

QUEEN
HD
7305
.A3
F414
1995

IC

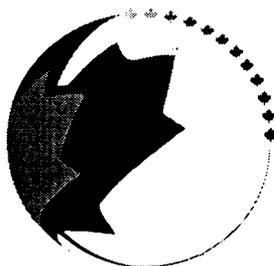
**CADRE
STRATÉGIQUE
NATIONAL À
L'INTENTION
DES
EXPORTATEURS
CANADIENS DU
SECTEUR DE
L'HABITATION**



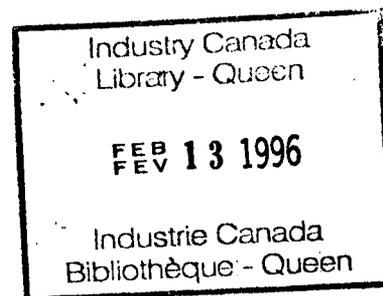
Queen
HD
1305
AE
F414
1995

CADRE STRATÉGIQUE NATIONAL À L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DU SECTEUR DE L'HABITATION

*Rapport du Groupe d'étude fédéral des stratégies
d'exportation relatives à l'habitation*



Équipe Canada • Team Canada



Société canadienne d'hypothèques et de logement

Industrie Canada

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international

Conseil national de recherches du Canada

Ressources naturelles Canada

This publication is also available in English under the title:

***National Strategic Framework for Canada's Housing Exporters,
PE 0180***

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	i
INTRODUCTION.....	1
CONTEXTE.....	2
Enjeux de l'exportation dans le domaine de l'habitation	2
Concurrence sur les marchés mondiaux de l'habitation	3
Capacité d'exportation du Canada dans le domaine de l'habitation	4
CADRE STRATÉGIQUE NATIONAL À L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DU SECTEUR DE L'HABITATION.....	5
Objectifs stratégiques	5
Orientations stratégiques	5
<i>Sensibilisation aux activités d'exportation</i>	6
<i>Préparation aux activités d'exportation</i>	6
<i>Reconnaissance internationale.</i>	6
<i>Réception sur les marchés internationaux</i>	7
Objectifs en matière d'exportation dans le domaine de l'habitation	7
Stratégies d'exportation particulières aux sous-secteurs d'activité	8
Stratégies d'exportation particulières aux marchés	9
SOUTIEN FÉDÉRAL AUX EXPORTATEURS CANADIENS DU SECTEUR DE L'HABITATION	10
<i>Sensibilisation aux activités d'exportation</i>	10
<i>Préparation aux activités d'exportation</i>	11
<i>Promotion du commerce et accès aux marchés</i>	11
<i>Financement des exportations</i>	12
TRAVAUX FUTURS	13
Étapes à court terme	13
<i>Recherche et information stratégique</i>	13
<i>Guichet unique.</i>	13
<i>Bases de données sur les exportations dans le domaine de l'habitation</i>	13
<i>Équipe nationale sur l'habitation</i>	14
Stratégies d'exportation particulières aux sous-secteurs d'activité et aux marchés	14

REMERCIEMENTS

Le cadre stratégique décrit dans le présent document répond en partie à une demande des membres du secteur canadien de l'habitation pour que les entreprises puissent trouver de l'aide afin de mieux profiter des débouchés internationaux dans le domaine de l'habitation. Ce travail préliminaire a été entrepris sous la supervision du Groupe d'étude des stratégies d'exportation relatives à l'habitation, formé de représentants de la Société canadienne d'hypothèques et de logement, d'Industrie Canada, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, du Conseil national de recherches du Canada et de Ressources naturelles Canada.

Le Groupe d'étude a mené ses travaux en mettant à profit les contributions et les conseils d'autres organisations concernées au premier chef par les questions touchant les exportations, notamment la Société d'expansion des exportations, la Corporation commerciale canadienne, la Banque fédérale de développement, l'Agence canadienne de développement international, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, Diversification de l'Économie de l'Ouest Canada, l'Association des exportateurs canadiens et l'Association des banquiers canadiens. On a aussi tenu compte des suggestions des ministères provinciaux responsables du commerce et de l'habitation, de sorte que le cadre national proposé soit conforme aux lignes de conduite et aux programmes des provinces.

La dernière étape de la présente opération consistait à retourner auprès des membres du secteur, qui avaient mis en branle la démarche, par l'intermédiaire des diverses organisations nationales. Voici donc les organisations qui nous ont transmis leurs commentaires et leurs suggestions : l'Association canadienne des constructeurs d'habitations, l'Association canadienne de l'habitation usinée, l'Association de la construction du Québec, l'Association des ingénieurs-conseils du Canada, l'Association provinciale des constructeurs d'habitations du Québec, *B.C. Shake and Shingle Association*, *B.C. Wood Specialties Group Association*,

l'Association canadienne de la construction, l'Association canadienne d'habitation et de rénovation urbaine, l'Institut canadien de la construction en acier, l'Institut canadien de la plomberie et du chauffage, l'Association canadienne des cabinets de cuisine, l'Association canadienne du ciment Portland, l'Association canadienne de l'immeuble, l'Institut canadien de la tôle d'acier pour le bâtiment, l'Association canadienne des manufacturiers de fenêtres et de portes, l'Association canadienne de la brique d'argile, *Council of Forest Industry of British Columbia*, la section canadienne de la Fédération internationale des professions immobilières, l'Institut royal d'architecture du Canada, *Siding and Window Dealers Association of Canada*, l'Institut canadien d'aménagement urbain, *Wood Products Group* et le Bureau du panneau de bois.

Le Groupe d'étude désire exprimer sa reconnaissance aux personnes et aux organisations qui ont contribué à l'élaboration du Cadre stratégique national décrit dans le présent document.

INTRODUCTION

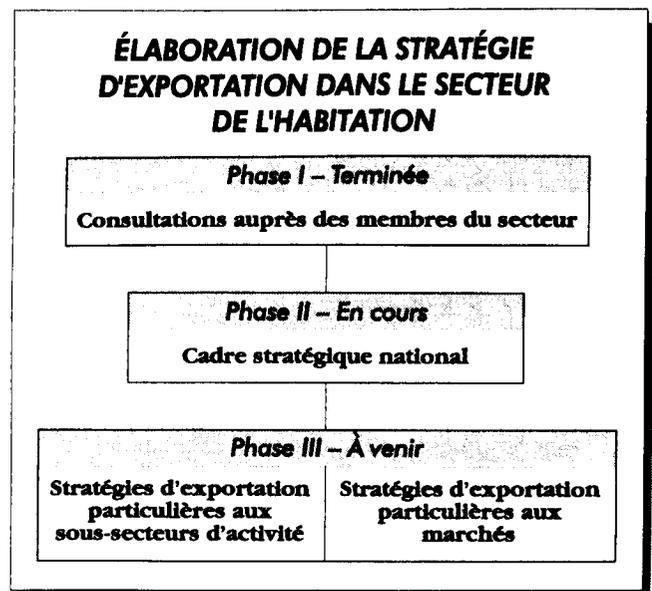
Le commerce international est un facteur essentiel de création d'emplois et de croissance économique au Canada. Comme la demande domestique de logements décline, il deviendra de plus en plus important pour la vitalité et la viabilité à long terme du secteur de l'habitation de parvenir à s'imposer sur les marchés extérieurs. Il existe maintenant de nombreux débouchés d'exportation pour ce secteur, qui produit un système bien intégré et hautement perfectionné de produits de construction, de techniques et de services. Ce système de logement et les éléments qui le composent représentent des possibilités d'exportation aussi intéressantes que tout autre produit de haute technologie à valeur ajoutée que le Canada peut offrir au monde. Par ses travaux, le Groupe d'étude des stratégies d'exportation relatives à l'habitation met en évidence l'importance du secteur de l'habitation pour l'économie nationale et la nécessité pour ses membres de mieux profiter des débouchés internationaux dans ce domaine.

