiative a pour but d'accroître les débouchés de l'industrie canadienne indépendante de la musique et de l'enregistrement sonore. Selon Jeffrey Crossman, du haut-commissariat du Canada à Londres, le Royaume-Uni est un endroit idéal.

« Le Royaume-Uni n'est peut-être pas très vaste, mais il est le troisième plus gros marché de la musique du monde, après les États-Unis et le Japon », dit-il. Nicki Dewar et Jeffrey Crossman sont des délégués commerciaux pour les industries culturelles rattachés au programme de Patrimoine canadien, « Routes commerciales », un réseau de professionnels de l'exportation établis au Canada et partout dans le monde.

« Les Britanniques qui achètent de la musique sont des connaisseurs et ils exercent une grande influence sur les tendances et les goûts musicaux à l'échelle internationale. Le Royaume-Uni représente donc un marché très intéressant pour l'industrie canadienne de la musique et de l'enregistrement sonore », ajoute Jeffrey Crossman.

On trouve au Royaume-Uni des chaînes faisant appel à des goûts sophistiqués, des circuits de festivals bien établis, des maisons de disques indépendantes performantes, un soutien solide de la part du gouvernement, des associations commerciales et les grands leaders de l'industrie de la musique, tout cela au service d'un auditoire également réceptif aux genres musicaux non conventionnels.

La réussite de ce projet pourrait avoir des effets très bénéfiques pour l'industrie canadienne de la musique et de l'enregistrement sonore, qui emploie plus de 16 000 personnes au sein d'un marché mondial dont la valeur excède 23 milliards de dollars.

Les artistes canadiens attirent déjà beaucoup l'attention des Britanniques.

Le Canada occupera une partie importante de la page couverture de l'édition du mois de mai de NME, la bible de l'industrie musicale britannique, qui sera accompagnée d'un CD



Une « fan » de musique a pris une longueur d'avance pour assister au festival de Glastonbury l'an dernier, tout comme des milliers d'autres qui ont dormi dehors pour entrer sur le site avant la ruée des 160 000 visiteurs.

de Canadian Blast contenant un échantillon de chansons d'artistes canadiens.

« Il arrive de temps à autre qu'une ville ou un pays soit projeté au devant de la scène de façon tout à fait inattendue et se mette tout à coup à produire de la grande musique, indique James Jam, chroniqueur sur la nouvelle musique à NME. Aujourd'hui, toute l'attention se porte sur le Canada. Depuis l'art punk agité de Tokyo Police Club jusqu'au pessimisme glorieux de The Besnard Lakes, sans oublier le son agité du groupe Holy F\*ck et les chansons de Patrick Watson, Canadian Blast donne un avant-goût d'une des nouvelles scènes musicales les plus excitantes au monde. »

Après le lancement du CD aura lieu The Great Escape (du 17 au 19 mai), une grande foire commerciale qui se déroulera à Brighton et au cours de laquelle neuf artistes canadiens seront mis en vedette, y compris les rockers francophones Les Breastfeeders, un sextuor sur lequel les critiques et les admirateurs ne tarissent pas d'éloges depuis ses débuts en 1999.

Arcade Fire, le groupe montréalais qui a révolutionné la planète rock et a récemment été surnommé « groupe rock canadien le plus fascinant » par le magazine Time, sera en tête d'affiche d'une liste record de dix grands noms canadiens de la musique au festival de Glastonbury (du 22 au 24 juin), le plus

Voir page 6 - La musique canadienne

## Deux grandes foires commerciales au Moyen-Orient

Dubaï, 25-29 novembre 2007 > Le salon BIG 5, qui rassemble sous un même toit cinq grandes expositions consacrées aux matériaux de construction et aux technologies de l'eau, est le plus important du genre au Moyen-Orient.

Le marché des matériaux et services de construction de la région se chiffre à plus de 700 milliards de dollars et offre des débouchés dans le développement des infrastructures et dans de vastes projets de construction commerciale, résidentielle, récréative et institutionnelle. Les matériaux de construction, les technologies de l'eau, la climatisation, le verre et le métal ainsi que le nettoyage et l'entretien comptent parmi les secteurs qui connaissent une croissance spectaculaire.

