



Plan d'action sur les marchés mondiaux

La stratégie commerciale pour créer des emplois
et des occasions pour les Canadiens



Canada

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2013

This document is also available in English.

N° de cat. : FR5-84/2013

ISBN : 978-1-100-54645-2

Table des matières

UN MESSAGE DU MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL	4
Définir l'environnement	5
Introduction	6
1. Cibler les marchés qui comptent	7
L'accès aux marchés émergents où le Canada a des intérêts généraux	7
L'accès aux marchés émergents qui offrent des débouchés particuliers aux entreprises canadiennes	9
L'accroissement de l'avantage concurrentiel du Canada dans les marchés établis	10
2. Incorporer la diplomatie économique : un nouveau plan de promotion du commerce	11
Mettre l'accent sur les ressources et les services pour maximiser les chances de succès	12
Promouvoir l'avantage du Canada lié aux zones franches	13
Promouvoir l'avantage du Canada en matière d'innovation	13
3. Une stratégie axée sur le commerce et l'investissement pour ouvrir de nouveaux marchés	14
Priorité aux accords commerciaux et aux ententes axées sur le commerce	14
4. Améliorer l'avantage concurrentiel du Canada	15
Une stratégie commerciale souple et adaptable	15
Renouvellement et renforcement des liens entre partenaires	16
Des initiatives qui misent sur les forces du Canada	17
Fixer les buts et mesurer les progrès	17
Prochaines étapes	18
Annexe I – Marchés prioritaires (carte)	
Annexe II – Marchés prioritaires	

UN MESSAGE DU MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL



L'économie canadienne est l'une des plus prospères du monde. Cette réussite est attribuable, entre autres, au fait que nous reconnaissons le pouvoir des échanges commerciaux et de l'investissement comme l'un des moyens les plus efficaces de susciter la croissance économique et la prospérité. En fait, à l'heure actuelle, les échanges commerciaux équivalent à plus de 60 p. 100 de notre produit intérieur brut, et un emploi sur cinq est directement lié aux exportations.

C'est pourquoi, en 2007, le gouvernement du Canada a lancé sa Stratégie commerciale mondiale, un plan exhaustif et stratégique visant à élargir le réseau commercial du Canada, à renforcer sa position concurrentielle dans ses marchés traditionnels et à étendre son influence aux marchés émergents. Cette stratégie s'est révélée un succès retentissant et nous a amenés à conclure 7 différents accords de libre-échange avec pas moins de 37 pays.

Parallèlement, nous nous employons à resserrer nos liens en matière de commerce et d'investissement avec de nombreux marchés parmi les plus vastes, les plus dynamiques et dont la croissance est la plus rapide dans le monde, afin d'accroître l'avantage concurrentiel du Canada dans une économie mondiale où la concurrence est féroce. L'évolution rapide de la conjoncture économique mondiale oblige le Canada à faire constamment preuve de vivacité et d'agilité. À mon avis, pour demeurer compétitifs, nous devons sans cesse nous lancer des défis.

C'est dans cette optique que notre gouvernement s'était engagé, dans son Plan d'action économique de 2012, à s'appuyer sur la réussite de la Stratégie commerciale mondiale de 2007 pour mener de vastes consultations auprès des gens d'affaires canadiens, dans le but de déterminer de nouveaux marchés et de cerner nos forces et nos possibilités. Ces consultations pancanadiennes ont inclus les petites et moyennes entreprises, une composante essentielle de notre économie dont elles sont l'épine dorsale. Nous avons été guidés par un comité consultatif composé de dirigeants d'entreprises et de l'industrie. C'est ainsi qu'a pris forme le Plan d'action sur les marchés mondiaux.

Conformément au Plan d'action sur les marchés mondiaux, le gouvernement du Canada concentrera ses efforts sur les marchés les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes. Nous y parviendrons grâce à une vigoureuse promotion des échanges commerciaux et à une politique commerciale ambitieuse. Mais surtout, nous mettrons l'accent sur des objectifs essentiels au sein de ces marchés. Bref, ce plan mettra sur nos forces et fera en sorte que toutes les ressources du gouvernement du Canada soient mises à profit pour soutenir les entreprises et les investisseurs canadiens dans la poursuite de leurs objectifs commerciaux. Nous sommes très conscients que lorsque les entreprises canadiennes réussissent à l'étranger, tous les Canadiens profitent des emplois et des occasions qui en résultent au pays.

En mettant ainsi l'accent sur des objectifs essentiels à viser sur les marchés prioritaires, le Plan d'action sur les marchés mondiaux incorporera le concept de « diplomatie économique » comme force motrice des activités de promotion des échanges commerciaux du gouvernement du Canada au sein de son réseau diplomatique international. Cette nouvelle priorité représente un changement radical dans la manière dont les ressources diplomatiques canadiennes sont déployées partout dans le monde. De cette façon, la réussite économique à long terme du Canada deviendra l'un des objectifs prioritaires de notre politique étrangère.

Plus particulièrement, ce plan d'action établit l'objectif ambitieux mais réalisable d'élargir, de concert avec le gouvernement, la présence de nos PME dans le secteur de l'exportation au cours des cinq prochaines années. Cela dit, je crois fermement que notre réussite se définira non seulement par le nombre de nouvelles entreprises canadiennes qui auront commencé à exporter, mais aussi par le nombre et la qualité des emplois que notre plan d'action aura permis de créer.

Nous avons l'intention de continuer à collaborer étroitement avec le gouvernement et les intervenants de l'industrie pour adapter de façon continue notre plan d'action aux tendances mondiales et pour aligner les priorités et les services du gouvernement sur les besoins de nos exportateurs. Ensemble, nous nous appuyerons sur nos réussites passées pour bâtir un Canada prospère qui restera un champion mondial du commerce.