Le cadre stratégique proposé à l'intention des membres du secteur canadien de l'habitation reflète l'approche générale qui, selon le groupe d'étude, est la plus susceptible de contribuer à l'expansion des marchés internationaux dans le domaine de l'habitation et à l'amélioration des résultats enregistrés par les exportateurs canadiens de ce secteur au cours de la prochaine décennie. Étant donné la complexité de ce champ d'activité, qui comprend des **entrepreneurs en construction et en rénovation d'immeubles de faible, de moyenne et de grande hauteur, des fabricants de maisons usinées et d'éléments de construction, de même que des fournisseurs de services (architectes, ingénieurs, promoteurs, experts-conseils)**, le cadre stratégique qui suit est d'une portée générale et ne touche que succinctement les démarches stratégiques particulières que devraient adopter les différents sous-secteurs du secteur canadien de l'habitation pour profiter des débouchés propres à des marchés extérieurs donnés.

Les orientations stratégiques générales qui sont proposées aux exportateurs canadiens du domaine de l'habitation dépendent de facteurs nationaux et extérieurs.

- Parmi les facteurs nationaux, mentionnons la nature, la structure et la complexité du secteur; ses activités et intérêts actuels relativement à l'exportation; sa capacité de répondre aux exigences internationales; sa perception des enjeux dans ce domaine; son aptitude à faire face à la concurrence sur les marchés internationaux; de même que les expériences, les compétences et la préparation des entreprises du secteur.
- Parmi les facteurs internationaux, mentionnons la nature des débouchés extérieurs dans le domaine de l'habitation, l'origine de la demande extérieure; la diversité des clients étrangers, les tendances générales et les récents développements pouvant influencer les activités d'exportation dans le domaine de l'habitation, de même que les points forts et les stratégies des principaux concurrents internationaux.

Le diagramme suivant présente les principales phases de l'élaboration de la stratégie d'exportation, laquelle a débuté en 1994. Le présent document porte sur la deuxième phase de cette opération, qui comprend plusieurs étapes.



En somme, ce rapport présente l'orientation stratégique générale qui, selon le Groupe d'étude, devrait guider les activités commerciales extérieures du secteur canadien de l'habitation dans un avenir prévisible. Il fournit un cadre et un point de départ pour les travaux ultérieurs qui consisteront à élaborer des stratégies d'exportation particulières à chacun des sous-secteurs d'activité du secteur et particulières à certains marchés internationaux jugés prioritaires. Enfin, il procure un contexte qui orientera les futurs efforts du Groupe d'étude et l'utilisation des ressources pertinentes.

CONTEXTE

Enjeux de l'exportation dans le domaine de l'habitation

Le cadre stratégique proposé dans ce document est axé sur les besoins du milieu : il répond au vœu exprimé par les membres du secteur canadien de l'habitation qui souhaitent disposer de stratégies pouvant les aider à améliorer leur compétitivité sur les marchés internationaux. Ce cadre constitue un premier pas vers l'élaboration de ces stratégies. Il se fonde sur les résultats des consultations tenues par le Groupe d'étude auprès des membres du secteur privé du domaine de l'habitation et visant à :

- ❑ les sensibiliser davantage aux retombées du commerce international sur le secteur canadien de l'habitation;
- ❑ discuter des coûts et des avantages relatifs à la recherche de débouchés commerciaux qu'offre le domaine de l'habitation hors des frontières canadiennes;
- ❑ obtenir des points de vue différents sur les activités commerciales menées sur les marchés internationaux;
- ❑ déterminer quelles sont les priorités en matière d'exportation; et
- ❑ promouvoir la discussion d'options stratégiques en vue de profiter des débouchés commerciaux sur les marchés extérieurs dans le domaine de l'habitation.

Le Groupe d'étude a obtenu les points de vue des intervenants au moyen de documents écrits, d'entrevues soutenues avec les principaux exportateurs du secteur et de réunions tenues dans les principales villes canadiennes. Les perceptions, les expériences et les conseils qui ont été exprimés aux membres du Groupe d'étude durant les consultations ont été analysés et résumés dans un rapport qui a été diffusé à toutes les personnes et à tous les organismes consultés. Ce rapport constitue à la fois le point de départ et la mise à l'essai du processus d'élaboration des stratégies, qui devrait être entrepris au cours de l'étape suivante de ce projet.

Les participants aux consultations ont reconnu que l'exportation est essentielle pour la viabilité continue du secteur canadien de l'habitation et que le Canada possède des logements de classe mondiale, dont le prix et la qualité sont concurrentiels sur la plupart des marchés. Ils ont convenu que bon nombre de technologies, de produits et de services du secteur canadien de l'habitation conviennent à la demande sur la plupart des marchés internationaux ou pourraient facilement y être adaptés. Les participants croient que les Canadiens jouissent d'une bonne considération à l'étranger et que, toutes choses étant égales par ailleurs, de nombreux clients étrangers potentiels préféreraient transiger avec les Canadiens.

Toutefois, comme l'ont rapidement indiqué ces participants, une prédisposition favorable envers les Canadiens sur les marchés internationaux ne signifie toutefois pas des exportations assurées. Par exemple, on considère que de nombreuses entreprises ne sont pas bien informées des possibilités d'exportation, ont une connaissance imprécise du soutien et des ressources accessibles et ne savent pas trop comment procéder pour tirer parti d'une occasion d'exportation donnée. De plus, on croit que, dans l'ensemble, les membres du secteur ne savent pas vraiment ce qu'ils sont en mesure d'offrir sur les marchés internationaux et, de façon générale, ils ne se sont pas impliqués, n'ont pas affecté de ressources ou n'ont pas pris de mesures particulières pour se lancer dans l'exportation. Les exportateurs actuels et éventuels ont convenu qu'il faut résoudre un

certain nombre de questions clés avant que le Canada puisse bénéficier davantage des débouchés d'exportation présents et futurs dans le domaine de l'habitation.

Les consultations ont permis de constater que les exportateurs étrangers qui réussissent dans le domaine de l'habitation semblent posséder une bonne connaissance pratique des priorités, des objectifs et des activités de leur pays sur la scène internationale et bien comprendre comment leurs propres activités s'inscrivent dans le cadre des efforts nationaux en faveur des exportations. De plus, il est manifeste que les exportateurs étrangers qui ont un succès constant dans le domaine de l'habitation intègrent leurs propres plans et activités d'exportation aux stratégies qu'appuient leur gouvernement et les membres du secteur.

Les consultations auprès des membres du secteur ont confirmé que d'importants débouchés existent sur les marchés extérieurs dans le domaine du logement et que le secteur canadien de l'habitation exporte en-deçà de sa capacité. En outre, les consultations ont permis de conclure que l'écart entre le niveau des exportations et le potentiel du secteur à cet égard peut être réduit par :

- ❑ la mise en place d'un guichet unique de renseignements sur l'aide et le soutien fournis par le gouvernement et les organisations non gouvernementales;
- ❑ l'accès à des données et à des analyses de meilleure qualité et plus récentes sur les possibilités d'exportation et sur les conditions des marchés;
- ❑ une meilleure coordination des activités entre les secteurs public et privé en matière d'exportation;
- ❑ une information fiable sur les activités et pratiques commerciales des compétiteurs étrangers; et
- ❑ l'accès au financement et à d'autres ressources nécessaires pour faire du commerce international.

Concurrence sur les marchés mondiaux de l'habitation

Les marchés internationaux les plus actifs dans le domaine de l'habitation sont dominés par quelques pays. Les entreprises américaines ont la primauté sur la plupart des principaux marchés, tandis que les sociétés britanniques, françaises et allemandes ont d'importants intérêts dans certaines régions. L'Autriche, la Finlande, la Turquie et l'Égypte exportent des produits et services dans le domaine de l'habitation, mais ces activités sont habituellement restreintes aux pays limitrophes. Les principaux pays exportateurs de produits et services dans le domaine de l'habitation ont généralement la capacité de former des équipes nationales aux liens étroits pouvant s'adapter aux particularités des marchés extérieurs que ce soit en matière d'habitation, de pratiques commerciales, d'organisation institutionnelle, d'infrastructure et de génie, même si ces entreprises peuvent être individuellement très spécialisées.

Aucun des principaux pays exportateurs dans le domaine de l'habitation ne semble avoir mis en œuvre une stratégie en bonne et due forme. Toutefois, ces pays ont manifestement des politiques nationales d'exportation, et les activités d'exportation du secteur privé dans le domaine de l'habitation semblent étroitement conformes aux principes de ces politiques. Les activités des principaux exportateurs internationaux dans le domaine de l'habitation laissent voir :

- ❑ des traditions bien établies en matière d'exportation;
- ❑ un soutien direct et indirect accordé par leurs gouvernements et les autres organismes publics;
- ❑ une forte présence nationale et un haut profil sur les marchés cibles;
- ❑ la coordination des relations commerciales et non commerciales;

- ❑ un solide travail d'équipe au sein du secteur de l'habitation, ainsi qu'avec les autres exportateurs nationaux; et
- ❑ une capacité de financement des exportations bien développée.

Dans les pays qui exportent des volumes élevés de produits et de services dans le domaine de l'habitation, on établit des politiques commerciales et des objectifs nationaux d'exportation, qu'appuient fermement les gouvernements, les organismes publics et le secteur privé, notamment la communauté financière. Les entreprises exportatrices des pays les plus actifs sur les marchés du domaine de l'habitation sont habituellement de grande taille, disposent de ressources considérables et manifestent une bonne connaissance des politiques, stratégies et objectifs généraux établis par leurs gouvernements respectifs en matière d'exportation.

Le soutien que les principaux pays exportateurs dispensent à leurs exportateurs nationaux de produits et de services dans le domaine de l'habitation se traduit par un ferme appui gouvernemental, accordé dans le cadre du rôle central que joue le gouvernement dans l'économie, depuis les niveaux politiques supérieurs jusqu'aux activités quotidiennes des fonctionnaires. Ce soutien prend principalement les formes suivantes :

- ❑ des efforts coordonnés pour ouvrir les marchés et assurer un accès aux exportateurs nationaux;
- ❑ des efforts concertés pour veiller à ce que, sur les marchés extérieurs potentiels, on soit au courant de ce que peuvent offrir les entreprises du pays exportateur;
- ❑ une aide pour garantir des contrats particuliers;
- ❑ des programmes spécialisés visant à former et à préparer les exportateurs;
- ❑ la coordination des politiques et des pratiques d'exportation à l'échelle du gouvernement, notamment par la désignation d'un point de contact administratif pour l'obtention des renseignements de toutes sortes concernant les exportations;

- ❑ la diffusion de nouvelles générales, de renseignements et de mises en garde concernant les marchés, souvent avec la collaboration d'organismes commerciaux non gouvernementaux, d'établissements d'enseignement et d'autres organisations; et
- ❑ une étroite collaboration entre les gouvernements centraux et les autres paliers de gouvernement, avec les associations professionnelles et les chambres de commerce ou leurs équivalents aux paliers national, régional et local.

Capacité d'exportation du Canada dans le domaine de l'habitation

Le potentiel d'exportation du Canada dans le domaine de l'habitation pourrait se réaliser sous divers aspects : institutions, technologies, expériences et compétences. Il comprend les nombreux produits et services entrant dans la production de logements de toutes sortes jusqu'à des systèmes de logement entiers pouvant être offerts sur les marchés internationaux, en passant par l'outillage et l'équipement de construction, le système canadien de financement de l'habitation, les codes du bâtiment, les normes de produits et de production et les nombreux éléments et procédés qui caractérisent les capacités du secteur canadien de l'habitation et déterminent les conditions de logement dont jouissent les Canadiens.

En outre, le secteur canadien de l'habitation possède des atouts extraordinaires, lesquels devraient être mis en évidence dans le cadre de ses efforts de mise en marché à l'échelle internationale; en effet, il peut :

- ❑ livrer à l'étranger, dans leur format intégral ou sous une forme adaptée, une variété de produits et de services différents, éprouvés et efficaces;

- produire des logements complets, à la pièce ou par lots, avec tous les équipements d'infrastructure connexes; et
- fournir toute combinaison d'éléments de construction ou de services répondant aux besoins des clients extérieurs, notamment pour rénover, remettre en état, réhabiliter et améliorer des logements existants ou pour transformer des bâtiments non résidentiels en immeubles d'habitation.

CADRE STRATÉGIQUE NATIONAL À L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DU SECTEUR DE L'HABITATION

Objectifs stratégiques

L'objectif général du cadre proposé dans le présent document est de définir des orientations globales qui permettront au secteur canadien de l'habitation d'accroître, sur une période de dix ans, ses recettes d'exportation de même que sa part des marchés d'exportation internationaux. La démarche proposée met l'accent sur les points forts du secteur et sur les marchés d'exportations les plus prometteurs. En outre, l'orientation stratégique décrite dans le présent document vise à :

- fournir une orientation nationale cohérente, logique et précise en vue de la pénétration des marchés d'exportation dans le domaine de l'habitation;
- positionner favorablement le secteur canadien de l'habitation relativement aux débouchés d'exportation actuels et éventuels;
- clarifier les rôles des principaux intervenants canadiens qui participent aux activités d'exportation dans le domaine de l'habitation, notamment le secteur privé, les gouvernements et le secteur sans but lucratif;

- établir un contexte au sein duquel le gouvernement pourra offrir son soutien et ses ressources pour favoriser les exportations dans le domaine de l'habitation; et
- fournir un cadre à l'intérieur duquel on pourra élaborer des stratégies particulières aux sous-secteurs d'activité et aux marchés.

Orientations stratégiques

Étant donné que le commerce international permet d'atteindre d'importants objectifs en matière d'intervention gouvernementale, l'État soutient activement les activités des exportateurs canadiens par des mesures qu'il faut réviser de temps en temps pour s'assurer qu'elles sont pertinentes et bien ciblées. De plus, les gouvernements fédéral et provinciaux sont des acteurs importants dans ce domaine parce que le commerce international compte pour beaucoup pour le rendement et la santé de l'économie du pays. En outre, ils accordent leur soutien aux exportateurs canadiens parce que c'est précisément ce que font les gouvernements des principaux pays exportateurs. Le cadre stratégique proposé dans le présent document suppose donc la collaboration entre les secteurs public et privé et des liens étroits entre les entreprises intervenant à chacune des étapes du processus d'exportation.

L'orientation stratégique proposée traduit la nécessité pour les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation de collaborer entre eux et de coordonner les activités de toutes les parties concernées. Il faut adopter une démarche collective pour susciter l'adhésion à un but commun et favoriser la continuité dans le cadre des activités internationales du secteur. Cette démarche permettra de regrouper les ressources, de déployer des efforts complémentaires, d'exploiter la dynamique collective, de même que d'atteindre la masse critique et de combiner les expériences et les compétences nécessaires à la mise en branle de projets importants. Elle facilitera la formation d'ententes de partenariat et le partage des risques et pourra offrir des expériences d'apprentissage uniques pouvant être mises en commun à l'intérieur du secteur.

Le Groupe d'étude recommande une démarche stratégique en quatre volets qui permettra d'augmenter les avantages tirés des activités internationales dans le domaine de l'habitation par le secteur dans son ensemble, par les entreprises qui la composent et par les Canadiens en général. En somme, le cadre stratégique proposé à l'intention du secteur canadien de l'habitation s'accompagne des mesures collectives et coordonnées nécessaires pour :

- ❑ à court terme, mieux **sensibiliser les membres du secteur aux activités d'exportation** et augmenter considérablement le nombre d'entreprises désireuses de pénétrer les marchés d'exportation;
- ❑ à court ou à moyen terme, mieux **préparer les membres du secteur aux activités d'exportation** en multipliant le nombre d'entreprises disposant des qualités, des ressources et des capacités leur permettant d'être concurrentielles sur les marchés internationaux;
- ❑ à moyen terme, **améliorer la visibilité et la réputation internationales du secteur**; et
- ❑ à long terme, **accroître la pénétration et les résultats de l'industrie sur les marchés internationaux**; il s'agit non seulement d'augmenter le volume des exportations du secteur, mais surtout sa part du marché sur une période de dix ans.

Sensibilisation aux activités d'exportation

La première étape que le secteur canadien de l'habitation doit franchir pour en arriver à devenir plus actif sur les marchés d'exportation consiste à mieux se sensibiliser aux activités d'exportation. Cette sensibilisation implique la prise de décisions éclairées et solidement étayées quant à l'opportunité d'exporter ou non, et dans l'affirmative sur la nature et la destination des exportations. Le niveau de sensibilisation du secteur aux activités d'exportation sera donc fonction de :

- ❑ l'accessibilité à des renseignements de qualité et à des analyses des débouchés d'exportation éventuels et des conditions des marchés de l'habitation;
- ❑ sa connaissance approfondie de ses possibilités d'exportation et de sa capacité de répondre à la demande internationale dans le domaine de l'habitation; et
- ❑ sa compréhension des activités et des stratégies d'exportation de ses principaux concurrents sur les marchés internationaux.

Préparation aux activités d'exportation

La préparation aux activités d'exportation se mesure selon le degré auquel les exportateurs éventuels possèdent les antécédents, les capacités, les ressources et la détermination pour s'imposer sur les marchés internationaux. Dans la perspective du secteur, atteindre un haut niveau de préparation implique :

- ❑ d'accroître le nombre d'entreprises du secteur ayant les caractéristiques suivantes : capacité de production, stratégies d'exportation, compétences commerciales, ressources financières et autres et engagement ferme de la haute direction relativement aux activités d'exportation; et
- ❑ de donner accès à des mesures de soutien aux entreprises désireuses d'exporter, telles que des programmes de formation aux activités d'exportation, des rapports et des renseignements sur des débouchés particuliers dans le domaine de l'habitation, des programmes et des services de perfectionnement professionnel, des programmes de soutien technique et du financement à l'exportation.

Reconnaissance internationale

Positionner favorablement le secteur canadien de l'habitation relativement aux marchés et aux débouchés internationaux implique que celui-ci ait pris les mesures nécessaires pour acquérir une grande visibilité dans les marchés extérieurs

cibles et jouir d'une réputation de fiabilité et de qualité. Pour se bâtir une réputation, les membres du secteur devront prendre les mesures suivantes :

- ❑ faire une promotion coordonnée des capacités du secteur sur la scène internationale;
- ❑ soutenir les activités commerciales extérieures des entreprises ou des regroupements d'entreprises canadiennes prêtes à exporter sur les marchés internationaux; et
- ❑ préserver et améliorer l'accès aux marchés internationaux dans le domaine de l'habitation.

Réception sur les marchés internationaux

La réception que feront les marchés internationaux donnera la mesure de la compétitivité et des succès du secteur canadien de l'habitation. Cependant, plusieurs obstacles peuvent limiter ces résultats. La promotion pourrait aplanir ces obstacles en :

- ❑ ouvrant les portes aux entrepreneurs canadiens par l'établissement de relations de travail dans les pays étrangers avec les organismes responsables de l'habitation, les organismes de réglementation, les acheteurs institutionnels et d'autres intervenants; et
- ❑ faisant valoir la qualité de nos produits dans les capitales étrangères, devant les institutions financières internationales et sur d'autres tribunes, là où les décisions relatives aux exportations sont prises.

Le financement constituera souvent le facteur décisif pour la conclusion d'ententes d'exportation. Face à la forte concurrence des autres fournisseurs internationaux, les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation doivent bien connaître et utiliser pleinement le financement à l'exportation existant au Canada, les capacités financières des institutions financières canadiennes et internationales et les ressources financières dans les pays où ils exportent. Les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation

doivent également faire preuve de créativité pour faciliter l'achat des produits et service canadiens par différentes mesures notamment :

- ❑ utiliser au maximum le soutien et les programmes canadiens d'aide à l'exportation dans le domaine de l'habitation;
- ❑ promouvoir des ententes de coopération au Canada et dans les pays où ils exportent; et
- ❑ envisager des modalités différentes de remboursement, notamment l'échange de contrepartie ou le paiement en nature.

Objectifs en matière d'exportation dans le domaine de l'habitation

Le cadre stratégique décrit dans le présent rapport est destiné à toutes les entreprises intervenant à un stade ou à un autre du processus d'exportation. Voilà pourquoi il faut, dans toute la mesure du possible, aborder simultanément les quatre volets de l'orientation stratégique proposée. Cependant, chacun de ces volets n'aura pas le même poids à l'échelle nationale, et son importance relative évoluera au cours de la période de dix ans visée par le cadre stratégique.