« C'est la forte croissance de la population et du tourisme qui est à l'origine de ces projets, rendus possibles par l'énorme richesse tirée des ressources pétrolières et gazières de la région », explique Sanam Shahani, déléguée commerciale au consulat du Canada à Dubaï.

« Comme ces marchés dépendent dans une large mesure des importations pour satisfaire aux besoins, les fournisseurs canadiens sont très recherchés, ajoute-t-elle. Cet événement est l'endroit idéal pour rencontrer les distributeurs, les rédacteurs de devis et les acheteurs des pays du Golfe et d'ailleurs. Des ingénieurs, des architectes et des promoteurs réputés assistent également au salon. »

### Un autre salon à ne pas manquer

Le Canada aura également un pavillon à une autre foire, le Middle East Construction Showcase for Plant Machinery, Vehicles and Equipment, qui se déroulera en même temps que le Big 5.

« La croissance rapide de l'industrie de la construction de la région a entraîné une forte demande en véhicules et en machines et équipements pour les usines et les chantiers de construction, signale la déléguée commerciale. Les fournisseurs de ces produits pourront donc se prévaloir de débouchés très importants. »



Sanam Shahani souligne qu'on trouve une profusion de débouchés dans de nombreux secteurs au Moyen-Orient. Elle cite Exportation et développement Canada, qui a récemment annoncé que les Émirats arabes unis et l'Arabie saoudite figurent parmi les cinq marchés d'exportation du Canada qui affichent la croissance la plus rapide.

Cette année, on attend plus de 45 000 visiteurs et 2 000 exposants à ces deux foires. Plus de 60 % des participants viendront de pays autres que les Émirats arabes unis – l'Arabie saoudite, l'Inde, l'Égypte et le Pakistan, notamment.

Les Canadiens n'ont pas besoin de visa pour être admis aux Émirats arabes unis, que l'on considère une destination sûre. Il faut noter que l'espace des pavillons canadiens sera attribué selon le principe du premier arrivé, premier servi.

**Renseignements :** Terry Gain, agent des expositions, courriel : [terry.gain@interlog.com](mailto:terry.gain@interlog.com), tél. : 416-932-1173; Sanam Shahani, consulat du Canada à Dubaï, courriel : [sanam.shahani@international.gc.ca](mailto:sanam.shahani@international.gc.ca); sites web : [www.thebig5exhibition.com](http://www.thebig5exhibition.com) et [www.big5pmv.com](http://www.big5pmv.com).



Délégué commercial virtuel

*Accédez à un monde de savoir commercial*



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

## Aider le Japon à satisfaire ses besoins en biocarburants

Yokohama, 11-13 juillet 2007 > Les entreprises canadiennes désireuses de tirer parti des débouchés qu'offre le marché japonais des biocarburants auraient intérêt à faire partie du pavillon canadien à **Bio Fuels World 2007**, la première expoconférence de ce genre au pays du Soleil levant.

Encouragée par les politiques gouvernementales visant à atteindre les objectifs du Protocole de Kyoto, l'industrie pétrolière japonaise s'est fixé l'ambitieux objectif de remplacer 20 % de la consommation d'essence au pays – le Japon étant le troisième consommateur d'essence en importance au monde après les États-Unis et la Chine – par des mélanges biocarburant-essence d'ici 2010.



Les biocarburants sont produits à partir de matières organiques sèches ou d'huiles combustibles d'origine végétale. Selon Christian Hallé, délégué commercial à l'ambassade du Canada au Japon, « il faudra d'importants investissements pour répondre à la demande future en biocarburants et accroître les capacités de production, non seulement au Japon, mais aussi dans d'autres régions de l'Asie où existent des sources abondantes de biomasse ».

« Cela devrait ouvrir des débouchés pour les entreprises canadiennes qui ont des technologies commercialement viables. »

À lui seul, le marché japonais des technologies à base de bioéthanol et de biodiesel était évalué à 50 millions de dollars en 2005. On s'attend à ce que ce chiffre passe à 322 millions d'ici 2012.