L'honorable Ed Fast

Ministre du Commerce international

Définir l'environnement

Peter G. Hall

Vice-président et économiste en chef, Exportation et développement Canada

Depuis le début de la récession mondiale de 2008-2009, les exportateurs ont dû relever des défis de taille. Le commerce international a vu sa plus forte baisse depuis la Crise de 1929, et ce n'est pas tout. Malgré l'injection sans précédent de fonds de relance à l'échelle internationale, une brève poussée de croissance a été suivie d'un rendement chancelant, l'économie mondiale subsistant à même les surplus accumulés au cours des années d'abondance d'avant la récession.

Mais la situation change. Des années d'austérité en matière de consommation et d'investissement ont grandement comprimé la demande dans les économies de l'OCDE — nous sommes arrivés au point où les consommateurs et les entreprises ne peuvent tout simplement plus remettre leurs dépenses à plus tard. Les indicateurs clés montrent un retour du balancier : à l'heure actuelle, de nombreux secteurs reprennent leur élan. Parallèlement, le climat de morosité qui a plombé l'économie mondiale dans les cinq dernières années est en train de se dissiper. La confiance renaît manifestement aux États-Unis, dans l'Union européenne et au Japon, à un degré qui ne s'était pas vu depuis des années.

Une autre avancée importante se dessine également. Partout dans le monde, les réductions sévères dans les dépenses publiques ont considérablement ralenti la croissance depuis un certain nombre d'années. Ces compressions vont bientôt prendre fin, ce qui stimulera la croissance de l'économie mondiale en 2014 et au cours des années subséquentes.

Conjugués, ces récents changements donnent fortement à penser que les échanges commerciaux à l'échelle internationale connaîtront bientôt un virage important dont profiteront les exportateurs canadiens.

Le lancement d'un plan d'action sur le commerce qui tient compte du contexte mondial actuel et qui permet de s'adapter aux changements fera en sorte que le Canada puisse continuer de réussir sur les marchés mondiaux et d'accroître son avantage concurrentiel.

Plan d'action sur les marchés mondiaux : comment nous en sommes arrivés là

- En tenant des consultations avec plus de 400 représentants d'entreprises et intervenants de l'industrie du Canada.
- En sollicitant les conseils stratégiques des comités consultatifs du Plan d'action sur les marchés mondiaux et de la Stratégie internationale en matière d'éducation.
- En s'inspirant des réussites de la Stratégie commerciale mondiale lancée par le gouvernement en 2007.



En apportant aux entreprises canadiennes l'aide dont elles ont besoin pour prendre de l'expansion sur les marchés internationaux, le gouvernement donne la preuve de sa volonté de renforcer les liens avec nos partenaires de toutes les régions du monde.



— Hon. John Manley,
président et chef de la direction,
Conseil canadien des chefs
d'entreprise

Le saviez-vous ?

- Le commerce international génère plus de 60 p. 100 du PIB du Canada.
- Au Canada, un emploi sur cinq est lié aux exportations.
- Sans le commerce international, il y aurait 3,3 millions d'emplois en moins.
- Si le Canada n'exportait pas de biens et de services, son taux de chômage exploserait à plus de 25 p. 100.

Introduction

« Afin de promouvoir la réussite des exportateurs canadiens, notre gouvernement lancera un nouveau plan exhaustif en vue d'aider les entreprises canadiennes à mesurer qu'elles prennent de l'expansion à l'étranger. »

— Discours du Trône inaugurant la deuxième session de la 41^e Législature du Canada, le 16 octobre 2013

Comme le soulignait le discours du Trône de 2013, le Canada a toujours été un pays commerçant :

« Depuis l'époque des coureurs des bois et de la Compagnie de la Baie d'Hudson, le Canada est un pays commerçant. De nos jours, un emploi canadien sur cinq est tributaire des exportations, et notre prospérité découle de l'ouverture de nouveaux marchés aux biens, aux services et aux investissements canadiens. »

Les échanges commerciaux continuent d'être un élément déterminant de la géographie économique et de la prospérité du Canada. Cependant, l'économie mondiale évolue, et le Canada doit s'y adapter. Les changements comprennent une féroce compétition à l'échelle de la planète ainsi que ceux découlant de la pire récession qu'ait connue une génération (en 2008-2009), laquelle a eu des répercussions négatives sur les échanges commerciaux du Canada avec ses partenaires traditionnels. S'ajoutent à cela les progrès enregistrés dans les domaines des transports et des communications, qui continuent de transformer la façon de faire des affaires, sans compter les marchés émergents de toutes les régions du monde qui se développent et arrivent à maturité. La Stratégie commerciale mondiale du Canada, lancée en 2007, a permis au Canada de mieux résister à la crise que la plupart de ses partenaires commerciaux. Grâce à elle, l'économie canadienne repose maintenant sur des bases solides. À titre d'exemple, parmi les pays membres du G-7, le Canada est celui qui présente le ratio de la dette nette au PIB le plus bas et celui qui a enregistré le taux le plus élevé de création d'emplois depuis 2009 : par rapport à la fin de la récession mondiale, au-delà d'un million de Canadiens de plus occupent maintenant un emploi. Le nouveau Plan d'action sur les marchés mondiaux continuera de présider, aujourd'hui comme demain, à la forte croissance économique du Canada. Le plan a notamment pour but de cibler les marchés qui comptent pour les entreprises canadiennes et de veiller à la promotion des intérêts canadiens sur ces marchés. Permettant d'affiner les outils de notre politique commerciale, de préparer le terrain et de faire la promotion de relations interentreprises avec des partenaires du monde entier — relations qui sont souvent à la source de nouvelles idées, de nouvelles activités commerciales et de nouvelles occasions —, cette approche est conçue de façon à maintenir le plan parfaitement aligné sur les besoins des entreprises canadiennes.