Malgré l'absence de données et d'analyses pouvant appuyer l'établissement d'objectifs d'exportation tangibles, les membres du Groupe d'étude ont accepté de proposer des objectifs généraux. Ils ont aussi reconnu le fait que les travaux futurs sur les stratégies particulières aux sous-secteurs d'activité ou à des marchés géographiques se traduiront par des objectifs variables selon les cas. Néanmoins, les membres du Groupe d'étude ont établi des objectifs généraux qu'ils jugent souhaitables et réalisables :

- ❑ à court terme, mieux sensibiliser et préparer le secteur dans l'optique d'augmenter de 20 p. 100 le nombre d'entreprises actives sur les marchés d'exportation au cours des trois prochaines années;

- à moyen terme, accroître la capacité du secteur de profiter des débouchés internationaux dans le domaine du logement en augmentant le volume des exportations canadiennes dans le domaine de l'habitation sur les marchés actuels et éventuels, au-delà de l'objectif de croissance annuelle de 10 p. 100 fixé par le gouvernement fédéral pour tous les exportateurs canadiens au cours des cinq prochaines années; et
- parvenir à ce que le secteur canadien de l'habitation occupe une place importante sur la scène internationale, de sorte que le Canada figure dans la liste des rares fournisseurs de systèmes, de produits et de services d'habitation reconnus mondialement. Un objectif pertinent sur une période de dix ans, serait que le Canada double sa part des marchés internationaux dans le domaine de l'habitation.

Stratégies d'exportation particulières aux sous-secteurs d'activité

Par sa portée, le cadre stratégique présenté ci-dessus s'adresse à l'ensemble du secteur. Cependant, le cadre prévoit explicitement l'élaboration de stratégies particulières à l'intention des divers sous-secteurs d'activité. Le Groupe d'étude a établi que trois sous-secteurs sont relativement homogènes du point de vue de leur situation et de leur expérience en matière d'exportation, et recommande donc l'élaboration de stratégies particulières à chacun d'entre eux.

- Les **fabricants de maisons usinées et d'éléments de construction**. Ces entreprises comptent parmi les exportateurs les plus expérimentés et les plus établis du secteur et elles effectuent la majeure partie des exportations canadiennes dans le domaine de l'habitation à l'heure actuelle. En règle générale, ces entrepreneurs ont développé leurs marchés d'exportation en s'implantant tout d'abord dans les états américains frontaliers, puis dans d'autres régions des États-Unis, pour pénétrer ensuite les marchés

outrémer. Aux États-Unis, la concurrence est généralement forte, l'industrie nationale étant bien implantée. Ailleurs à l'étranger, une grande difficulté est vraisemblablement de faire accepter nos produits, ce que l'on peut favoriser en coordonnant les efforts pour que les codes, le système de contrôle de conformité, les organismes de réglementation et les agences techniques du Canada soient reconnus mondialement. Dans le cas des éléments de construction, la pénétration des marchés extérieurs dépendra tout probablement de la compétitivité des prix, de la qualité et des performances des produits, de leur fiabilité technique, de l'apparence, de l'innovation, de la promotion, de la reconnaissance du produit, du service après vente et du suivi auprès des clients. Comme il s'agit de produits concrets, les foires commerciales, les expositions et les démonstrations constituent des lieux efficaces de promotion et de commercialisation à l'échelle internationale.

- Les **entrepreneurs de construction et de rénovation** sont les artisans de l'habitation. Ils assemblent, combinent et intègrent les différents éléments et activités nécessaires à la production des habitations. Ce sous-secteur a besoin des stratégies d'exportation les plus compliquées en raison du grand nombre et de la variété des éléments impliqués, de la complexité des processus d'approbation qu'il faut suivre et de la diversité habituelle de sa clientèle, laquelle peut inclure le secteur privé, les gouvernements et leurs organismes ou institutions. Ce sous-secteur parviendra à pénétrer les marchés par des activités de démonstration et en établissant à l'extérieur la réputation de nos organismes de réglementation et de nos agences techniques. Les constructeurs et les rénovateurs ont la possibilité de favoriser l'utilisation de produits et de services canadiens dans le cadre de leurs projets, et pour cette raison, leurs activités constituent la plaque tournante de la croissance future des exportations dans le secteur.
- Les **fournisseurs de services connexes**. Les entreprises de ce sous-secteur d'activité arrivent habituellement à pénétrer les marchés

extérieurs grâce à leur réputation, à leur compétitivité ou à leur association à des organismes nationaux reconnus. La visibilité internationale est essentielle pour les fournisseurs de services, tels les urbanistes, les architectes, les ingénieurs et les gestionnaires de projet. Cependant, dans le cas des métiers du bâtiment, l'association à des projets particuliers ou à des équipes de projet peut constituer une démarche stratégique fructueuse. Le secteur des services peut également contribuer à favoriser l'achat d'éléments de construction canadiens sur des chantiers étrangers.

Stratégies d'exportation particulières aux marchés

Dans l'immédiat, les principaux marchés extérieurs dans le domaine de l'habitation pour le Canada sont les États-Unis, le Japon et l'Europe occidentale. À moyen terme, le Mexique, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Europe centrale et orientale et les pays côtiers du Pacifique offrent de bonnes perspectives. À long terme, il est probable que les autres pays asiatiques et l'Amérique latine contribueront largement à la demande dans le domaine du logement.

En égard à la diversité des marchés internationaux, il est clair que les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation doivent se concentrer sur des marchés sur lesquels ils seront hautement concurrentiels. De plus, il est évident que les marchés détermineront les stratégies d'exportation les plus pertinentes, lesquelles devront tenir compte du niveau de développement des marchés, de la nature et de l'importance de la demande de logements, de même que de la situation économique du pays, de sa culture et de ses pratiques commerciales, de la réglementation et des institutions en place. En outre, les stratégies d'exportation se rapportant à des marchés donnés peuvent varier selon que l'on vise un marché de masse ou un créneau en particulier. En outre, il faudra peut-être adapter les stratégies selon que les exportateurs vendent au secteur privé ou au secteur public.

