

LKC
HF
1479
.15714
1995/96
v.8

STRATÉGIE D'EXPORTATION DU CANADA

Plan de promotion du commerce extérieur

1995-1996

Industry Canada
Library - Jrl Tower S

MAR 29 1995

Industrie Canada
Bibliothèque - Édifice Jrl S



***Plan intégré pour l'expansion du commerce,
des investissements et de la technologie***

Le Plan de promotion du commerce extérieur du Canada comprend un Aperçu présentant les priorités du Canada en matière d'expansion du commerce international, ainsi qu'une série de stratégies sectorielles accompagnées de listes d'activités internationales. Les documents suivants sont actuellement disponibles :

- Aperçu
1. Technologies de fabrication de pointe
 2. Agriculture et produits alimentaires
 3. Aéronautique et pièces d'aéronefs
 4. Automobile
 5. Biotechnologies
 6. Services commerciaux, professionnels et éducationnels
 7. Produits chimiques et plastiques, et matériaux de pointe
 8. Produits de construction
 9. Biens de consommation
 - Vêtements et fourrures
 - Textiles
 - Chaussure
 - Articles de sport (y compris les embarcations de plaisance)
 - Outils, quincaillerie et articles ménagers
 - Meubles résidentiels
 - Meubles de bureau et meubles divers
 10. Industries culturelles
 11. Matériel de défense
 12. Équipement et services de protection de l'environnement
 13. Poissons et produits de la mer
 14. Industrie forestière
 15. Technologies de l'information et télécommunications
 - Aperçu sectoriel
 - Composants électroniques
 - Géomatique
 - Instruments
 - Ordinateurs et matériel périphérique
 - Produits logiciels et services informatiques
 - Télécommunications
 16. Produits et services médicaux et de santé
 - Instruments médicaux
 - Produits pharmaceutiques
 - Soins de santé
 17. Minéraux et métaux
 18. Produits pétroliers et gaziers, et matériel d'exploitation de l'énergie
 19. Matériel électrique
 20. Machinerie industrielle primaire et secondaire
 - Exploitation minière, exploitation forestière, pâtes et papier
 - Technologie, machines et équipements agricoles
 - Industries océaniques et marines
 21. Matériel de transport urbain et ferroviaire
 22. Industrie spatiale
 23. Tourisme

Pour obtenir d'autres exemplaires de l'Aperçu ou des exemplaires des stratégies sectorielles, composer le **1-800-267-8376**

À moins d'indication contraire, tous les montants figurant dans ce document sont exprimés en dollars canadiens.

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1995
N° au cat. C2-226/1-1995F
ISBN 0-662-99614-3

Also available in English under the title Construction Products.



Produits de construction

Les produits de construction, tels que définis dans la présente section, se divisent en deux groupes : les matériaux de construction en métal et les matériaux de construction en bois. Les produits similaires faits de matière plastique sont traités dans la brochure intitulée *Produits chimiques et plastiques et matériaux de pointe* du Plan de promotion du commerce extérieur du Canada et les produits forestiers, dans celle intitulée *Industrie forestière*.

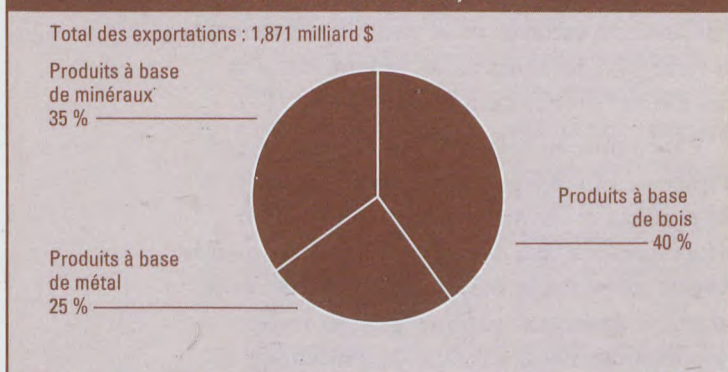
Les échanges internationaux de produits et de matériaux de construction ont connu un essor considérable au cours des dix dernières années, dans la foulée de la mondialisation des marchés. Le U.S. Department of Commerce indiquait dans le numéro publié à l'hiver 1993 de *Construction Review* que le commerce international des matériaux de construction se chiffrait à plus de 100 milliards de dollars américains en 1990, soit près du double des échanges enregistrés au milieu des années 80.