**Renseignements :** Christian Hallé, ambassade du Canada au Japon, tél. : (011-81-3) 5412-6242, fax : (011-81-3) 5412-6250, site web : [www.biofuels.co.jp](http://www.biofuels.co.jp).

## L'aéronautique et l'aérospatiale à Paris

Paris, 18-24 juin 2007 > Le **Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace**, qui se tient à Paris Le Bourget tous les deux ans, est devenu un rendez-vous incontournable pour les exportateurs canadiens de ce secteur.

D'après les organisateurs de l'événement, les grands fabricants comme Airbus et Boeing vont confier la majeure partie de leur production à des sous-traitants dans les années qui viennent. Les entreprises canadiennes à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement se doivent donc de promouvoir leur savoir-faire.

Les exposants canadiens pourront présenter leurs technologies et innovations les plus récentes au pavillon organisé par le gouvernement du Canada. En outre, un kiosque conçu pour faire valoir l'industrie canadienne de l'aéronautique viendra appuyer les activités de promotion des producteurs canadiens.

Au total, on attend plus de 100 participants canadiens à la foire de cette année.

En préparation à la tenue du salon, les agents commerciaux du Canada ont déjà aidé les entreprises à promouvoir leur produits et à établir des liens avec les principaux fournisseurs dans le cadre de grands projets aéronautiques comme le programme A350XWB d'Airbus.

Une vingtaine de PME canadiennes ont fait montre de leurs capacités devant un groupe d'experts formé d'acheteurs, de dirigeants de cabinets d'ingénierie et de partenaires industriels de l'avionneur européen. Airbus en a ciblé six en vue de consultations ultérieures.

Plus de 2 000 exposants venus d'une quarantaine de pays seront présents au Bourget; l'édition précédente avait accueilli plus de 1 900 exposants et près de 225 000 visiteurs venus du secteur de l'aérospatiale et de l'aéronautique.

**Renseignements :** Guy Ladequis, ambassade du Canada en France, courriel : [guy.ladequis@international.gc.ca](mailto:guy.ladequis@international.gc.ca); site web : [www.paris-air-show.com/fr/](http://www.paris-air-show.com/fr/).



## Aquaculture : le Canada de nouveau présent en Norvège

Trondheim, 14-17 août 2007 > Fort des gains réalisés grâce à son rôle de pays vedette l'an dernier, le Canada s'apprête de nouveau à donner à son industrie aquicole un profil élevé à **Aqua Nor**, l'une des principales foires mondiales en pisciculture et conchyliculture.

En plus d'organiser un pavillon qui présentera l'expertise et les technologies de ses entreprises, le Canada prendra part à une activité destinée à mettre acheteurs et vendeurs en présence. En outre, des conférenciers canadiens seront invités à participer à des discussions consacrées à l'innovation technologique dans l'aquaculture terrestre et hauturière, ainsi qu'aux nouveautés dans l'élevage et la logistique piscicoles et conchylicoles.



Quelque 600 fabricants et fournisseurs venus des quatre coins du globe sont attendus cette année. Tous les secteurs commerciaux liés à l'industrie aquicole y seront représentés : technologies, aliments pour poisson, santé, recherche, transformation, emballage, distribution, assurance de la qualité.

On encourage les entrepreneurs canadiens à prendre part à cet événement. La région de l'Atlantique y sera représentée par une délégation composée d'environ 20 entreprises et dirigée par l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et la Newfoundland Aquaculture Industry Association.

**Renseignements :** Alanna Zulkifli, ambassade du Canada en Norvège, tél. : (011-47-22) 99-53-32, courriel : [alanna.zulkifli@international.gc.ca](mailto:alanna.zulkifli@international.gc.ca), site web : [www.aqua-nor.no](http://www.aqua-nor.no).