Dans le domaine de l'habitation, il existe quatre grandes catégories de marché, chacune d'elles nécessitant une démarche stratégique particulière :

- Sur les **marchés traditionnels**, soit les États-Unis, le Japon et l'Europe de l'Ouest, les entreprises du secteur de l'habitation sont bien établies et leurs capacités d'exportation sont grandes. Les stratégies d'exportation visant ces marchés doivent être axées sur le secteur privé, parvenir à contourner les préjugés favorables envers les produits nationaux, et respecter ou dépasser des normes et des codes nationaux rigoureux. Les États-Unis, le Japon et l'Allemagne constituent les marchés préférés pour les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation, et on s'attend à ce que cette situation persiste dans un avenir prévisible. Outre les devises fortes que procurent ces marchés, la présence sur les marchés allemand et japonais donne un accès intermédiaire aux vastes marchés européens et asiatiques.
- Les **marchés naissants** de l'Asie, du Mexique, de l'Amérique latine, de l'Afrique du Sud et du Moyen-Orient sont principalement caractérisés par une grande industrialisation, et ils offrent donc des possibilités pour tous les sous-secteurs d'activité, tant sur les marchés de masse que sur des créneaux particuliers. Le Mexique occupe une position distincte à cet égard, parce qu'il fait partie de l'ALÉNA et qu'il constitue un tremplin pour le reste de l'Amérique latine. D'un point de vue stratégique, les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation doivent se préparer à composer avec les bureaucraties et avec les entrepreneurs privés, à respecter d'importantes différences culturelles, commerciales et autres et à adapter les logements canadiens aux besoins et aux conditions de ces marchés.
- Les **économies en transition** d'Europe centrale et orientale et d'Asie ont d'importants besoins en matière d'habitation qui ne pourront vraisemblablement pas être satisfaits sans un apport substantiel de l'étranger. Les stratégies d'exportation qui sont ciblées sur ces pays doivent, par conséquent, intégrer des

activités de coopération ou d'assistance technique visant l'instauration d'institutions du marché et le transfert de technologies. Comme les technologies et les institutions canadiennes seront probablement peu connues dans ces pays, ces stratégies devront mettre l'accent sur les ententes de coentreprise, sur la formation et sur la démonstration.

- Dans les **pays sous développés**, le marché de l'habitation est presque invariablement lié à des sources étrangères de financement, au développement industriel et à l'installation d'équipements d'infrastructure; malgré les besoins pressants de logements, la demande domestique d'habitations y est pratiquement inexistante. Les stratégies d'exportation ciblées sur ces marchés doivent être fondées sur une perspective à long terme. Pour l'immédiat et le moyen terme, elles doivent plutôt viser le soutien à la mise en place d'institutions, de codes et de normes et l'introduction et l'adaptation des technologies canadiennes pour répondre aux besoins locaux. Lorsqu'on élabore des stratégies d'exportation dans le domaine de l'habitation vers les pays en voie de développement, il faut tenir compte des objectifs de coopération fixés et des ressources dont on peut disposer.

SOUTIEN FÉDÉRAL AUX EXPORTATEURS CANADIENS DU SECTEUR DE L'HABITATION

Le cadre stratégique national proposé à l'intention du secteur canadien de l'habitation sous-tend la formation préalable d'ententes de partenariat entre les gouvernements, le secteur privé et les autres organismes ayant des intérêts, de l'expérience ou des compétences dans le domaine de l'habitation ou de l'exportation. Dans le cadre de ces ententes, le secteur privé apporte motivation et vigueur, tandis que les associations concernées par l'habitation peuvent pertinemment faire connaître les besoins du secteur en matière d'exportation, représenter ses intérêts et faire valoir ses compétences sur les

marchés internationaux. Le secteur public aura pour mission de favoriser les activités extérieures du secteur canadien de l'habitation en :

- créant l'environnement d'affaires qui permettra au secteur de l'habitation de réaliser son potentiel d'exportation;
- veillant à ce que les programmes de soutien et l'aide consentie soient adéquats et répondent aux besoins réels des exportateurs canadiens du secteur de l'habitation;
- soutenant les stratégies d'exportation du secteur canadien de l'habitation de manière pertinente; et
- aidant les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation à faire concurrence aux compétiteurs étrangers avec les mêmes moyens qu'eux.

Sensibilisation aux activités d'exportation

Les exportateurs actuels et éventuels peuvent accéder aux renseignements généraux et particuliers sur les marchés internationaux qui les intéressent en s'adressant au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et à ses missions à l'étranger. Ces renseignements et ces analyses sont diffusés dans les Centres du commerce international et les Centres de service aux entreprises d'Industrie Canada dans chaque province. Les exportateurs actuels et éventuels peuvent également accéder à des données sur les marchés directement auprès d'Infocentre, du babillard électronique et du service de télécopieur du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

D'autres ministères et organismes fédéraux peuvent également jouer un rôle important afin de mieux sensibiliser les membres du secteur aux débouchés d'exportation. Mentionnons Industrie Canada, la Société canadienne d'hypothèques et de logement, le Conseil national de recherches du Canada et Ressources naturelles Canada, qui ont tous contribué à améliorer les compétences de ce secteur canadien.

Pour mieux sensibiliser les membres du secteur aux activités d'exportation, il est essentiel de leur donner accès à des données et à des analyses

récentes, fiables et pertinentes sur les marchés prioritaires dans le domaine de l'habitation. Le Groupe d'étude considère donc qu'il faut mettre à la disposition des intervenants du secteur des renseignements de base et des conseils sur l'exportation. La mise en place d'un guichet unique à cet égard, en l'occurrence la Société canadienne d'hypothèques et de logement, faciliterait l'accès des membres du secteur :

- ❑ aux données et aux analyses pouvant être largement utilisées dans l'ensemble du secteur pour aider les entreprises qui le composent à déterminer comment réaliser leur potentiel d'exportation et défendre leurs intérêts à cet égard;
- ❑ aux sources de renseignements sur l'exportation existant dans le secteur public, notamment sur le soutien, les services et les ressources offerts aux exportateurs;
- ❑ aux renseignements sur l'évolution, les tendances et les questions d'intérêt pouvant avoir une influence considérable sur les marchés extérieurs du domaine de l'habitation et sur la capacité des entreprises canadiennes de pénétrer ces marchés; et
- ❑ à des données et à des analyses clés portant sur les marchés prioritaires, comblant des lacunes en matière de renseignements ou susceptibles de susciter un intérêt et des activités dans le secteur privé.

Préparation aux activités d'exportation

La préparation aux activités d'exportation implique l'acquisition de compétences particulières nécessaires pour pénétrer les marchés internationaux. Au pays, on les acquiert généralement en collaboration avec les organisations du secteur, les associations professionnelles, les chercheurs, les experts-conseils privés et les autres intervenants. Les membres du secteur seront mieux préparés s'ils :

- ❑ ont accès à la formation pour l'acquisition des compétences nécessaires pour faire des affaires sur les marchés particuliers; le programme Réussir à l'étranger et la Banque fédérale de développement peuvent être utiles

à l'exportateur désireux d'acquérir ces compétences;

- ❑ connaissent dans quelle mesure les produits et services exportés sont conformes aux exigences, aux codes et aux normes du marché cible; l'institut de recherche en construction de Ressources naturelles Canada et le Conseil canadien des normes peuvent jouer un rôle pertinent à cet égard; et
- ❑ disposent des capacités de gestion et de financement appropriées avant de se lancer sur les marchés internationaux.

La préparation aux activités d'exportation peut se faire à l'intérieur du secteur, mais Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international peuvent aussi y contribuer en aidant les exportateurs éventuels à évaluer leurs besoins et à acquérir les compétences nécessaires pour faire des affaires à l'étranger. On peut également obtenir l'aide du Conseil national de recherches du Canada, qui peut contribuer à vérifier les exigences techniques d'un marché en particulier, la conformité des produits ou services d'un exportateur éventuel aux exigences particulières d'un marché donné, et suggérer toute modification qu'il juge nécessaire. À la Société canadienne d'hypothèques et de logement, on projette actuellement la rédaction de guides à l'intention des exportateurs canadiens, lesquels exposeront une grande variété de points à considérer et à régler avant de se lancer en affaires sur les marchés extérieurs.