Les exportations canadiennes de produits et de matériaux de construction à base de bois, de métal ou de minéraux ont été évaluées, en 1993, à près de 1,9 milliard de dollars (voir la figure 1). Les fabricants canadiens de produits et de matériaux de construction sont de mieux en mieux informés des occasions d'affaires à l'échelle mondiale et ils s'appliquent, un peu partout dans le monde, à établir les bases de nouveaux marchés pour une vaste gamme de produits.

On compte plus de 35 pays exportateurs de produits et de matériaux de construction, la majorité d'entre eux étant regroupés en Europe et en Amérique du Nord. Les principaux exportateurs sont l'Allemagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Autriche, les États-Unis et le Canada.

Étant donné la croissance rapide de la population mondiale et la pénurie de logements observée dans plusieurs pays, on mettra surtout l'accent, dans le commerce des matériaux de construction, sur les produits et les systèmes servant à la construction d'habitations. Un groupe de travail auquel participent la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), Industrie Canada (IC), le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), le Conseil national de recherches (CNR) et Ressources naturelles Canada a été formé au début de l'année 1994. Ce groupe a reçu pour mandat d'élaborer, à l'intention de l'industrie, différentes stratégies concernant la construction de logements. Il a effectué une vaste consultation parmi les membres de l'industrie concernant les problèmes d'exportation et les diverses manières de les résoudre. Au cours de la prochaine année, le groupe de travail concentrera ses efforts sur l'élaboration de stratégies d'exportation et de lignes directrices destinées aux entreprises qui œuvrent au sein de cette industrie.

Figure 1 — Exportations canadiennes des produits et matériaux de construction à base de bois, de métal et de minéraux, 1993



Source : Industrie Canada

Produits métalliques ou à base de minéraux

L'industrie des produits et des matériaux de construction métalliques ou à base de minéraux réunit des entreprises qui fabriquent une grande variété de produits, tels que des clous, des éléments de parement en aluminium, des portes et des fenêtres métalliques, des ouvrages métalliques, du ciment, des plaques de plâtre, des isolants faits de laine minérale, des briques d'argile et des pierres à bâtir.

Contexte international

Selon l'étude précédemment citée par le U.S. Department of Commerce, les produits et les matériaux de construction métalliques ou à base de minéraux représentaient, en 1990, la moitié des échanges internationaux dans le secteur des produits et des matériaux de construction. Les produits et les matériaux métalliques constituaient 31 p. 100 du commerce mondial, tandis que 19 p. 100 des échanges internationaux portaient sur des produits et des matériaux à base de minéraux. Les principales exportations se composaient de pièces et de composants en fer et en acier; d'éléments de grande taille en fer et en acier; de tôles, de feuilles et de bandes d'aluminium; de ciment; et de produits et de matériaux de construction non réfractaires, en verre et en brique. En 1990, le Canada figurait, sur les marchés internationaux, parmi les dix premiers exportateurs en ce qui a trait aux produits et aux matériaux suivants :

Produits et matériaux métalliques	Produits et matériaux à base de minéraux
Tôles, feuilles et bandes	Ciment
Clous en fer et en acier, etc.	Plâtre et enduits
Profilés en fer et en acier	Ciment, pierre artificielle
Tuyaux en fonte	

Avec la libéralisation du commerce que l'on peut observer en divers points du globe, les marchés de l'habitation de l'Asie, de l'Amérique latine ainsi que des pays de l'ancien bloc communiste auxquels nous n'avions pas accès dans le passé s'ouvrent progressivement. On offre maintenant sur ces marchés un plus grand nombre de produits et de matériaux de construction nord-américains et européens. Au cours des cinq à dix prochaines années, nous devrions être témoins d'une expansion rapide du commerce des produits et des matériaux de construction. Cette augmentation de la concurrence devrait se traduire, pour chacun d'entre nous, par de nouveaux produits plus innovateurs, des prix moindres et de meilleurs services.