## La musique canadienne - suite de la page 3

grand et le plus important du Royaume-Uni. Cet événement culte des amateurs de musique attire quelque 160 000 personnes : les billets se vendent habituellement en moins de 90 minutes.

« Tout a changé après la venue d'Arcade Fire, signale Martin Elbourne, de Festival Glastonbury. Avant l'arrivée de cette formation, lorsqu'un groupe s'attirait une bonne critique, on plaisantait au sujet du fait qu'il était originaire du Canada. Maintenant, on note plutôt dans les critiques qu'il s'agit d'un autre bon groupe du Canada. »

Après Glastonbury, ce sera au tour de la manifestation « Canada Day in Trafalgar Square » de rassembler plus de 35 000 amateurs de musique. Le Sam Roberts Band, gagnant d'un prix Juno, sera en tête d'affiche de cette journée à laquelle au moins sept autres groupes canadiens participeront.

En coulisse de toutes ces activités, les agents de publicité, les gérants, les maisons de disques, les représentants de l'industrie et les délégués commerciaux canadiens noueront de nouveaux liens et concluront des ententes.

« Il est devenu particulièrement important d'établir de bonnes relations et d'étendre ces liens à l'échelle internationale », signale Donna Murphy, de la Canadian Independent Record Production Association, un groupe qui représente les maisons de disques canadiennes indépendantes.

« Nos maisons de disques se doivent de percer les marchés internationaux. Les projets comme Canadian Blast in the U.K. fournissent de merveilleuses occasions d'accroître notre visibilité », ajoute-t-elle.

**Renseignements :** [www.canadianblast.com](http://www.canadianblast.com).



## Les dédales de la traduction

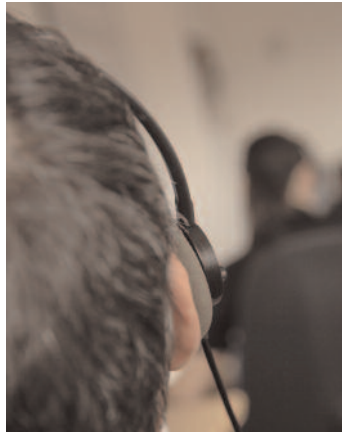
Les entrepreneurs canadiens savent à quel point la communication est indispensable à la création de bonnes relations d'affaires.

Les choses se compliquent pas mal lorsqu'on travaille à l'étranger et qu'il faut communiquer dans une langue et une culture différentes.

C'est pourquoi les interprètes et les traducteurs jouent un rôle bien nécessaire en aidant les entrepreneurs à transmettre des renseignements essentiels à leurs clients éventuels.

Il faut cependant savoir que ces deux types de professionnels ne sont pas toujours soumis aux mêmes attentes et que leurs fonctions peuvent varier d'une culture à l'autre.

En Amérique du Nord et en Europe, par exemple, on attend de l'interprète qu'il reproduise l'information à son



auditoire de manière objective. Au Japon, par contre, l'interprète ne fait pas que traduire les mots mais il doit souvent interpréter les gestes, le contexte et le sens pour ceux qui l'écoutent.

Les gens d'affaires qui exercent des activités à l'étranger devraient retenir les services d'un traducteur ou d'un interprète chevronné et parfaitement bilingue qui baigne dans la culture du marché cible. L'entrepreneur et l'interprète travailleront ensemble sur le texte, la présentation ou tout autre document qui fournit des renseignements sur le produit ou le service afin d'éliminer tout problème touchant l'information de base, les termes techniques ou des messages potentiellement ambigus qui pourraient mettre l'entrepreneur dans l'embarras.