Promotion du commerce et accès aux marchés

Les ministères et organismes fédéraux jouent un rôle important en soutenant les efforts des membres du secteur désireux d'améliorer leur visibilité, leur réputation et leur acceptation sur les marchés internationaux. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a comme mandat principal de promouvoir l'expansion du commerce canadien à l'étranger, mandat qu'il exerce par une collaboration de plus en plus étroite avec d'autres ministères et organismes fédéraux dont les activités consistent notamment à soutenir les initiatives de mise en marché sur la scène internationale, à promouvoir

l'entrée de produits et de services sur les marchés extérieurs et à faciliter l'accès des exportateurs aux marchés internationaux par des négociations bilatérales et multilatérales.

Le gouvernement fédéral emploie des délégués commerciaux et des agents de commerce dans ses ambassades et consulats partout dans le monde. Il dispose aussi de personnel dans les Centres du commerce international des bureaux régionaux d'Industrie Canada d'un bout à l'autre du pays. Ces agents commerciaux aident les exportateurs canadiens à trouver des acheteurs, à organiser des expositions commerciales et à résoudre leurs problèmes d'accès aux marchés. Ils jouent aussi un important rôle en établissant quelles entreprises canadiennes sont en mesure de saisir les occasions d'affaires se présentant sur les marchés internationaux.

La principale intervention fédérale en faveur de l'exportation est le Programme de développement des marchés d'exportation. Ce programme est administré par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et est mis en application tant par le ministère que par Industrie Canada. Ce dernier organisme est également responsable du développement industriel, de la localisation des sources d'approvisionnement et de la reconnaissance à l'étranger de notre secteur industriel. Le Conseil national de recherches du Canada et le Conseil canadien des normes jouent également un rôle crucial pour la reconnaissance à l'étranger des normes et des codes canadiens et pour l'acceptation de nos produits.

La promotion des capacités d'exportation du secteur de l'habitation contribue à la réputation internationale du Canada à titre d'une des nations les mieux logées au monde et fait en sorte que le Canada soit parmi les rares fournisseurs considérés par les acheteurs étrangers. Tous les ministères et organismes représentés au sein du Groupe d'étude font la promotion des capacités d'exportation du secteur en nouant des relations étroites avec les organismes gouvernementaux responsables de l'habitation, les organismes de réglementation et les acheteurs institutionnels des pays étrangers et en faisant valoir les avantages de nos entreprises dans les capitales étrangères, auprès des

institutions financières internationales et d'autres entités internationales responsables des décisions concernant l'exportation de produits et de services dans le domaine de l'habitation.

Financement des exportations

Les résultats des activités d'exportation dépendent, dans une large mesure, de la disponibilité du financement à l'exportation et des services financiers connexes. Il s'agit d'un domaine en évolution qui connaît actuellement des changements considérables, par exemple la concentration de l'aide fédérale vers les petites et les moyennes entreprises. Les organisations suivantes sont des acteurs importants dans le domaine du financement à l'habitation :

- La Société d'expansion des exportations (SEE) procure du financement à moyen ou à long terme aux acheteurs étrangers de produits et de services canadiens. La SEE peut assurer pratiquement n'importe quel genre d'exportation, ce qui protège les exportateurs de la perte de leurs comptes clients en cas de problème commercial ou politique. La SEE remplit son mandat en offrant des produits et des services de gestion du risque, notamment du financement par le crédit et des garanties.
- La Banque fédérale de développement (BFD) aide les petites et moyennes entreprises capables de prendre de l'expansion grâce aux exportations en leur procurant un financement qui complète les services qu'offrent les autres établissements financiers. La BFD accorde du financement spécialisé sous forme de prêts à terme, de prêts à redevances, de capital de risque ou de fonds de roulement. Elle offre aussi des programmes de formation, de consultation et de suivi. La BFD peut aussi consentir des prêts pour entreprendre de nouvelles activités de commercialisation, pour modifier ou pour élargir une gamme de produits, pour financer un accroissement des stocks ou pour financer les comptes clients.
- La Corporation commerciale canadienne (CCC) aide les exportateurs canadiens à conclure des ventes avec les gouvernements étrangers et les organismes internationaux en agissant à titre d'entrepreneur principal aux

fins de la transaction. La participation de la CCC dans une vente procure aux fournisseurs canadiens l'appui de leur propre gouvernement. Cette aide améliore la crédibilité et la compétitivité du fournisseur aux yeux du client et peut permettre de meilleurs contrats et modalités de paiement. Parmi les services offerts aux exportateurs, mentionnons l'aide à la préparation des soumissions et aux négociations et le financement du fonds de roulement nécessaire à une vente à l'exportation, notamment par du préfinancement d'exportation. Pour l'acheteur étranger, les avantages comprennent un programme de garantie, l'accès aux technologies canadiennes et la compétence de la Corporation dans l'administration et le suivi des projets.

TRAVAUX FUTURS

Étapes à court terme

La Groupe d'étude a conclu que les membres du secteur doivent connaître l'existence des résultats de ses travaux jusqu'à maintenant et y avoir accès, y compris pour ce qui concerne les décisions prises relativement aux points soulevés au cours des consultations auprès des représentants du secteur.

Recherche et information stratégique

Pour faire suite à l'élaboration du Cadre stratégique national à l'intention des exportateurs canadiens du secteur de l'habitation, on publiera les résultats des recherches et des analyses menées jusqu'à maintenant dans le cadre des travaux du Groupe d'étude, notamment un survol intitulé *Possibilités d'exportations canadiennes dans le domaine de l'habitation*, qui vise à sensibiliser les acheteurs étrangers aux produits et aux services que le Canada peut offrir dans le domaine de l'habitation.

D'autres publications de recherche seront également lancées au même moment ou à peu près :

- ❑ *Aperçu des débouchés extérieurs pour le secteur canadien de l'habitation.*
- ❑ *À la conquête des marchés internationaux de l'habitation.*
- ❑ *Répertoire des sources offrant un soutien aux exportateurs canadiens du secteur de l'habitation.*

Guichet unique

On s'attache actuellement à répondre à la demande des membres du secteur pour la mise en place d'un guichet unique fédéral à l'intention des exportateurs actuels et éventuels. Ainsi, on étudie actuellement à la SCHL la possibilité de mettre en place un service 1-800 qui permettrait aux entreprises du secteur d'adresser leurs demandes de renseignements à un guichet unique au sein de l'État fédéral et d'obtenir ainsi une réponse rapide. On évalue actuellement cette idée en tant que mesure provisoire, soit d'ici l'ouverture possible à la SCHL d'un centre national de promotion des exportations dans le domaine de l'habitation, qui offrirait aux exportateurs actuels et éventuels un accès à des données sur les exportations et à des services qui ne sont offerts nulle part ailleurs par le fédéral ou les provinces.