Situation intérieure

En 1993, la valeur des exportations de produits et de matériaux de construction métalliques et à base de minéraux a été estimée à 1,121 milliard de dollars (voir le tableau 1). Le principal débouché extérieur demeure les États-Unis, qui absorbent plus de 90 p. 100 des exportations. Dans l'ensemble du secteur, les exportations sont légèrement plus élevées que les importations. Les exportations de produits et de matériaux de construction métalliques dépassent les importations de près de 80 p. 100. Dans le groupe des produits et des matériaux à base de minéraux, toutefois, les importations sont un peu plus élevées que les exportations, ce qui s'explique en partie par un déficit de la balance commerciale dans les industries des carreaux de céramique, des éléments en verre plat, des isolants, des produits finis en pierre et des produits ouvrés en verre.

On compte au delà de 6 000 entreprises, qui emploient 145 000 personnes, dans le secteur des produits et des matériaux de construction métalliques et à base de minéraux. Il s'agit, pour la plupart, de petites et moyennes entreprises, mais on trouve également quelques grandes sociétés dans les industries des composants métalliques, du ciment, des isolants et du verre plat. Un bon

nombre de ces entreprises plus importantes sont des sociétés internationales étrangères.

Traditionnellement, les fabricants de produits et de matériaux de construction se sont concentrés sur le marché intérieur, situation qui est en voie de changer, toutefois, de plus grands efforts étant consacrés à l'exportation. Sur les marchés étrangers, les produits et les matériaux de construction canadiens sont reconnus pour leur qualité supérieure, une caractéristique souvent dictée par les conditions extrêmement difficiles du climat canadien. Au sein de marchés comme celui du Japon, le prix des produits et des matériaux canadiens de construction métalliques et à base de minéraux est très intéressant par rapport à celui des produits et des matériaux locaux de même type. Les frais de transport élevés, les barrières commerciales et les différences relevées dans les codes et les normes des autres pays sont des obstacles au commerce, mais des progrès sont accomplis en vue de réduire ces diverses contraintes.

Orientation stratégique

- À cause de son ampleur et de sa proximité, le marché américain demeurera le principal débouché extérieur pour les produits et les matériaux de construction métalliques et à base de minéraux du Canada. Aussi, afin de maximiser les possibilités d'échanges commerciaux, les activités décrites ci-dessous sont prévues pour l'exercice 1995-1996 :
 - Les sociétés, plus particulièrement les petites et moyennes entreprises, seront invitées à participer aux grandes expositions commerciales de matériaux de construction telles que celle organisée par la *National Association of Home Builders* (NAHB), ainsi qu'à un certain nombre de foires régionales et de manifestations parrainées par les pouvoirs publics (MAECI, IC).
 - Des missions seront invitées au pays afin de mieux faire connaître aux Américains les produits canadiens, et des missions

canadiennes seront envoyées aux États-Unis afin de récolter de l'information sur le marché américain à l'intention des exportateurs (MAECI, missions à l'étranger, IC).

- Plusieurs études des marchés visant des créneaux particuliers, comme celle sur les

Tableau 1 — Produits et matériaux de construction métalliques et à base de minéraux, 1993

	en millions \$			
	Exportations*		Importations*	
Matériaux métalliques				
Profilés creux	188	(187)	10	(09)
Ossatures et pièces de construction	114	(96)	65	(59)
Attaches métalliques	84	(83)	48	(29)
Portes et fenêtres métalliques	46	(38)	64	(63)
Appareils de plomberie en métal	21	(15)	45	(33)
Autres	19	(16)	31	(24)
Total des matériaux métalliques	472	(435)	263	(217)
Matériaux non métalliques				
Ciment	201	(199)	43	(42)
Isolants	87	(81)	146	(140)
Verre plat	84	(59)	141	(130)
Papier-toiture asphalté	78	(68)	40	(39)
Produits en béton	61	(60)	34	(30)
Produits finis en pierre	54	(50)	74	(28)
Produits en plâtre	36	(34)	9	(7)
Produits ouvrés en verre	36	(29)	65	(48)
Autres	12	(11)	193	(63)
Total des matériaux non métalliques	649	(591)	745	(527)
Total des produits et matériaux de construction à base de minéraux				
	1121	(1026)	1008	(744)

* Les chiffres entre parenthèses se rapportent aux échanges commerciaux avec les États-Unis.

Source : Statistique Canada

produits de construction commerciaux (Buffalo), seront entreprises dans différentes régions des États-Unis et seront communiquées aux entreprises intéressées (MAECI, missions à l'étranger).