Grâce au Plan d'action sur les marchés mondiaux, le gouvernement du Canada concentre ses efforts sur les marchés les plus prometteurs pour les entreprises canadiennes, et ce, au moyen de la promotion du commerce et d'une politique commerciale ambitieuse. En bref, le Plan d'action sur les marchés mondiaux permettra de mettre à profit toutes les ressources du gouvernement du Canada pour soutenir les entreprises et les investisseurs canadiens dans la poursuite de leurs objectifs commerciaux sur les principaux marchés étrangers, pour susciter la création d'emplois et de nouvelles occasions pour les travailleurs et les familles au pays.

L'analyse économique menée pour déterminer les marchés prioritaires du Plan d'action sur les marchés mondiaux a tenu compte des conseils et des avis d'entreprises de toutes les régions du Canada. Les résultats de cette consultation ont été analysés et validés par un comité consultatif composé de Canadiens éminents (voir « Membres du comité consultatif du Plan d'action sur les marchés mondiaux »).

1. Cibler les marchés qui comptent

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux consiste en une série de mesures détaillées visant à promouvoir les intérêts des entreprises canadiennes dans un groupe particulier de marchés étrangers d'importance majeure. Les marchés prioritaires ont été sélectionnés au moyen d'un processus en diverses étapes, intégrant les éléments suivants :

- ▶ une modélisation économique permettant de cerner les marchés à potentiel de croissance élevé en fonction des capacités industrielles et des avantages concurrentiels du Canada;
- ▶ l'analyse des sources potentielles de capital, de technologies et de compétences;
- ▶ les principaux blocs commerciaux régionaux et les partenaires des accords de libre-échange du Canada;
- ▶ les plaques tournantes dans les chaînes de valeur mondiales;
- ▶ l'avis des experts des principaux secteurs de l'industrie canadienne.

En concentrant les efforts sur les marchés qui offrent le meilleur potentiel pour les intérêts commerciaux canadiens, le plan mise sur les forces actuelles du Canada et cible trois types de marchés prioritaires :

- ▶ les marchés émergents où le Canada a des intérêts généraux;
- ▶ les marchés émergents qui offrent des débouchés particuliers aux entreprises canadiennes;
- ▶ les marchés établis où le Canada a des intérêts généraux.

L'accès aux marchés émergents où le Canada a des intérêts généraux

Les marchés émergents qui offrent les meilleures possibilités pour les intérêts commerciaux canadiens, au sens large, sont définis comme suit :

- ▶ les marchés qui affichent un potentiel élevé de croissance économique;
- ▶ les marchés où les capacités canadiennes ont les meilleures possibilités de réussite;
- ▶ les marchés où l'aide gouvernementale peut être la plus efficace;
- ▶ les marchés jugés prioritaires pour les investissements étrangers directs, la technologie ou les gens de talent;
- ▶ les marchés faisant partie de plateformes régionales d'échanges commerciaux.

Membres du comité consultatif du Plan d'action sur les marchés mondiaux

Catherine Swift, présidente,
Fédération canadienne de
l'entreprise indépendante

Paul Reynolds, PDG,
Canaccord Genuity Group

Kathleen Sullivan, directrice
exécutive, Alliance canadienne du
commerce agroalimentaire

Hon. Perrin Beatty, président et
chef de la direction, Chambre de
commerce du Canada

Hon. John Manley, président et
chef de la direction, Conseil
canadien des chefs d'entreprise.

Murad Al-Katib, président et
chef de la direction,
Alliance Grain Traders

Jayson Myers, président et chef
de la direction, Manufacturiers
et Exportateurs du Canada

Brian Ferguson, président et chef
de la direction, Cenovus Energy

Serge Godin, fondateur,
Groupe CGI

Indira Samarasekera, rectrice,
Université de l'Alberta



L'Association canadienne des importateurs et exportateurs salue la décision du gouvernement de réviser sa Stratégie commerciale mondiale. Le nouveau plan d'action élimine les entraves et réduit la bureaucratie, ce qui va faciliter les échanges commerciaux, faire croître le nombre d'emplois et favoriser la prospérité économique des Canadiens.



— Joy Nott, présidente,
Association canadienne
des importateurs et exportateurs

Le saviez-vous ?

Le renforcement des échanges commerciaux avec des partenaires comme l'Inde et les membres de l'Union européenne pourrait améliorer l'accès des entreprises canadiennes à des marchés dont le PIB global approche les 20 billions de dollars et qui comptent plus de 1,7 milliard de consommateurs, ce qui permettrait de créer des milliers d'emplois au Canada.

Les marchés ciblés sont les suivants :

ASIE-PACIFIQUE

- Chine
- Corée du Sud
- Hong Kong (RAS)
- Inde
- Indonésie
- Malaisie
- Singapour
- Thaïlande
- Vietnam

AMÉRIQUE LATINE ET CARAÏBES

- Brésil
- Chili
- Colombie
- Pérou

AMÉRIQUE DU NORD

- Mexique

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

- Afrique du Sud
- Arabie saoudite
- Émirats arabes unis
- Israël

EUROPE

- Russie
- Turquie

L'accès aux marchés émergents qui offrent des débouchés particuliers aux entreprises canadiennes

Les marchés émergents qui offrent des débouchés particuliers aux entreprises canadiennes sont ceux :

- ▶ avec lesquels le Canada entretient des relations d'investissement;
- ▶ où le Canada pourrait bénéficier de l'avantage du premier venu;
- ▶ où la responsabilité sociale des entreprises canadiennes leur confère un avantage;
- ▶ où le Canada voit l'occasion de participer à la construction d'infrastructures ou à la formation de gens compétents;
- ▶ qui pourraient devenir signataires de traités avec le Canada.