Bases de données sur les exportations dans le domaine de l'habitation

On accélérera les efforts de constitution d'une base de données sur les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation, laquelle compléterait les renseignements actuellement accessibles dans les bases de données du Réseau mondial d'information sur les exportations et du Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires. De plus, on enrichira une base de données sur les technologies, les systèmes, les produits et les services canadiens pouvant être exportés dans le domaine de l'habitation afin d'inclure tous les sous-secteurs d'activité du secteur. Ces mesures devraient servir à :

- ❑ promouvoir la création de réseaux parmi les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation;

- établir des listes de fournisseurs canadiens de systèmes, de produits et de services prêts à exporter dans le domaine de l'habitation; et
- repérer les entreprises pouvant faire partie d'équipes aptes à tirer avantage d'une occasion d'affaires donnée dans le domaine de l'habitation.

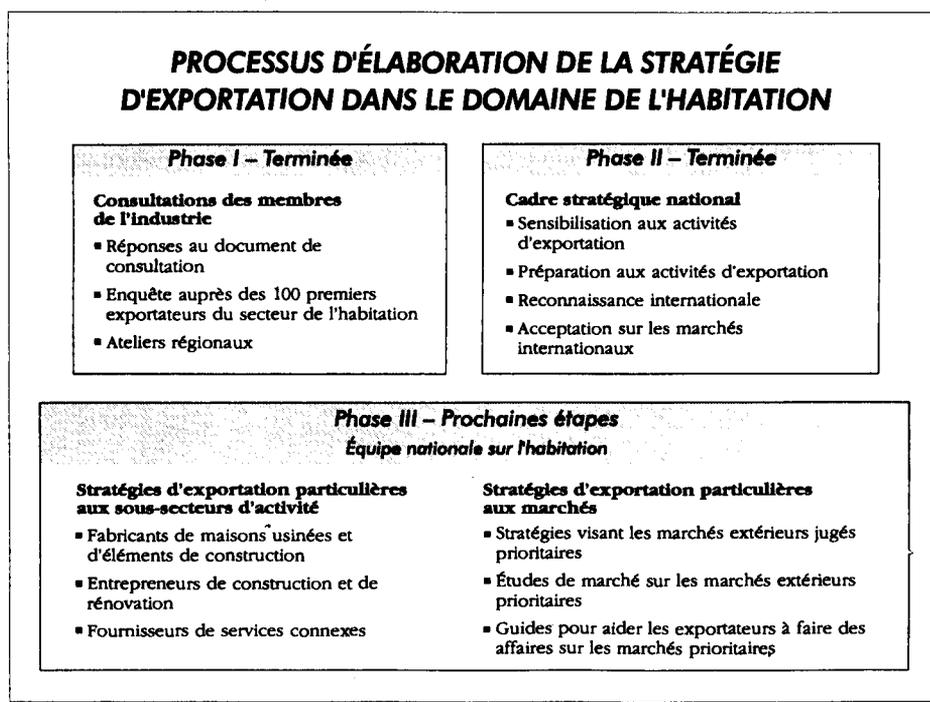
Équipe nationale sur l'habitation

Les ressources fédérales continueront d'être rigoureusement restreintes dans un avenir prévisible, et, par conséquent, il sera nécessaire de réorienter constamment le soutien fédéral à l'exportation vers les domaines jugés prioritaires. Parmi les initiatives fédérales en matière d'expansion du commerce international, mentionnons la formation d'équipes sectorielles canadiennes, qui seront chargées de préparer et de mettre en œuvre des stratégies et plans commerciaux sectoriels. Ces équipes fonctionneront dans le cadre de la Stratégie canadienne de promotion du commerce extérieur (SCPCE) et contribueront activement à la rédaction des chapitres de cette stratégie portant sur des secteurs particuliers. Des comités sous-sectoriels seront formés au besoin.

À cet égard, on invitera les représentants du domaine de l'habitation à participer aux travaux d'une équipe sous-sectorielle nationale sur le logement, dont le mandat sera d'examiner les tendances et l'évolution internationales, de contribuer à l'établissement des priorités et d'aider le fédéral à intervenir pour favoriser le développement des débouchés extérieurs dans le domaine de l'habitation. De plus, l'équipe offrira ses conseils et son aide relativement à la répartition des ressources fédérales en matière d'expansion du commerce international. Cette répartition sera proposée dans la partie sur la construction résidentielle du chapitre de la SCPCE qui sera consacré aux produits et aux services de secteur de la construction.

Stratégies d'exportation particulières aux sous-secteurs d'activité et aux marchés

La fin de l'élaboration du *Cadre stratégique national à l'intention des exportateurs canadiens du secteur de l'habitation* inaugure la phase terminale du processus d'élaboration de la stratégie d'exportation dans le domaine de l'habitation contenue dans le diagramme suivant :



Les travaux futurs, qui seront menés sous la supervision générale du Groupe d'étude, seront entrepris en collaboration avec les associations professionnelles concernées et les autres intervenants détenant de l'expérience et des compétences pertinentes dans le domaine de l'habitation. Les différents travaux seront effectués simultanément et consisteront à élaborer des stratégies d'exportation particulières :

- ❑ selon les sous-secteurs d'activité particuliers du secteur, c'est-à-dire les fabricants de maisons usinées et d'éléments de construction, les entrepreneurs de construction et de rénovation et les fournisseurs de services connexes;
- ❑ selon les marchés d'exportation les plus importants et les plus prometteurs. Pour cerner ces marchés, il faudra évaluer les débouchés dans les marchés extérieurs jugés hautement prioritaires relativement à l'habitation, soit les États-Unis, le Japon, l'Europe, le Mexique et la Chine. Dans les années à venir, tous les marchés extérieurs les plus prometteurs seront étudiés et les débouchés d'exportation dans le domaine de l'habitation seront évalués selon une perspective canadienne.

De nouvelles études et analyses seront entreprises relativement aux débouchés d'exportation éventuels pour le secteur de l'habitation dans les marchés extérieurs jugés prioritaires et relativement à des sujets susceptibles d'aider les exportateurs canadiens à devenir plus concurrentiels sur les marchés extérieurs dans le domaine de l'habitation.

- ❑ On lancera des recherches sur les perspectives de croissance des exportations à court et à moyen terme dans le domaine de l'habitation, ainsi que sur les diverses formules de soutien gouvernemental et autre qui seraient les plus efficaces pour réaliser le potentiel canadien d'exportation dans ce domaine.
- ❑ On travaillera à améliorer la préparation des membres du secteur aux activités d'exportation. Pour ce faire, on engagera des experts au cours des deux ou trois prochaines années, qui seront chargés de rédiger des guides à l'intention des exportateurs éventuels du secteur et présentant les principaux points qu'il faut connaître pour faire des affaires sur les marchés prioritaires.

On a déjà commencé à faire un relevé des ressources fédérales, provinciales et autres, susceptibles de soutenir les stratégies d'exportation adoptées par le secteur canadien de l'habitation. Les efforts ultérieurs porteront donc sur les lacunes du soutien actuel et sur le relevé des ressources susceptibles d'être réorientées pour mieux répondre aux besoins des exportateurs canadiens du secteur de l'habitation.