- Un autre objectif important consiste à augmenter la visibilité des produits et matériaux de construction métalliques et à base de minéraux fabriqués au Canada, dans diverses régions du monde, où l'économie connaît une expansion rapide.

- Le Mexique, étant signataire de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), apparaît comme un débouché prometteur pour les produits et les matériaux de construction. On organise en ce moment de nombreuses activités commerciales afin qu'un plus grand nombre d'entreprises canadiennes puissent accéder à ce marché. Dans d'autres pays de l'Amérique latine, des kiosques d'information sont présentés dans les grandes expositions commerciales portant sur les matériaux de construction (MAECI, missions à l'étranger, IC).
- Au Japon, le gouvernement appuiera vigoureusement toute participation aux principales expositions commerciales individuelles, régionales et nationales où sont présentés des produits et des matériaux de construction. Une mission ayant pour mandat l'harmonisation des normes du bâtiment doit également se rendre au Japon en 1995-1996, et un certain nombre de missions d'acheteurs doivent visiter le Canada.
- La Chine est considérée comme l'un des marchés les plus prometteurs pour les produits et les matériaux de construction canadiens. On effectue en ce moment les premières démarches en vue de développer ce marché grâce à une participation stratégique aux expositions commerciales de l'industrie de la construction et à l'organisation de colloques dans les principales villes de la Chine (MAECI, missions à l'étranger, IC).

- La croissance économique observée à Singapour et dans divers pays asiatiques indique qu'il y a d'intéressantes possibilités pour les produits et les matériaux de construction canadiens. On prévoit présenter un kiosque d'information à la foire Sibex 95, une importante exposition de produits et de matériaux de construction qui aura lieu à Singapour (MAECI, missions à l'étranger).
- Le secteur de la construction en Indonésie connaît présentement une vague de prospérité. Pour donner suite à une participation enrichissante à la foire Building and Construction Indonesia 94, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international présentera un kiosque d'information à l'exposition de 1995 (MAECI, missions à l'étranger, IC).
- En Arabie Saoudite, le secteur de la construction jouit également d'une période de prospérité. Désirant tirer profit des possibilités qu'offre ce marché, le MAECI présentera un kiosque d'information à la foire Saudi Build 95 (MAECI, missions à l'étranger, IC).
- En Europe, le gouvernement canadien présentera un stand à la foire BÂTIMAT 95, qui aura lieu à Paris, et un kiosque d'information à BATIBOUW, en Belgique (missions MAECI, IC).
- Industrie Canada, le MAECI et d'autres ministères et agences du gouvernement fédéral partagent avec les administrations provinciales d'importantes responsabilités envers l'industrie canadienne, à laquelle ils doivent fournir l'information commerciale et divers renseignements relatifs aux marchés étrangers. La transmission de cette information est assurée par des contacts personnels et la publication de rapports tels que *Opportunities in Mexico: The Construction Products Market* (IC, MAECI).

Matériaux de construction en bois

L'industrie des matériaux de construction en bois englobe les entreprises qui fabriquent une grande variété de matériaux de construction à valeur ajoutée, notamment des armoires de cuisine, des fenêtres en bois, des portes en bois, des bâtiments préfabriqués, des maisons mobiles, des planchers en bois, des moulures, des panneaux en bois massif et d'autres ouvrages de menuiserie. Le secteur est de petite taille comparativement aux industries canadiennes du bois d'œuvre et des panneaux, mais il est à la source de plus d'emplois et de valeur par unité de bois que ne l'est la transformation primaire.

Contexte international

Le commerce des matériaux de construction en bois énumérés ci-dessus était évalué approximativement à 7,1 milliards de dollars à l'échelle mondiale en 1993, et croît depuis quelques années à un rythme annuel de plus de 23 p. 100. Cette vigoureuse croissance devrait se poursuivre dans l'avenir, vu que de plus en plus de pays accordent une priorité plus élevée à la fourniture d'un logement convenable à leurs citoyens. La part de marché détenue par le Canada s'établit à quelque 8 p. 100, et les échanges se font principalement avec les États-Unis, qui interviennent chaque

année pour environ 80 p. 100 de la totalité des exportations et plus de 65 p. 100 des importations totales.

