

QUEEN
KE
1639
.C314
1991



Consommation
et Corporations
Canada

Consumer and
Corporate Affairs
Canada

Le rôle de
**CONSOMMATION ET
CORPORATIONS
CANADA**

DEPT-MON-1991-7145

et
**LE PLAN D'ACTION
CANADIEN
POUR LA PROSPÉRITÉ**

DOSSIERS DE CCC

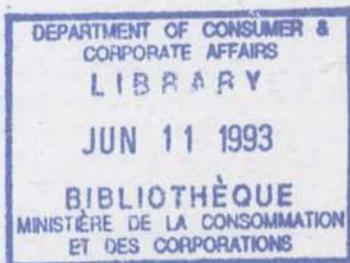
CCA FILES

Le rôle de

**CONSOMMATION ET
CORPORATIONS
CANADA**

et

**LE PLAN D'ACTION
CANADIEN
POUR LA PROSPÉRITÉ**



Ottawa (Canada), décembre 1991

Canada

C&CC n° 10607 F 92-01
This publication is also
available in English.

LE PLAN D'ACTION CANADIEN POUR LA PROSPÉRITÉ

■ Le rôle de Consommation et Corporations Canada

Déclaration du Ministre :

La prospérité du Canada et le bien-être de ses 27 millions de citoyens et de citoyennes sont directement liés à notre capacité de concurrence au pays et à l'étranger.

Notre richesse en ressources naturelles a su assurer au Canada sa prospérité depuis plus d'un siècle. Mais la générosité de la nature, à elle seule, ne suffit plus à soutenir notre niveau de vie élevé. Seules les nations capables d'adapter des technologies novatrices à la production de biens et services de haute qualité à prix raisonnables continueront de prospérer dans le marché concurrentiel mondial des années 1990.

En fait, le Canada se trouve à la croisée des chemins. Le gouvernement fédéral est maintenant engagé dans un processus de consultation d'envergure des Canadiens sur la façon de s'assurer que « La compétitivité mène à la prospérité ». Aucun groupe ni secteur individuel, et ceci comprend le gouvernement, ne détient toutes les réponses ni ne possède toutes les ressources nécessaires à assurer le bien-être futur des Canadiens. On ne peut atteindre une prospérité durable qu'au moyen de partenariats dynamiques entre le secteur des affaires et de l'industrie, la main-d'oeuvre, les gouvernements, les consommateurs, les institutions d'enseignement supérieur et tous les Canadiens.

Le présent document de travail est destiné à contribuer à l'exercice de consultation à l'échelle nationale ayant pour thème « La compétitivité mène à la prospérité ». Il offre aux participants au dialogue un aperçu de Consommation et Corporations Canada, de ses activités au sein du marché et de l'approche selon laquelle il procède. Nous tenons à savoir comment, selon vous, nous pourrions mieux accomplir notre tâche.

Consommation et Corporations Canada, à titre de « Ministère du marché », joue un rôle de pierre angulaire dans le maintien de la compétitivité canadienne. Le Ministère cherche à équilibrer les intérêts des consommateurs et des fabricants sur le marché intérieur en établissant et en faisant respecter des normes, en encourageant la concurrence et en informant et en protégeant le consommateur.

Cette recherche d'un équilibre des intérêts favorise un marché unique et unifié, ainsi que la qualité et la concurrence au pays, et elle arme les entreprises canadiennes en vue de pouvoir faire face à leurs concurrents sur le plan international.

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires sur le présent document et sur le rôle actuel et futur de Consommation et Corporations Canada.