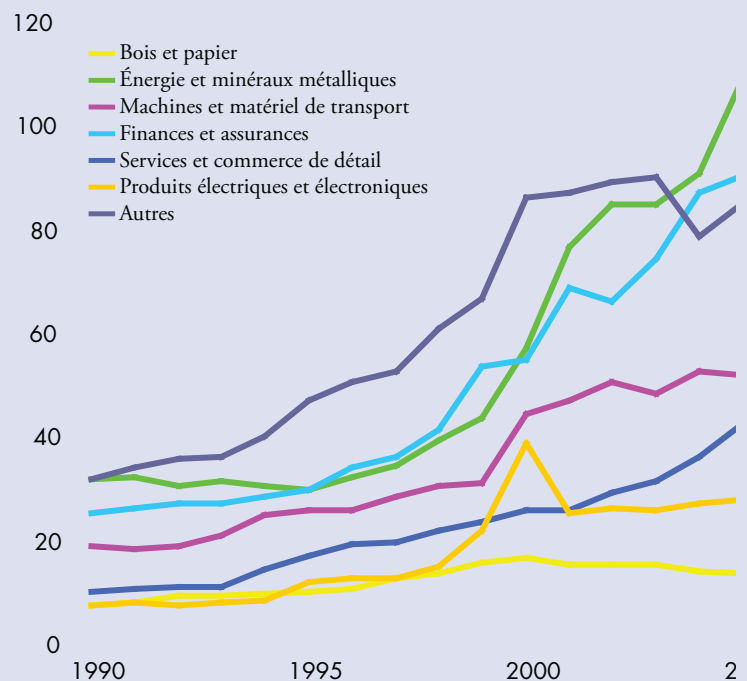
Renseignements : sites web : **L'avantage compétitif transculturel**; [www.exportsource.ca](http://www.exportsource.ca); Service d'information sur l'exportation, tél. : (1-888) 811-1119.

## L'investissement étranger direct au Canada continue d'augmenter

Les entrées d'investissement étranger direct (IED) au Canada ont augmenté substantiellement depuis une dizaine d'années : grâce à un taux annuel moyen de 9,6 %, le montant total se chiffrait à 415,6 milliards de dollars en 2005. (Dans nos calculs, les bénéfices non répartis sont considérés comme des entrées nettes dans les statistiques sur l'investissement étranger direct.) Cette hausse est attribuable à la forte progression observée dans certains secteurs : ensemble, l'énergie et les minéraux métalliques ont représenté 32,8 % de l'augmentation de 233,4 milliards enregistrée depuis 1996, comparativement à 23,8 % pour les finances et l'assurance et 21,1 % pour la catégorie « autre ». Cette dernière catégorie accuse toutefois un ralentissement ces dernières années, ce qui s'explique principalement par le fait qu'elle comprend le groupe aliments, boissons et tabac, où les investissements directs ont diminué. Dans le groupe produits électriques et électroniques, l'investissement direct étranger a connu une progression rapide jusqu'en 2000, pour se stabiliser par la suite. Compte tenu de la concurrence féroce qui caractérise le marché mondial de l'IED et de l'importance de ce dernier pour l'intégration dans les chaînes d'approvisionnement, la croissance affichée par le Canada est encourageante.

Source : Bureau de l'économiste en chef, Affaires étrangères et Commerce international Canada ([www.international.gc.ca/eet](http://www.international.gc.ca/eet)).

Investissement étranger direct au Canada, selon l'industrie (position, millions de dollars CAN)



Données : Statistique Canada



## AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

Hong Kong, 3-6 septembre 2007 > L'Asian Aerospace International Expo and Congress, une expoconférence internationale consacrée à l'aérospatiale qui sert de carrefour pour les échanges de renseignements sur l'innovation technologique et les meilleures pratiques commerciales, peut aider les entreprises canadiennes œuvrant dans le secteur de l'aérospatiale à trouver des contrats auprès des principaux acheteurs d'aéronefs de la région Asie-Pacifique.

**Renseignements :** Stéphanie Berlet, Affaires étrangères et Commerce international Canada, courriel :

[stephanie.berlet@international.gc.ca](mailto:stephanie.berlet@international.gc.ca); Reed Exhibitions Ltd (Hong Kong), tél. : (011-852) 2824-0330, site web : [www.asianaerospace.com](http://www.asianaerospace.com).