Au cours des dernières années, toutefois, le Canada a réussi à percer d'autres marchés, notamment celui du Japon, et plus récemment, celui du Mexique. Les exportations à destination de ces marchés sont encore relativement peu importantes, comparativement à celles vers les États-Unis, mais leur potentiel de croissance est considérable.

Situation intérieure

Le tableau 2 expose les grandes lignes de la structure de base de l'industrie canadienne des matériaux de construction en bois en 1993.

Les principaux atouts de l'industrie résident dans la capacité de bon nombre d'entreprises à accorder beaucoup d'attention aux désirs des clients et aux caractéristiques qu'ils recherchent dans les produits. De plus, les installations de production canadiennes se prêtent bien à la satisfaction de petites commandes provenant aussi bien du marché intérieur que des marchés extérieurs. L'industrie canadienne des matériaux en bois est reconnue pour la qualité, la fiabilité du service et le degré d'innovation de ses produits. Ces atouts ont permis à un grand nombre de sociétés de se spécialiser dans des créneaux particuliers et de devenir des chefs de file à l'échelle

Tableau 2 — Industrie canadienne des matériaux de construction en bois, 1993

	Nombre d'établissements	Nombre d'expéditions	Nombre d'emplois	(en millions \$)	
				Exportations	Importations
Armoires de cuisine	460	850	10 500	93	29
Fenêtres en bois	400	735	6 850	30	32
Portes en bois	300	565	5 650	40	42
Bâtiments préfabriqués	250	465	3 650	97	75
Maisons mobiles	70	130	1 150	15	158
Autres ouvrages de menuiserie	720	1 185	14 100	475	297
Total	2 200	3 930	41 900	750	633

mondiale pour ce qui est de la mise au point de produits innovateurs visant à conserver l'énergie, fruit de l'expérience acquise dans les conditions climatiques rigoureuses que connaît le Canada.

Comparativement à leurs concurrents d'outre-mer et à leurs grands concurrents américains, bon nombre d'entreprises canadiennes n'ont pas un niveau de compétence élevé en matière de commercialisation et d'expansion des marchés. Cependant, les sociétés plus progressives ont fait des percées aux États-Unis, en Europe de l'Ouest, au Japon et plus récemment au Mexique. Par exemple, un certain nombre d'entreprises œuvrant dans les secteurs de la fabrication d'armoires de cuisine, de portes et de fenêtres en bois ainsi que de bâtiments divers préfabriqués exploitent de bons créneaux aux États-Unis et au Japon.

Orientation stratégique

Afin d'accroître les débouchés de l'industrie canadienne des matériaux de construction en bois, le gouvernement, en collaboration avec cette dernière, entend :

- Continuer à axer son action sur les États-Unis et le Japon et consacrer des ressources à l'exploitation de certains créneaux en Europe, notamment en Grande-Bretagne, en Allemagne et en France, et dans les pays en développement, comme le Mexique.
- Continuer à encourager les petites et moyennes entreprises à participer à d'importants salons commerciaux comme la National Association of Home Builders (NAHB), le Northeast Construction Show et le Kitchen and Bath Show, aux États-Unis, le salon de l'habitation de Tokyo, au Japon, et CONSTRUExPO, au Mexique. En Europe, nous continuerons à soutenir Bâtimat, à Paris, et Interbuild, au Royaume-Uni, où les entreprises canadiennes ont obtenu d'excellents résultats (MAECI, missions à l'étranger, Industrie Canada).

- Continuer à appuyer les visites (salons commerciaux, associations et fabricants de matériaux de construction) de missions de constructeurs, d'acheteurs, d'architectes et de représentants d'organismes publics régissant la construction.
- Faire connaître davantage la réputation du Canada comme fournisseur de matériaux de construction durables et concurrentiels, et ce, en profitant de la signature imminente du protocole d'entente touchant les normes de construction entre le Canada et le Japon. Pour ce faire, il est prévu d'organiser en 1995-1996 l'envoi au Japon d'une délégation de spécialistes des normes de la construction (MAECI, ambassade à Tokyo, Industrie Canada).
- Poursuivre la mise en œuvre du Programme coopératif de développement de l'industrie et des marchés (PCDIM) en Colombie-Britannique, qui permet de favoriser l'exportation de matériaux de construction secondaires vers des marchés importants comme ceux des États-Unis, de l'Europe et du Japon. Le PCDIM est financé dans le cadre de la campagne sectorielle de l'industrie forestière et a été prolongé pour une deuxième période de cinq ans. Dans l'avenir, il devrait être étendu à d'autres régions du Canada (MAECI, missions à l'étranger, Industrie Canada, B.C. Wood Specialties Group).
- Appuyer vigoureusement les efforts que déploie le Conseil canadien des exportateurs de matériaux de construction, créé récemment, en vue de développer et d'élargir les marchés d'exportation des produits canadiens un peu partout dans le monde (MAECI, Industrie Canada, missions à l'étranger).