TABLE DES MATIÈRES

I. LA POLITIQUE DU CANADA À L'ÉGARD DES CONSOMMATEURS ET DU MARCHÉ	5
Le rôle du Bureau de la consommation	6
Lois-cadres canadiennes en matière de consommation	6
Normes sur les produits	6
Normes en matière de produits dangereux	7
Éducation du consommateur	8
II. LA POLITIQUE CANADIENNE EN MATIÈRE DE CONCURRENCE SUR LE MARCHÉ	9
Le rôle du Bureau de la politique de concurrence	9
Fusions d'entreprises et politique de concurrence	10
La politique de concurrence, approche alternative à la réglementation directe	10
III. LOIS-CADRES ET PROGRAMMES CANADIENS RELATIFS AUX ENTREPRISES	11
Le rôle du Bureau des corporations et de la politique législative	11
La <i>Loi sur la faillite</i>	11
La <i>Loi régissant les sociétés par actions de régime fédéral</i>	12
La propriété intellectuelle	12
IV. CONCLUSION	15

I. LA POLITIQUE DU CANADA À L'ÉGARD DES CONSOMMATEURS ET DU MARCHÉ

« Les sociétés qui acquièrent un avantage concurrentiel dans des industries et des segments avancés bénéficient souvent de l'existence d'une clientèle nationale extrêmement exigeante. Lorsque les acheteurs nationaux de produits et de services sont parmi les plus exigeants au monde, ils permettent aux entreprises d'être à la pointe des besoins de la clientèle, ils les incitent à adopter des normes élevées et les encouragent à s'améliorer, à innover et à passer à des produits ou services plus perfectionnés. »

Professeur Michael E. Porter, *Le Canada à la croisée des chemins*.

Le marché est un creuset où consommateurs et fabricants se retrouvent ensemble pour déterminer la nature des produits à fabriquer, les moyens de les fabriquer, leur prix de vente et les façons d'investir les économies et les profits.

Les intérêts des sociétés et des consommateurs sont essentiels à une économie concurrentielle. Les dépenses des consommateurs représentent 60 pour cent du Produit intérieur brut (PIB) (en 1990, cela représentait environ 399 milliards de dollars), à comparer à 20 pour cent respectivement pour les entreprises et le gouvernement. Dans un marché, la présence de consommateurs avertis constitue un élément fondamental servant à assurer une concurrence entre les fabricants. En fait, la demande de consommation constitue un des quatre déterminants du « losange » de l'avantage concurrentiel national décrit par le professeur Michael E. Porter de *Harvard Business School* dans une étude récente de la compétitivité canadienne commandée par le gouvernement fédéral et le Conseil canadien des chefs d'entreprises.

Dans un marché libre et équitable, les entreprises se disputent l'attention et la loyauté du consommateur. Un consommateur averti et confiant est l'arbitre ultime qui juge si un produit réussit les épreuves de qualité, de prix, de conception et d'intérêt qu'on en exige. La capacité de satisfaire les besoins d'un consommateur exigeant sur le marché intérieur détermine les chances de réussite d'une entreprise sur les marchés mondiaux.

Les fabricants et les nations productrices qui satisfont aux exigences rigoureuses du marché et aux attentes du consommateur au cours de la présente décennie prospéreront au cours du siècle à venir.

■ Le rôle du Bureau de la consommation

Les marchés ne sont libres et équitables qu'à condition que le consommateur soit adéquatement protégé et renseigné. S'il n'existe pas de lois protégeant le consommateur, de normes acceptées à l'échelle nationale et de lois garantissant la sécurité liée aux produits, les mécanismes et l'équité nécessaires à assurer un marché dynamique sont eux aussi absents.

La nécessité de protéger le consommateur a pris une nouvelle dimension au cours de la présente décennie avec la mondialisation des marchés et la vitesse stupéfiante à laquelle les produits sont conçus et lancés sur le marché. Le consommateur des années 1990 fait preuve d'assurance, est bien renseigné et s'exprime clairement. Pourtant, les changements rapides que subit le marché peuvent souvent nous laisser une impression de vulnérabilité lorsque nous faisons l'acquisition de biens ou retenons des services.

Le Bureau de la consommation de Consommation et Corporations Canada (C&CC) est responsable de la protection des intérêts du consommateur.

■ Lois-cadres canadiennes en matière de consommation

Consommation et Corporations Canada administre l'application de bon nombre de lois visant à protéger le consommateur canadien, à le renseigner et à l'éduquer sur les produits qu'il achète; par exemple la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la *Loi sur l'étiquetage des textiles*, la *Loi sur les produits dangereux*, la *Loi sur les poids et mesures* et la *Loi sur l'inspection de l'électricité et du gaz*.

Puisque les lois en matière de consommation peuvent entraîner des coûts pour les entreprises, qui seront en bout de ligne transmis au consommateur, elles doivent être conçues et administrées de façon telle que les avantages qui en découlent l'emportent à tout coup sur les coûts engendrés par le processus de conformité. Par exemple, la *Loi sur les produits dangereux* a pour but de réduire le nombre élevé de blessures subies au foyer ou au travail qui ont coûté à l'ensemble des Canadiens 11,1 milliards de dollars en 1986.

■ Normes sur les produits

Les normes sur les produits établissent un niveau de rendement de base pour un produit destiné à la consommation. Une norme est un niveau qui, s'il est atteint ou dépassé, rend un produit acceptable. Pour le consommateur, il importe de pouvoir comprendre avec clarté ce à quoi il est en droit de s'attendre d'un produit avant d'en décider l'achat. Des normes uniformes aident également au commerce car elles permettent de juger les produits avec impartialité. Certaines normes peuvent assurer l'interchangeabilité de certains produits et, bien qu'elles éliminent certaines

différences entre les produits, favoriser à la fois la concurrence en permettant l'entrée sur le marché de nouveaux arrivants et d'intervenants de petite taille qui trouvent un créneau pour les produits qu'ils fabriquent.

Une norme exagérément rigoureuse pourrait entraver la concurrence en limitant l'entrée sur le marché; par exemple, aux entreprises qui ont les moyens d'acquérir l'équipement spécialisé nécessaire à la fabrication d'une production répondant à cette norme. Cependant, en général, des normes élevées au pays signifient qu'en fin de compte les produits canadiens répondront ou surpasseront les normes d'autres pays avancés les rendant ainsi concurrentiels sur les marchés d'exportation.

Le Bureau de la consommation travaille depuis un certain temps avec le gouvernement des États-Unis à l'élaboration d'une marche à suivre en vue de l'harmonisation des normes canadiennes et américaines en matière de produits dangereux et des règlements sur les poids et mesures. En outre, le Bureau cherche à harmoniser les normes techniques d'emballage et d'étiquetage des aliments et des boissons dans le cadre des dispositions en matière d'agriculture de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis.

Le Bureau participe activement aux travaux de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture sur le *Codex Alimentarius* et de son Comité de l'étiquetage des produits alimentaires visant tous deux à l'établissement de normes internationales en matière de produits alimentaires. Le Bureau participe aussi aux travaux du Groupe de négociation sur les normes de l'Accord nord-américain de libre-échange.

En mai 1991, le Bureau de la consommation de C&CC a émis des lignes directrices sur l'utilisation de déclarations portant sur l'environnement dans l'étiquetage et la publicité. En novembre 1991, l'administration régionale du Québec du Bureau a publié un guide du consommateur sur l'étiquetage nutritionnel.

■ Normes en matière de produits dangereux

En plus des normes nécessaires à assurer l'équité du marché, le Canada établit aussi des normes pour des raisons de sécurité. La *Loi sur les produits dangereux* (LPD) prévoit des normes uniformisées à l'échelle nationale afin de veiller à ce que des produits qui ne sont pas soumis à d'autres lois ne présentent aucun danger pour la population. De plus, le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT), qui fournit des renseignements sur les dangers que comportent certains produits pour les travailleurs, relève de la LPD.

Sur le plan international, des pourparlers axés sur l'harmonisation des règlements relatifs à la manutention des produits dangereux en milieu de travail sont en cours entre le Canada, les États-Unis et la Communauté européenne. Des discussions préliminaires se déroulent aussi avec les États-Unis en vue d'harmoniser la réglementation des produits de consommation. L'harmonisation entraînerait une baisse des coûts et une plus grande rentabilité pour les importateurs et les exportateurs canadiens de tels produits.

■ **Éducation du consommateur**

Le « Ministère du marché » du Canada s'avère un chef de file dans une vaste gamme de projets visant à accroître la sensibilisation et la compréhension du consommateur au point d'achat.

C&CC participe au Groupe de travail fédéral-provincial sur la sensibilisation des consommateurs et le langage clair. L'objectif de ce groupe consiste à assurer que les jeunes Canadiens puissent obtenir l'information et maîtriser les connaissances requises des consommateurs dans une société de plus en plus complexe.

Le groupe de travail a publié une série de modules éducatifs à l'intention des étudiants du secondaire, de la dixième à la douzième année, intitulée *Project Real World : Economic Living Skills for High School Students*.

C&CC est à étudier les méthodes destinées à venir en aide aux consommateurs analphabètes ou semi-analphabètes, qui composent jusqu'à 38 pour cent de la population canadienne, afin qu'ils aient accès à l'information nécessaire sur les produits. Le Ministère a aussi élaboré des programmes spéciaux visant à combler les besoins des enfants et des personnes âgées.

II. LA POLITIQUE CANADIENNE EN MATIÈRE DE CONCURRENCE SUR LE MARCHÉ

« La rivalité intérieure est essentielle à l'innovation et à l'acquisition d'un avantage concurrentiel [...] Une faible rivalité intérieure a donc tendance à diminuer les chances de réussite durable à l'échelle internationale. »

Professeur Michael E. Porter, *Le Canada à la croisée des chemins*.

Une concurrence intérieure vigoureuse entre les entreprises est essentielle à la réussite du Canada sur les marchés internationaux. C'est ici, sur le marché intérieur, que les entreprises canadiennes s'initient à la concurrence et mettent à l'épreuve leur capacité de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux.

Un marché intérieur concurrentiel rend les entreprises plus efficaces, productives et innovatrices, ces qualités mêmes qui sont garantes de la réussite sur les marchés mondiaux.

Pour le consommateur d'ici, la concurrence au pays se traduit par un plus grand choix de produits de qualité et des prix plus bas. Par ailleurs, l'engagement du Canada à favoriser une concurrence équitable et ouverte assure aux petites et nouvelles entreprises de pouvoir lancer leur produit sur le marché.

■ Le rôle du Bureau de la politique de concurrence

La *Loi sur la concurrence*, adoptée en 1986 et administrée par le Bureau de la politique de concurrence du Ministère, est conçue de façon à maintenir la concurrence sur le marché intérieur et à dissuader tout comportement anticoncurrentiel.

La *Loi sur la concurrence* interdit les fusionnements qui diminuent la concurrence, les complots et le truquage des offres. Elle empêche les grandes sociétés d'interdire l'entrée sur le marché de nouvelles entreprises au moyen de pratiques commerciales restrictives ou de techniques de guerre des prix.

Le maintien d'une rivalité concurrentielle par l'application de la *Loi sur la concurrence* est appuyé par la participation du Bureau de la politique de concurrence à l'élaboration et à la mise en oeuvre d'autres politiques gouvernementales qui ont une incidence sur la concurrence. Ces politiques s'articulent dans des domaines comme l'industrie, le commerce international, les droits de propriété intellectuelle et la privatisation ainsi que dans des champs propres à certains secteurs comme les transports, les télécommunications, l'énergie et l'agriculture.

■ Fusions d'entreprises et politique de concurrence

La *Loi sur la concurrence* peut en outre servir à interdire ou à amender les modalités de fusions qui auraient pour effet de réduire la concurrence et, conséquemment, d'entraîner une hausse des prix ou de restreindre le choix du consommateur. Il s'agit d'une fonction importante pour le maintien des mesures incitatives porteuses d'améliorations sur le plan de l'innovation et de la productivité.

La *Loi sur la concurrence* comporte des dispositions spéciales qui permettent aux entreprises de réaliser des économies d'échelle en fusionnant. La loi permet en outre la création d'entreprises en participation pour la recherche et le développement, de consortia d'exportation, ainsi que des accords en spécialisation conclus entre concurrents afin de leur permettre de réaliser des économies d'échelle et, par conséquent, de mieux soutenir la concurrence sur les marchés internationaux.

En avril 1991, le Bureau a publié les *Lignes directrices pour l'application de la Loi* (fusionnements) qui présentent les étapes de l'évaluation visant à déterminer si une fusion proposée est susceptible d'être contestée en vertu de la loi. Le Bureau vient de mettre la dernière main à un document à l'intention des autres ministères fédéraux sur les liens entre la *Loi sur la concurrence*, la politique canadienne relative aux fusionnements et l'accent mis par le gouvernement fédéral sur la concurrence.

■ La politique de concurrence, approche alternative à la réglementation directe

De plus en plus, le gouvernement canadien voit la politique de concurrence comme étant préférable à la réglementation directe lorsqu'il s'agit d'atteindre des objectifs souhaités dans un marché libre, équitable et ouvert où les prix sont bas et où le consommateur dispose d'un vaste choix.

Une récente refonte de la réglementation dans des secteurs comme celui du transport et ceux des services bancaires et financiers a donné confiance au gouvernement fédéral dans la politique de concurrence. On voit maintenant la concurrence comme le moyen d'atteindre un équilibre approprié entre les intérêts des petites et grandes entreprises et les intérêts des fabricants et des consommateurs.

III. LOIS-CADRES ET PROGRAMMES CANADIENS RELATIFS AUX ENTREPRISES

■ Le rôle du Bureau des corporations et de la politique législative

Le Bureau des corporations et de la politique législative est chargé de l'administration de plusieurs lois qui établissent les droits, les normes et les obligations des entreprises, c'est-à-dire le cadre à l'intérieur duquel évoluent les entreprises au Canada.

Le cadre législatif du fonctionnement des entreprises pose les bases de l'ordre, de la confiance et de l'équité en fonction desquelles le marché doit évoluer et, par voie de conséquence, aide à engendrer la confiance des consommateurs dans les produits qu'ils achètent et dans les entreprises qui fabriquent ces produits.

Comme il est écrit dans le document gouvernemental *La compétitivité mène à la prospérité* :

« Pour assurer à long terme la productivité du Canada et la compétitivité des entreprises installées au pays, il faut adopter des lois et des règlements complémentaires régissant de façon uniforme le marché intérieur [...] C'est dire que les politiques-cadres et la réglementation devront permettre d'atteindre les objectifs fixés pour que les entreprises canadiennes puissent soutenir la concurrence sur les marchés intérieur et extérieur. »

■ La Loi sur la faillite

Au Canada, la *Loi sur la faillite* régit la liquidation ordonnée des éléments d'actif d'une entreprise qui devient insolvable. Elle vise à assurer la répartition équitable des biens entre les créanciers afin de permettre la réaffectation de l'actif à un usage productif. En outre, la *Loi sur la faillite* peut soustraire certaines entreprises insolvable à une déclaration de faillite officielle et fournir à ces entreprises un certain répit leur permettant à la fois de se restructurer tout en poursuivant leurs activités.

Le ministre des Consommateurs et des Sociétés du Canada a déposé devant le Parlement des amendements à la *Loi sur la faillite* portant sur la restructuration des entreprises insolvable et la protection des travailleurs salariés. Les amendements exigeraient aussi un examen de la *Loi sur la faillite* après trois ans.

Une refonte ultérieure pourrait comprendre la révision des clauses relatives aux cas d'insolvabilité à l'échelle internationale et aux engagements écologiques laissés en plan par les entreprises en faillite.

■ **La Loi régissant les sociétés par actions de régime fédéral**

La *Loi régissant les sociétés par actions de régime fédéral* dispose des règlements régissant la mise sur pied de sociétés par actions et comprend un code des obligations et des droits respectifs de la direction et des actionnaires.

Cette loi protège les investisseurs en prescrivant certaines exigences en matière de divulgation d'informations d'ordre financier ainsi que certaines procédures de vote destinées à garantir les droits des actionnaires. Des amendements seront bientôt présentés dans le but de clarifier certaines de ses dispositions et de réduire les coûts de son application. Les changements proposés auraient aussi pour effet d'uniformiser le droit des sociétés au Canada.

En outre, C&CC a récemment rendu public un document de travail sur les transactions d'initiés. Deux autres documents de travail sont en cours d'élaboration, l'un traitant des dispositions relatives aux prises de contrôle et l'autre sur les pouvoirs d'enquête conférés par la loi. Ces trois documents reflètent l'intention de C&CC de modifier les bases de la *Loi régissant les sociétés par actions de régime fédéral* de manière à ce qu'elle concoure à l'instauration d'un marché plus prospère et plus équitable.

■ **La propriété intellectuelle**

La force d'une nation moderne est déterminée en grande partie par sa capacité à tirer avantage de façon efficace de son esprit de création et d'innovation. La prospérité du secteur manufacturier est tributaire de la découverte et de l'innovation technologique. De plus, la prospérité prend sa source dans les industries de service et du divertissement comme l'édition, la radiodiffusion, la publicité et les arts visuels.

Bref, la protection et l'information qu'offre le système de propriété intellectuelle d'une nation sont destinées à encourager et à soutenir ses aptitudes à la créativité et à l'innovation.

Aujourd'hui, au Canada, les brevets protègent les nouveaux dispositifs et les nouveaux processus. Le droit d'auteur protège les oeuvres originales dans les domaines de la littérature, de la radiodiffusion, du journalisme, du cinéma, de la télévision, de la musique, des arts, de l'enregistrement sonore, de la publicité et des programmes informatiques. L'aspect physique d'un produit fabriqué peut être enregistré à titre de dessin industriel.

En outre, les marques de commerce déposées permettent au consommateur de reconnaître les produits d'un fabricant tout en évitant que cette marque soit utilisée par un autre fabricant.

Le Bureau des corporations et de la politique législative de Consommation et Corporations Canada travaille à l'actualisation des lois canadiennes en matière de propriété intellectuelle. Des révisions majeures ont été apportées en 1987 à la *Loi sur les brevets* et une première série d'amendements à la *Loi sur le droit d'auteur* a été proposée conjointement avec le ministère des Communications et a été approuvée en 1988. De plus, une nouvelle législation, la *Loi sur les topographies de circuits intégrés* a été déposée en 1990, afin de protéger les investissements dans ce secteur de haute technologie.

Une deuxième série d'amendements à la *Loi sur le droit d'auteur* est nécessaire afin de moderniser la loi, de couvrir des sujets tels que les droits de location, les droits voisins, les productions audiovisuelles et afin de prévoir des exceptions pour les bibliothèques et les institutions scolaires. Ces changements encourageront l'innovation et la compétitivité dans nos industries d'information clés. De plus, ils faciliteront la recherche et la formation, et ils contribueront au renforcement de l'unité nationale en favorisant la créativité culturelle. Le Canada sera en position de participer à ces domaines au plan international en adhérant à la Convention de Rome sur les droits voisins et en rehaussant son adhésion à la Convention de Berne sur le droit d'auteur.

Des amendements relatifs à la protection de la propriété intellectuelle sont aussi prévus dans le cadre d'un projet de loi omnibus sur la bonification de la propriété intellectuelle. Ce projet de loi regrouperait bon nombre d'amendements à la *Loi sur les brevets*, à la *Loi sur les marques de commerce*, à la *Loi sur les dessins industriels* et à la *Loi sur le droit d'auteur*. Cette mesure aurait pour effet de moderniser les lois sur la propriété intellectuelle afin de renforcer le cadre législatif nécessaire à la prospérité et à l'innovation des entreprises canadiennes.

Consommation et Corporations Canada appuie l'utilisation efficace de la propriété intellectuelle en offrant les services suivants :

L'automatisation du Bureau des brevets

Les documents de brevets contiennent les descriptions techniques les plus complètes et à jour des technologies de pointe. Le projet d'automatisation des brevets, qui sera complété en 1996, rendra cette information technologique accessible électroniquement aux entreprises et chercheurs d'un océan à l'autre.

Le Programme d'exploitation des informations contenues dans les brevets

Le Programme d'exploitation des informations contenues dans les brevets offre des services de recherche à la fine pointe de la technologie sur les documents de brevets aux clients d'organismes de recherche provinciaux, de centres d'innovation et autres groupes du genre. Ce programme aide les entreprises canadiennes à mieux soutenir la concurrence en les renseignant sur les technologies existantes et en les mettant en rapport avec leurs inventions et détenteurs de licences.

Le Programme de sensibilisation du public (PSP)

Le PSP encourage l'utilisation des ressources du système de propriété intellectuelle (brevet, marque de commerce, dessin industriel, droit d'auteur, topographie de circuit intégré) par les entrepreneurs, les gens d'affaires et les chercheurs canadiens. Les renseignements sur les activités, les avantages et les obligations que comporte le système de propriété intellectuelle sont offerts dans le but de permettre à l'entreprise canadienne de mieux tirer profit des occasions sur les plans national et international.

Le Comité consultatif de la propriété intellectuelle

Le Bureau des corporations et de la politique législative compte énormément sur les conseils des ministères fédéraux et du secteur privé pour élaborer sa politique et ses projets de lois. Par exemple, le Comité consultatif de la propriété intellectuelle, présidé par le sous-ministre de C&CC, est formé de neuf membres venant de ministères fédéraux et de dix-huit membres appartenant à des organismes privés intéressés à la propriété intellectuelle. Des sous-groupes de ce Comité se penchent sur des questions comme la protection des topographies de circuits intégrés, la protection des formes de vie, le partenariat de recherche entre le gouvernement et le secteur privé et l'harmonisation à l'échelle mondiale des lois sur les brevets et les marques de commerce sous l'égide de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

IV. CONCLUSION

Les Canadiens constatent que bien qu'ils soient comblés d'une grande richesse de ressources humaines et naturelles, la prospérité dans ce monde nouveau et plus concurrentiel reste à conquérir.

Cependant, bien que nous ayons à relever de nouveaux défis, nous disposons des outils nécessaires pour réussir. Comme l'a énoncé le professeur Porter dans son ouvrage intitulé *Le Canada à la croisée des chemins* :

« Si la tendance actuelle se maintient, le niveau de vie des Canadiens semble condamné à régresser. Pourtant, ce scénario n'a rien d'inévitable; les Canadiens ont les éléments de solution en main. »

Consommation et Corporations Canada est au centre de la démarche canadienne vers la prospérité par la compétitivité. L'ensemble des lois qu'il administre et les services qu'il offre assurent un environnement concurrentiel sur le marché intérieur.

La concurrence vigoureuse sur le marché intérieur, une des composantes clés de la concurrence des entreprises nationales sur le marché mondial, aide les entreprises à être plus efficaces, productives, innovatrices et sensibles au changement, ce qui les rend plus efficaces à l'échelle internationale et contribue donc à la prospérité du Canada.

Pouvons-nous, à titre de ministère, trouver de meilleures façons d'atteindre ces objectifs? Quels changements importe-t-il d'apporter à nos lois-cadres pour qu'elles nous permettent de mieux relever le défi de la concurrence auquel notre industrie fait face? Quels changements faudrait-il apporter à notre politique et à nos programmes en matière de consommation pour assurer que le consommateur soit exigeant? Nous vous invitons à formuler vos commentaires et suggestions dans le cadre de la consultation ayant pour thème « La compétitivité mène à la prospérité ».

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Beverly Davis
(819) 953-6662

Canada