## ARTS ET CULTURE

Providence, 28-30 septembre 2007 > L'expoconférence de la New England Independent Booksellers Association permet aux participants de prendre connaissance des nouvelles parutions et de discuter de l'industrie du livre et de la vente de livres. Elle attire des libraires de la Nouvelle-Angleterre et de New York, de même que les éditeurs de tous les coins des États-Unis.

**Renseignements :** Christine Sarkisian, consulat général du Canada à Boston,

tél. : (617) 262-3760, courriel : [boston.commerce@international.gc.ca](mailto:boston.commerce@international.gc.ca), site web : [www.newenglandbooks.org](http://www.newenglandbooks.org).

## POISSON ET FRUITS DE MER

Le Cap, 24-26 novembre 2007 > Fish Africa and Aquaculture Africa est la principale foire d'Afrique australe consacrée à l'aquaculture et à la pêche commerciale. Elle se déroule au même endroit et en même temps que Maritime Africa, qui porte sur la construction et la réparation de bateaux, l'équipement pour bateaux, les peintures et les revêtements, l'assurance et les finances.

**Renseignements :** Brennen Young, haut-commissariat du Canada à Johannesburg, tél. : (011-27-11) 442-3130, courriel : [jobrg@international.gc.ca](mailto:jobrg@international.gc.ca); site web : [www.fishafrika.net](http://www.fishafrika.net).

## PRODUITS DE CONSOMMATION

São Paulo, 11-14 septembre 2007 > Trouvez-vous de nouveaux débouchés à Equipotel 2007, une foire internationale qui réunit des fournisseurs et des acheteurs du secteur de l'hébergement et de la restauration.

**Renseignements :** Susan Cesar, ambassade du Canada au Brésil, tél. : (011-55-61) 3424-5400, fax : (011-55-61) 3424-5492, courriel : [susan.cesar@international.gc.ca](mailto:susan.cesar@international.gc.ca), site web : [www.equipotel.com.br](http://www.equipotel.com.br).

## TIC

Munich, 23-26 octobre 2007 > Systems 2007 est une grande occasion pour les contacts d'entreprise à entreprise dans le secteur des technologies de l'information, des télécommunications et des nouveaux médias. L'exposition a lieu à Munich, un des plus importants centres de haute technologie et des médias d'Europe.

**Renseignements :** Brigitte Mertens, Munich International Trade Fairs Canada, tél. : (416) 237-9939, courriel : [bmertens@canada-unlimited.com](mailto:bmertens@canada-unlimited.com), site web : [www.canada-unlimited.com](http://www.canada-unlimited.com) et [www.systems.de](http://www.systems.de).

## TECHNOLOGIES OCÉANIQUES

Johannesburg, 15-17 août 2007 > Sustain 2007 est la plus grande exposition d'Afrique du Sud sur le développement durable et la gestion de l'environnement. Des entreprises venues de partout dans le monde y exposeront des technologies, produits et services qui contribuent à protéger l'environnement tout en réduisant la consommation énergétique et en soutenant le développement économique durable.

**Renseignements :** Brennen Young, haut-commissariat du Canada à Johannesburg, tél. : (011-27-11) 442-3130, courriel : [jobrg@international.gc.ca](mailto:jobrg@international.gc.ca); site web : [www.sustainex.co.za](http://www.sustainex.co.za).

# Permettez-nous de faire LES PRÉSENTATIONS

Si vous voulez développer votre entreprise, nous sommes là pour vous y aider. Le Service des délégués commerciaux du Canada est votre partenaire naturel pour faire des affaires à l'étranger. Nous avons une équipe d'experts en commerce qui peut vous faire gagner temps et argent lorsque votre entreprise prendra de l'expansion à l'étranger.

- 12 bureaux régionaux au Canada pour vous servir près de chez vous
- 150 bureaux partout dans le monde, dans des marchés et des villes clés
- De bons conseils et les bonnes personnes-ressources pour plus de 17 000 clients.

**Le Service des délégués commerciaux du Canada :**  
voyez ce que nous pouvons faire pour vous aujourd'hui.

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

1-800-551-4946

Anouk Bergeron-Laliberté, déléguée commerciale  
Montréal (Québec)



## 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).