Références

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le secteur, veuillez vous adresser à l'Association canadienne de l'industrie du bois, à l'Association canadienne de l'habitation usinée et au Conseil

canadien des exportateurs de matériaux de construction, tous situés à Ottawa, au B.C Wood Specialties Group à Surrey, en Colombie-Britannique, ou à la Direction des industries forestières d'Industrie Canada, à Ottawa.

Renseignements

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION EN BOIS

Industrie Canada
Direction générale de l'industrie de
transformation des ressources naturelles
Direction de l'industrie forestière
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-3037
Télécopieur : (613) 941-8048

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION MÉTALLIQUES OU À BASE DE MINÉRAUX

Industrie Canada
Direction générale de l'industrie de
transformation des ressources naturelles
Direction des métaux et des minéraux
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-3126
Télécopieur : (613) 954-3079

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Division des ressources
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-4209
Télécopieur : (613) 943-1103

Produits de construction

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Afrique et Moyen-Orient				
Mission en Syrie, au Liban et à Dubaï	avril 1995	Damas, Beyrouth, Dubaï	MAECI	613-944-6346
Saudi Build 95 — Kiosque d'information	oct. 1995	Riyad	MAECI	613-944-5984
Mission d'acheteurs d'Arabie saoudite à BATIMAT 95	6 nov. 1995	Paris	MAECI	613-944-5984
Asie et Pacifique Sud				
Sibex '95 — Kiosque d'information	17 mai 1995	Singapour	MAECI	613-996-5824
Bâtiment Indonésie 95	sept. 1995	Djakarta	MAECI	613-992-0959
Canada				
Mission de fabricants d'ossature de bois de Taiwan — Matériaux	avril 1995	diverses villes canadiennes	MAECI	613-943-0897
Mission d'acheteurs de logements usinés — Japon	mai 1995	Partout au Canada	MAECI	613-995-1678
Mission sur les matériaux de construction — Fukuoka	juin 1995	C.-B., Alberta	MAECI	613-995-1678
Mission d'acheteurs de matériaux de construction — Taiwan	sept. 1995	diverses villes canadiennes	MAECI	613-943-0897
Europe centrale et de l'Est et Communauté des États indépendants				
Construction — mission en Lettonie et en Estonie	avril 1995	Riga, Tallinn	MAECI	613-944-1437
Mission en Pologne	2 mai 1995	Varsovie	MAECI	613-996-7107
Mission sur les produits du bâtiment	sept. 1995	Zagreb, Croatie	MAECI	613-996-7107
Mission sur les matériaux de construction	oct. 1995	Bratislava	MAECI	613-996-7107
Asie de l'Est				
Mission de fabricants d'ossatures de bois — Taiwan	avril 1995	diverses villes canadiennes	MAECI	613-943-0897
Salon des matériaux de construction NAAA — Kiosque d'information	juin 1995	Taipei	MAECI	613-943-0897
Ibex '95 — kiosque d'information	juin 1995	Hong Kong	MAECI	613-995-6962
Mission sur les produits du bâtiment	août 1995	diverses villes canadiennes	MAECI	613-996-6987
Mission d'acheteurs au Canada, provenant de Hong Kong et de la Chine méridionale	sept. 1995	Montréal, Toronto	MAECI	613-995-6962
Voyage exploratoire se rapportant à d'éventuels grands travaux	6 sept. 1995	Chine	INDCAN	613-954-2956
Salon japonais de l'habitation — mission de l'Ontario	oct. 1995	Tokyo	Ontario	416-325-6658
Salon du bâtiment de Shanghai — kiosque d'information	7 oct. 1995	Shanghai	MAECI	613-996-6987

Note : Les dates et les lieux sont sujets à changement.