Voici ces marchés, tels qu'énumérés dans le Plan d'action sur les marchés mondiaux :

ASIE-PACIFIQUE

- Brunéi
- Birmanie
- Mongolie

AMÉRIQUE LATINE ET CARAÏBES

- Costa Rica
- Panama
- Paraguay
- Uruguay

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

- Bahreïn
- Bénin
- Burkina Faso
- Cameroun
- Côte d'Ivoire
- Ghana
- Koweït
- Madagascar
- Mali
- Maroc
- Nigéria
- Sénégal
- Tanzanie
- Tunisie
- Zambie



Le nouveau Plan d'action sur les marchés mondiaux démontre que le gouvernement tient compte des besoins du milieu canadien des affaires tout en assurant la croissance économique et la prospérité au pays, grâce aux outils qu'il met à la disposition des entreprises pour réussir sur les marchés étrangers.



— Jayson Myers,
président et chef de la direction,
Manufacturiers et Exportateurs
canadiens

Accès à de nouvelles possibilités pour les entreprises

Dans le cadre de vastes consultations, cinq volets d'activités ont guidé l'établissement de marchés prioritaires afin de donner aux entreprises canadiennes les outils et le soutien nécessaires :

1. Accès aux principaux marchés mondiaux
2. Accès aux capitaux
3. Accès à la technologie
4. Accès à des services de soutien
5. Accès à du personnel qualifié



Le Plan d'action sur les marchés mondiaux est une stratégie détaillée de commerce international qui aidera les entreprises de toutes tailles à se développer sur les marchés de toutes les régions du monde. En établissant des marchés prioritaires, en mettant l'accent sur les principales forces et en veillant à ce que les services correspondent aux besoins des exportateurs, le plan est adapté à la réalité actuelle et contribuera donc à accroître la position concurrentielle du Canada à long terme.



— Hon. Perrin Beatty,
président et chef de la direction,
Chambre de commerce du Canada

▼ EUROPE/EURASIE

- Kazakhstan
- Ukraine

L'accroissement de l'avantage concurrentiel du Canada dans les marchés établis

Si les marchés émergents sont de plus en plus importants, cela n'empêche pas que le Canada doive continuer à développer ses relations actuelles avec ses partenaires internationaux habituels. Les chefs de file du monde des affaires et de l'industrie ont été très clairs : l'intérêt porté aux marchés émergents, à forte croissance, ne doit pas porter préjudice aux intérêts commerciaux canadiens sur d'autres marchés stratégiques, où les intérêts commerciaux du Canada sont déjà importants et où les entreprises canadiennes continuent d'être confrontées au défi d'intégrer les chaînes d'approvisionnement mondiales lucratives des sociétés multinationales.

Les marchés établis du Canada sont les suivants :

▼ AMÉRIQUE DU NORD

- ▶ États-Unis

▼ EUROPE

- ▶ Union européenne

- Allemagne
- Autriche
- Belgique
- Bulgarie
- Chypre
- Croatie
- Danemark
- Espagne
- Estonie
- Finlande
- France
- Grèce
- Hongrie
- Irlande
- Italie
- Lettonie
- Lituanie
- Luxembourg
- Malte
- Pays-Bas

- Pologne
- Portugal
- République tchèque
- Roumanie
- Royaume-Uni
- Slovaquie
- Slovénie
- Suède

► Pays membres de l'Association européenne de libre-échange

- Islande
- Liechtenstein
- Norvège
- Suisse

▼ ASIE-PACIFIQUE

- Australie
- Japon
- Nouvelle-Zélande

2. Incorporer la diplomatie économique : un nouveau plan de promotion du commerce

En mettant l'accent sur les objectifs essentiels à viser sur les marchés prioritaires, le Plan d'action sur les marchés mondiaux incorporera le concept de « diplomatie économique » comme force motrice des activités du gouvernement du Canada au sein de son réseau diplomatique international. D'autres pays font de même, et le Canada ne peut relâcher ses efforts; nous devons être plus persuasifs et plus efficaces que nos compétiteurs féroces. Suivant ce plan, toutes les ressources diplomatiques du gouvernement du Canada seront mobilisées au nom du secteur privé en vue d'atteindre les objectifs établis dans les principaux marchés étrangers.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux favorisera et appuiera les intérêts commerciaux du Canada à l'échelle internationale afin d'atteindre les objectifs suivants :

- ouvrir des portes, repérer des clients potentiels et résoudre des problèmes;
- promouvoir les capacités industrielles fondamentales et les avantages concurrentiels du Canada;
- poursuivre la création et favoriser la progression de divers organismes de promotion commerciale comme les commissions économiques bilatérales mixtes, les forums de PDG, les conseils de gens d'affaires et autres outils de promotion du commerce et de l'investissement (par exemple le Conseil commercial Canada-ANASE);
- aider les PME à « franchir le pas » vers l'exportation;



Il est recommandé que la diplomatie économique de haut niveau soit utilisée d'une manière réfléchie et explicite pour encourager les entreprises et les gouvernements étrangers à envisager favorablement les produits aérospatiaux canadiens.



— Recommandation tirée de *Au-delà de l'horizon : les intérêts et l'avenir du Canada dans l'aérospatiale* (Hon. David L. Emerson, chef de l'examen, novembre 2012)

Le saviez-vous?

Le Service des délégués commerciaux du Canada

- Les services du SDC sont gratuits pour les entreprises canadiennes admissibles.
- Le SDC sert plus de 13 500 clients annuellement.
- Le SDC est présent dans plus de 160 villes, au pays et à l'étranger.
- En 2012-2013, 83 p. 100 des clients se sont dits satisfaits des services reçus du SDC.



L'évolution des politiques et des programmes touchant les zones franches du Canada est essentielle à la poursuite de la croissance de notre économie. La Coalition est ravie du leadership assumé par le gouvernement fédéral dans la mise en place des portes d'entrée du Canada, et ce, grâce à des mesures concrètes qui, à notre avis, vont contribuer à renforcer la capacité concurrentielle du Canada sur la scène internationale.



— La Coalition des zones franches

- ▶ continuer de promouvoir les divers avantages qu'offre le Canada pour la facilitation des échanges et les améliorations apportées à l'infrastructure (par exemple l'initiative de la Porte et du Corridor de l'Asie-Pacifique);
- ▶ aider les PME à pénétrer de nouveaux marchés grâce à la préparation de rapports exhaustifs sur l'accès aux marchés, lesquels feront connaître les possibilités et les défis qui s'y rattachent;
- ▶ attirer des gens de talent afin de pallier les pénuries de main-d'œuvre au Canada;
- ▶ améliorer et coordonner l'image de marque et la promotion du Canada à l'étranger;
- ▶ intégrer des volets sur l'exportation aux stratégies sectorielles clés (par exemple l'approvisionnement en matière de défense).

Mettre l'accent sur les ressources et les services pour maximiser les chances de succès

Les entreprises canadiennes, et en particulier les PME, ont de plus en plus de mal à prendre de l'expansion sur les marchés émergents. La culture d'affaires, l'environnement réglementaire et la langue peuvent présenter quantité de défis, même lorsqu'un accord commercial est en vigueur. Pour aider les entreprises canadiennes à relever ces défis, le gouvernement met à leur disposition une panoplie d'outils de promotion commerciale et leur propose des ressources adaptées aux marchés prioritaires définis en fonction des grands intérêts économiques et des capacités du Canada. Parmi ces outils de promotion du commerce, on peut citer les services et les programmes d'expansion du marché offerts par le Service des délégués commerciaux du Canada.

En tant que premiers diplomates économiques du Canada, les délégués commerciaux exercent des activités à l'étranger pour y faire la promotion des capacités canadiennes, recueillir et transmettre aux entreprises canadiennes de l'information pertinente, et favoriser les relations dans les domaines de l'investissement et de l'innovation, en plus de promouvoir et de défendre les droits au sens large ou visant précisément un secteur d'activité ou une entreprise donnée. Le SDC donne aux entreprises canadiennes, et en particulier aux PME, des conseils en temps réel, adaptés au monde réel, sur la meilleure façon de pénétrer les marchés.

Dans le but de mieux soutenir les exportateurs actuels et potentiels, le Plan d'action sur les marchés mondiaux apportera d'autres améliorations aux initiatives de promotion commerciale et aux services du SDC, grâce aux mesures suivantes :

- ▶ adapter l'effectif aux marchés prioritaires au moyen de réaffectations du personnel et consolider le réseau du SDC en ouvrant de nouveaux bureaux, par exemple dans les centres de croissance en Chine;
- ▶ porter davantage attention aux stratégies des secteurs clés canadiens et mieux s'y aligner, par exemple, attirer des gens de talent par des mesures liées à l'éducation, et le tourisme;
- ▶ améliorer et coordonner l'image de marque et la promotion du Canada;
- ▶ proposer et maintenir les outils et les partenariats nécessaires pour communiquer aux entreprises canadiennes les avantages des accords commerciaux nouveaux et existants;
- ▶ organiser des missions commerciales ciblant des secteurs précis sur les marchés prioritaires, mettre en place des initiatives susceptibles d'attirer les investisseurs et souligner les réussites du SDC;
- ▶ harmoniser les programmes de financement avec les marchés prioritaires et resserrer les partenariats avec les principales associations de l'industrie;

- ▶ aider les PME à avoir accès aux chaînes de valeur mondiales et promouvoir l'investissement étranger et les partenariats consacrés à l'innovation sur les marchés où le SDC peut être le plus utile;
- ▶ accroître l'harmonisation des activités d'Exportation et développement Canada, de la Banque de développement du Canada et de la Corporation commerciale canadienne afin d'assurer un soutien financier efficace des entreprises canadiennes sur les marchés prioritaires.

Promouvoir l'avantage du Canada lié aux zones franches

Un aspect important de la promotion de débouchés pour le Canada est d'attirer l'investissement étranger direct, ce qui permet de créer des emplois pour les Canadiens, de soutenir l'innovation et d'accroître nos exportations. L'un des moyens d'y arriver, selon le Plan d'action sur les marchés mondiaux, est de promouvoir l'avantage du Canada à l'égard des zones franches. Les politiques et programmes du Canada relatifs aux zones franches facilitent la fabrication, la transformation et l'entreposage de marchandises, pour les exportateurs.

Promouvoir l'avantage du Canada en matière d'innovation

Alors que la concurrence économique mondiale s'intensifie sans cesse, le Canada doit continuer à former des gens hautement qualifiés et à générer de nouvelles idées, qui aideront ses entreprises à innover, à se tailler une place sur de nouveaux marchés et à créer des emplois bien rémunérés.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux favorisera l'établissement de relations avec des partenaires commerciaux et des services internationaux de recherche, de capital de risque et d'entrepreneuriat, et aidera les entreprises canadiennes prometteuses à tirer tout le parti possible de ces possibilités.

Cela voudra dire, notamment, d'aider les entreprises canadiennes innovatrices qui participent à des initiatives au sein de partenariats internationaux dans les domaines du commerce et de la recherche. Le plan d'action met davantage de moyens à la disposition des incubateurs d'entreprises du Canada en aidant les entreprises canadiennes à accéder à des accélérateurs internationaux d'entreprises, grâce à des programmes comme l'Initiative de l'Accélérateur technologique canadien, qui vise des centres d'activité tels que New York, Boston et la Silicon Valley. Ces accélérateurs jouent un rôle important pour les entreprises canadiennes financées par des capitaux de risque en leur donnant des conseils concrets, en leur offrant du mentorat assuré par des dirigeants d'entreprises internationaux chevronnés et en les aidant à obtenir un avantage stratégique sur un marché international concurrentiel.

En plus d'accroître le financement accordé au SDC pour aider les entreprises canadiennes innovatrices à avoir accès aux débouchés internationaux, le gouvernement propose d'autres types de financement (par l'intermédiaire de la Banque de développement du Canada), pour permettre aux entreprises qui sortent avec succès des incubateurs d'entreprises d'offrir leurs nouveaux produits et leurs nouveaux services sur le marché plus rapidement. Il fournit aussi du financement (par l'intermédiaire du Programme d'aide à la recherche industrielle de Conseil national de recherches Canada) afin d'appuyer la croissance et le développement d'entreprises en démarrage grâce à des accélérateurs et incubateurs d'entreprises canadiens reconnus.



Nous sommes ravis que le gouvernement se soit engagé à aider les PME à croître et à développer leurs marchés partout dans le monde. Je peux témoigner à quel point les services directs, les renseignements sur les marchés et les liens d'affaires que fournit le Service des délégués commerciaux font partie intégrante de leur réussite.

— Murad Al-Katib,
président et chef de la direction,
Alliance Grain Traders





Lord Tweedsmuir, un ancien gouverneur général, a déclaré un jour que le Canada était un pays de ponts. Notre gouvernement est déterminé à construire ces ponts : entre les employeurs et ceux et celles qui cherchent un emploi; entre les immigrants qualifiés et les possibilités qu'offre le Canada; entre les Canadiens qui travaillent fort et la prospérité à long terme.



— Hon. Jim Flaherty,
ministre des Finances,
Plan d'action économique de 2013

Tirer profit de l'avantage concurrentiel du Canada

L'accord de libre-échange entre le Canada et l'Union européenne fera du Canada le seul pays du G-8 à avoir un accès privilégié aux deux plus grands marchés du monde — celui de l'Union européenne et celui des États-Unis, qui comptent plus de 800 millions de consommateurs. Cela donnera au Canada libre accès commercial à plus de la moitié du marché mondial.



Les petites et moyennes entreprises profitent de la réduction de la bureaucratie et de l'abaissement de la fiscalité qui leur permettent de prendre de l'expansion sur les marchés internationaux. Le Plan d'action sur les marchés mondiaux met à la disposition des entreprises de toutes tailles les outils dont elles ont besoin pour réussir au Canada et à l'étranger.



— Catherine Swift, présidente,
Fédération canadienne de l'entreprise
indépendante

Par le truchement du Plan d'action sur le capital de risque du gouvernement, le Plan d'action sur les marchés mondiaux encourage les entreprises canadiennes à adopter de nouvelles technologies novatrices pour accroître leur productivité et devenir plus concurrentielles sur la scène mondiale tout en créant des emplois et en favorisant la croissance au pays.

Enfin, le gouvernement s'est aussi engagé, comme il le rappelle dans le Plan d'action économique de 2013, à s'attaquer à la pénurie croissante de travailleurs qualifiés au Canada.

3. Une stratégie axée sur le commerce et l'investissement pour ouvrir de nouveaux marchés

Priorité aux accords commerciaux et aux ententes axées sur le commerce

De nouveaux débouchés, ainsi qu'un accès amélioré et préférentiel aux marchés étrangers pour les entreprises canadiennes de toutes tailles favorisent la croissance de l'économie canadienne et la création d'emplois et d'occasions pour les travailleurs comme pour les entreprises. Le gouvernement du Canada dispose de plusieurs outils pour faciliter les échanges commerciaux et réduire les obstacles à la croissance. Ces outils comprennent :

- ▶ Les accords de libre-échange
- ▶ Les accords sur la promotion et la protection des investissements étrangers
- ▶ Les accords de l'Organisation mondiale du commerce
- ▶ Les accords sur la double imposition
- ▶ Les accords sur le transport aérien
- ▶ Les accords de coopération scientifique et technologique
- ▶ Les accords de coopération nucléaire

En 2006, le Canada avait conclu des accords de libre-échange avec seulement cinq pays. Depuis, le gouvernement du Canada a poursuivi le plan de stimulation du commerce le plus ambitieux de toute l'histoire canadienne. L'un des fondements de ce plan a été le lancement de la Stratégie commerciale mondiale en 2007, laquelle a révélé le rôle de chef de file du Canada à l'échelle internationale en matière d'appui au commerce, de création d'emplois, de croissance économique et de prospérité pour les travailleurs canadiens.

Les entreprises canadiennes exigent un accès réciproque et concurrentiel aux marchés prioritaires. Aux termes du Plan d'action sur les marchés mondiaux, la promotion des intérêts du Canada se fera grâce à des cadres de politiques commerciales avantageuses visant à :

- ▶ promouvoir et à signer des accords de libre-échange ayant des répercussions économiques majeures;
- ▶ mettre à jour les accords de libre-échange déjà en vigueur afin d'optimiser les avantages pour les travailleurs, les exportateurs, les entreprises et les investisseurs canadiens;
- ▶ améliorer la « connectivité internationale » pour les Canadiens (c'est-à-dire la capacité de se déplacer vers des destinations internationales à partir de divers points de départ

au Canada) et l'accès aux marchés pour les services de voyageurs et de fret, grâce à la recherche d'accords sur le transport aérien ciblés et de meilleure qualité;

- ▶ négocier des APIE avec les pays où les investisseurs et les entrepreneurs canadiens sont les plus présents et où les besoins et les intérêts du Canada sont les plus pressants;
- ▶ renforcer le réseau multilatéral par la négociation d'accords de nouvelle génération (au sein de l'OMC et à l'extérieur), y compris l'Accord général sur le commerce des services, et moderniser et élargir la gamme de produits visés par l'Accord sur les technologies de l'information;
- ▶ s'attaquer aux obstacles aux échanges commerciaux et à l'investissement grâce à des mesures ciblées de défense des intérêts canadiens et de règlement des problèmes et des différends, en particulier ceux qui existent sur les marchés établis et sur les marchés émergents prioritaires;
- ▶ établir des liens entre les entreprises canadiennes et les vastes réseaux internationaux en place dans les ambassades et les bureaux à l'étranger du Canada pour faciliter le règlement des questions et des préoccupations sur l'accès aux marchés;
- ▶ miser sur le programme de développement pour favoriser les intérêts commerciaux du Canada.

4. Améliorer l'avantage concurrentiel du Canada

Une stratégie commerciale souple et adaptable

Aux termes du Plan d'action sur les marchés mondiaux, des plans triennaux d'accès aux marchés seront élaborés et mis en œuvre pour chacun des marchés prioritaires. Ces plans feront l'objet d'une mise à jour périodique et ils mobiliseront les partenaires de l'ensemble du gouvernement fédéral et du secteur privé pour faire de la poursuite des intérêts commerciaux du Canada sur les marchés cernés un véritable effort national coordonné. En outre, des démarches seront entreprises pour tirer profit de l'accès privilégié à plus de la moitié du marché mondial dont jouit le Canada grâce à l'ALENA et à l'accord commercial Canada-Union européenne, pour faire en sorte que cet avantage concurrentiel inégalé bénéficie aux travailleurs et aux entreprises dans tout le Canada.

Un nouveau conseil consultatif composé de deux sous-comités permanents, l'un sur les marchés émergents, l'autre sur les marchés établis, sera mis sur pied aux fins du Plan d'action sur les marchés mondiaux. Constitués de chefs de file du monde des affaires et de l'industrie, d'experts en commerce international et de représentants clés du monde de la PME, ces sous-comités feront parler d'une seule voix toutes les entreprises, petites ou grandes. Ils produiront des aperçus stratégiques et des perspectives concrètes, et prodigueront des conseils sur la manière de maintenir la pertinence des plans d'accès triennaux aux marchés par rapport aux besoins commerciaux du Canada.

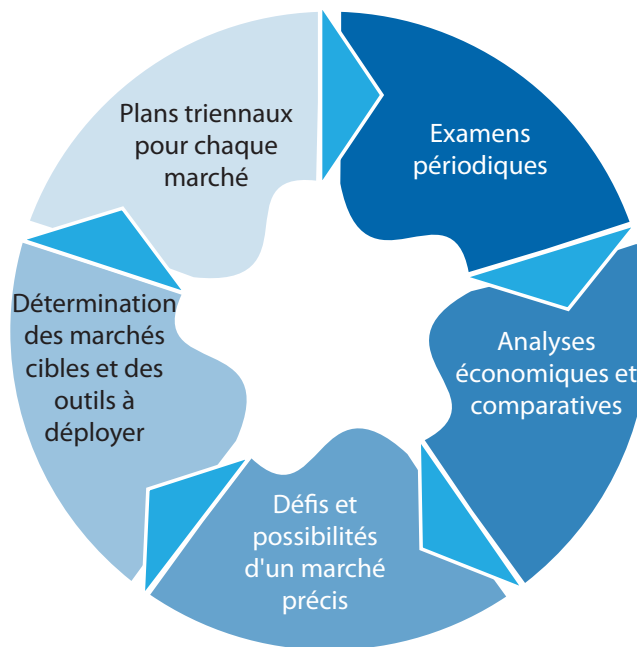
Le leadership canadien depuis 2006

- Négociation d'un accord de principe historique avec l'Union européenne qui confèrera aux travailleurs et aux entreprises un accès privilégié au plus vaste et au plus lucratif marché du monde, et qui accroîtra l'avantage concurrentiel et l'accès en franchise de droits du Canada dans 42 pays représentant plus de la moitié de l'économie mondiale.
- Conclusion de nouveaux accords de libre-échange avec neuf autres pays, améliorant l'accès à des marchés représentant plus de 100 millions de personnes et un PIB combiné de près de 2 billions de dollars américains.
- Resserrement des liens en matière de commerce et d'investissement ainsi que renforcement des chaînes d'approvisionnement entre le Canada et les États-Unis grâce à des initiatives visant à harmoniser les réglementations et l'efficacité aux frontières.
- Conclusion ou mise en vigueur de nouveaux APIE avec 20 pays.
- Conclusion de nouveaux accords ou élargissement de la portée des accords existants sur le transport aérien couvrant près de 80 pays.
- Élimination de près de 1 900 tarifs douaniers, y compris tous les tarifs douaniers sur les machines, les équipements et les intrants manufacturiers importés, faisant du Canada la première zone du G-20 exempte de droits de douane sur les produits du secteur secondaire. Ces mesures se traduisent par plus de 525 millions de dollars en allègements tarifaires pour les entreprises canadiennes.
- Défense de la capacité des agriculteurs canadiens à commercer librement en mettant fin au monopole de la Commission canadienne du blé.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux comprend les secteurs prioritaires suivants :

- Aérospatiale
- Agriculture et aliments transformés
- Automobile
- Défense et sécurité
- Éducation
- Foresterie et produits du bois
- Infrastructure
- Machinerie industrielle
- Mines
- Pétrole et gaz
- Poissons et fruits de mer
- Produits chimiques
- Produits de consommation
- Sciences de la vie
- Services financiers
- Services professionnels
- Technologies de l'information et des communications
- Technologies durables
- Technologies océaniques
- Tourisme
- Transport
- Vin, bière et spiritueux

Un Plan d'action sur les marchés mondiaux souple et adaptable



Les plans sur les marchés prioritaires et sur l'accès aux marchés feront l'objet d'un examen périodique basé sur les conseils stratégiques des intervenants clés, dont des représentants du secteur critique de la PME, et sur les consultations menées auprès d'eux.

Renouvellement et renforcement des liens entre partenaires

En plus d'un nouveau conseil consultatif et des deux sous-comités permanents, des liens plus étroits seront établis entre les représentants des partenaires des secteurs prioritaires et d'autres ordres de gouvernement pour assurer la concentration des efforts sur la réussite commerciale sur les marchés prioritaires.

Plus précisément, aux termes du Plan d'action sur les marchés mondiaux, le renforcement des relations avec les partenaires clés sera fondé sur les éléments suivants :

- ▶ consultations élargies avec des secteurs économiques clés, y compris par l'entremise de comités consultatifs, au besoin;
- ▶ participation du personnel du gouvernement du Canada au sein des associations des industries clés pour permettre d'acquérir une meilleure idée des besoins des secteurs et de s'assurer de la pertinence des services dispensés;
- ▶ renforcement et renouvellement de la structure des relations avec la Fédération canadienne des municipalités pour s'assurer que les collectivités canadiennes de toutes tailles collaborent avec le gouvernement du Canada et contribuent à la réalisation d'objectifs communs, et en tirent avantage.

Des initiatives qui misent sur les forces du Canada

Le Canada est devenu un chef de file mondial en matière de compétence et de capacité dans une vaste gamme d'industries. Le Plan d'action sur les marchés mondiaux relève 22 secteurs prioritaires dont les capacités et les compétences fournissent un avantage concurrentiel certain au Canada par rapport à d'autres pays, ou qui offrent de réelles perspectives de croissance et de développement des entreprises canadiennes.

Le plan d'action misera sur ces forces pour élaborer des stratégies détaillées qui maintiendront le Canada à l'avant-garde des secteurs économiques clés et qui renforceront le commerce et l'investissement canadiens ainsi que les liens interpersonnels sur les marchés ciblés. Ces stratégies comprendront :

- ▶ le lancement d'une stratégie internationale en matière d'éducation visant à attirer des étudiants étrangers au Canada et à resserrer les liens entre les institutions d'enseignement de calibre mondial du Canada et leurs homologues du reste du monde;
- ▶ l'élaboration d'une stratégie pour le secteur extractif afin de promouvoir les intérêts des entreprises canadiennes à l'étranger;
- ▶ le déploiement d'une stratégie d'approvisionnement en matière de défense dotée d'un volet clairement axé sur l'exportation.

Fixer les buts et mesurer les progrès

Les PME constituent le pilier de l'économie canadienne. Le Plan d'action sur les marchés mondiaux fixe des objectifs pour le gouvernement et les PME, pour qu'ensemble, ils s'emploient à accroître la présence des PME sur les marchés émergents et créent des emplois pour les Canadiens.

Plus de 1,09 million de PME sont exploitées actuellement au Canada et, parmi elles, seulement 41 000 sont des entreprises exportatrices. La proportion de celles qui exportent à destination des États-Unis, le plus important partenaire commercial du Canada, est naturellement élevée. En 2000, 89 p. 100 des PME canadiennes exportatrices étaient présentes sur ce marché. En 2011 (dernière année pour laquelle des données sont disponibles), cette proportion demeurait dominante, mais avait décliné de 12 points de pourcentage, ne représentant plus que 77 p. 100 des entreprises. Pendant la même période, la proportion des PME déclarant exporter vers des marchés émergents passait de 12 p. 100 en 2000 à tout près de 29 p. 100 en 2011, signe d'une diversification significative de l'exportation chez les PME. Toutefois, cette proportion est demeurée pratiquement stable depuis 2009, signe que cette tendance s'atténue.

Alors que l'activité commerciale internationale revient graduellement aux niveaux antérieurs à la récession, les PME sont prêtes à étendre de manière significative leur présence sur les principaux marchés émergents.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux comprend la promotion du commerce et la poursuite d'un accès privilégié à des marchés importants, dynamiques et en croissance rapide grâce aux accords commerciaux. Aux termes de ce plan d'action, le gouvernement travaillera en collaboration avec les entreprises pour atteindre les objectifs visant à accroître la présence des PME canadiennes sur les marchés émergents.

Objectif quinquennal de croissance des exportations des PME vers les marchés émergents

- Faire passer de 29 p. 100 à 50 p. 100 en 2018 la présence des PME canadiennes sur les marchés étrangers.
 - Cela ferait passer la présence des PME du Canada sur les marchés émergents de 11 000 à 21 000 entreprises.
 - Cette augmentation se traduira par la création nette de 40 000 nouveaux emplois.

Source : Exportation et développement Canada

Prochaines étapes

Il y a longtemps que le commerce constitue un puissant moteur de l'économie canadienne. Le gouvernement du Canada sait que l'emploi et la prospérité des Canadiens sont tributaires de nos échanges commerciaux avec d'autres pays. C'est la raison pour laquelle l'ouverture de nouveaux marchés pour nos exportateurs et la poursuite d'investissements sources de prospérité sont deux des piliers du Plan d'action économique du Canada. Le nouveau Plan d'action sur les marchés mondiaux montre la voie à suivre qui permettra d'assurer la prospérité à long terme de tous les Canadiens, dans une économie mondiale où la compétition est féroce.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux aligne les objectifs du Canada en matière de commerce et d'investissement sur certains marchés prioritaires pour s'assurer que le Canada y est systématiquement présenté sous son meilleur jour dans chacun de ceux-ci. Par-dessus tout, le plan d'action tirera parti de tous les outils dont dispose le gouvernement du Canada pour assurer la réussite commerciale des entreprises canadiennes, afin de favoriser en particulier l'accroissement de la présence des PME canadiennes sur les principaux marchés et les marchés émergents.