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Construction Chine 95 — kiosque d'information	nov. 1995	Beijing	MAECI	613-996-6987
Colloques industriels	nov. 1995	Shanghai	MAECI	613-996-6987
Salon des matériaux de construction de Taipei	déc. 1995	Taipei	MAECI	613-943-0897
Construction Chine méridionale 95 — kiosque d'information	mars 1996	Hong Kong	MAECI	613-995-6962
Japon				
Canada Comfort Direct Program — exposition	à déterminer	Tokyo, Osaka, Kobe, Toyama	MAECI	604-844-1952
Harmonisation des normes du bâtiment — mission	avril 1995	Tokyo	MAECI	613-995-1678
Salon du bien-vivre de Tokyo	18 avril 1995	Tokyo	C.-B.	613-995-1678
Salon des matériaux de construction d'Osaka — kiosque d'information	mai 1995	Osaka	MAECI	613-995-1678
Construction d'immeubles temporaires — promotion de produits	juin 1995	Tokyo	MAECI	613-995-1678
Foire du logement Aichi — kiosque d'information	sept. 1995	Nagoya	MAECI	613-996-2458
Acheteurs japonais au Canada — produits du bâtiment	oct. 1995	Vancouver, Saskatoon, Toronto	MAECI	613-995-1678
Salon japonais du logement — kiosque d'information	oct. 1995	Tokyo	MAECI	613-995-1678
Colloques sur le logement préfabriqué	oct. 1995	diverses villes japonaises	MAECI	613-995-1678
Foires régionales des produits du bâtiment — stand national	oct. 1995	Sapporo, Sendai	MAECI	613-995-1678
Salon des produits canadiens du bâtiment	oct. 1995	Nagoya	MAECI	613-995-1678
Mission venant de Nagoya	oct. 1995	C.-B., Alberta	MAECI	613-995-1678
Salon des matériaux de construction du Canada	oct. 1995	Fukuoka, Japon	MAECI	613-995-1678
Salon et colloque sur les produits canadiens du bâtiment	oct. 1995	Osaka	MAECI	613-995-1678
Mission d'Osaka sur le logement	nov. 1995	diverses villes canadiennes	MAECI	613-995-1678
Visiteurs japonais NAHB — visites de sociétés canadiennes	janv. 1996	Région de Vancouver	MAECI	613-995-1678
Mission du Japon au Canada	janv. 1996	Région de Vancouver	MAECI	613-995-1678
Mission japonaise des utilisateurs de panneaux	fév. 1996	Vancouver, Calgary	MAECI	613-995-1678
Salon sur l'habitation globale de l'Ouest du Japon — kiosque d'information	mars 1996	Fukuoka, Japon	MAECI	613-995-1678
Amérique latine et Antilles				
Expo Construction — kiosque d'information	mai 1995	Bogota	MAECI	613-996-5548
Mission touchant les services de génie et d'architecture	juin 1995	Kingston, Belize	INDCAN	613-943-8807
Matériaux et systèmes du bâtiment — foire	6 juin 1995	Mexique	MAECI	613-995-0406
EXPO CAPAC	sept. 1995	Panama	MAECI	613-996-6129
CONSTRUEXPO Foire commerciale internationale du bâtiment	17 nov. 1995	Guadalajara	INDCAN	613-954-3126

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
États-Unis				
Mission de Seattle au Canada — produits du bâtiment	avril 1995	Alberta	MAECI	613-944-7486
Salon de l'habitation de Portland — mission du Nouveau-Brunswick	avril 1995	Portland	Nouveau-Brunswick	506-453-3984
Colloque sur la commercialisation des produits recyclés du bâtiment	mai 1995	Los Angeles	MAECI	213-346-2700
Salon national de la quincaillerie destinée au bâtiment — stand national	août 1995	Chicago	MAECI	613-944-7486
Salon de la rénovation — salon national	oct. 1995	Atlanta	MAECI	613-994-7486
Mission d'Atlanta au salon des produits du bâtiment de Vancouver	déc. 1995	Vancouver	MAECI	613-944-7486
Produits du bois à valeur ajoutée — étude de marché	déc. 1995	Atlanta	MAECI	613-944-7486
Mission venant de Los Angeles pour visiter l'industrie des produits du bois destinés au bâtiment	déc. 1995	Ouest canadien	MAECI	613-944-7486
Salon de la quincaillerie destinée au bâtiment — stand national	janv. 1996	Chicago	MAECI	613-944-7486
Salon des produits du bois et du bâtiment — mission	janv. 1996	Michigan	MAECI	613-944-7486
NERLA — stand national	janv. 1996	Boston	Nouveau-Brunswick	506-453-3984
NAHB Houston — stand national	janv. 1996	Houston	MAECI	613-944-7486
Salon des produits du bois destinés au commerce de détail — mission NEEF	janv. 1996	Boston	MAECI	613-944-7486
Mission au Salon canadien de la quincaillerie	fév. 1996	Toronto	MAECI	613-944-7486
Mission de la conception et du bâtiment de Détroit	fév. 1996	Détroit	MAECI	613-944-7486
Produits du bâtiment — mission de nouveaux exportateurs	mars 1996	Seattle	INDCAN	604-666-1443
Salon des produits canadiens du bâtiment	mars 1996	Seattle	MAECI	613-944-7486
Étude de marché — produits commerciaux du bâtiment	mars 1996	Buffalo	MAECI	613-944-7486
Étude de marché — produits du bois à valeur ajoutée	sept. 1996	Los Angeles	MAECI	613-944-7486
Europe de l'Ouest et Union européenne				
Interzum 95 — kiosque d'information	mai 1995	Cologne	MAECI	613-992-7001
Bâtiment Espagne — mission étrangère au Canada	juin 1995	Montréal, Toronto, Maritimes	MAECI	613-996-7544
Foire du bâtiment de Leipzig — kiosque d'information	oct. 1995	Leipzig	MAECI	613-996-3774
Interbuild 95 — exposition de l'Ontario	nov. 1995	Birmingham	Ontario	416-325-6514
BATIMAT — stand national	6 nov. 1995	Paris	MAECI	613-992-7001
Constamat — Foire commerciale des normes nationales — stand national	fév. 1996	Barcelone	MAECI	613-996-7544
Colloques sur les techniques canadiennes du bâtiment	fév. 1996	Espagne	MAECI	613-996-7544
BATIBOUW — kiosque d'information	mars 1996	Bruxelles	MAECI	613-992-7001

LKC
HF 1479 .15714 1995/96 v.8
Stratégie d'exportation du Canada plan d
promotion du commerce extérieur

DATE DUE
DATE DE RETOUR

DATE DUE / DATE DE RETOUR	

CARR MCLEAN

38-296



Acronymes et sigles utilisés dans le Plan de promotion du commerce extérieur

(Cette liste ne comprend pas les références spécifiques aux secteurs)

ACDI	Agence canadienne de développement international	ISO	Organisation internationale de normalisation
ACN	Association canadienne de normalisation	MAECI	ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
AG CAN	Agriculture et Agro-alimentaire Canada	MAPAQ	ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec
ALE	Accord de libre-échange Canada-États-Unis	MDN	ministère de la Défense nationale
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain	MPO	ministère des Pêches et Océans
ANASE	Association des nations de l'Asie du Sud-Est	OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
APECA	Agence de promotion économique du Canada atlantique	OMC	Organisation mondiale du commerce
BBS	babillard électronique	OTAN	Organisation du Traité de l'Atlantique Nord
BFDRQ	Bureau fédéral de développement régional, Québec	PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
BMD	banques multilatérales de développement	PIB	produit intérieur brut
CCC	Corporation commerciale canadienne	PPCE	Plan de promotion du commerce extérieur
CEI	Communauté des États indépendants	PME	petites et moyennes entreprises
CCI	Centre de commerce international	PENU	Programme pour l'environnement des Nations Unies
CNRC	Conseil national de recherches du Canada	PNB	produit national brut
CRDI	Centre de recherches en développement international	RADAR	Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires
DEO	Diversification économique de l'Ouest	R-D	recherche et développement
DRHC	Développement des ressources humaines Canada	RNCan	Ressources naturelles Canada
EC	Environnement Canada (ENVCAN)	SCF-RNCan	Service canadien des forêts - Ressources naturelles Canada
FFCE	Forum pour la formation en commerce extérieur	SEE	Société pour l'expansion des exportations
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce	UE	Union européenne
IC	Industrie Canada (INDCAN)		
IFI	institutions financières internationales		



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada