

LKC
HF
1479
.I5714
1995/96
v.4

STRATÉGIE D'EXPORTATION DU CANADA

Plan de promotion du commerce extérieur

1995-1996

Industry Canada
Library - Jrl Tower S

MAR 29 1995

Industrie Canada
Bibliothèque - Édifice Jrl S



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

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

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

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

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

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

Also available in English under the title Automotive.



Automobile

Le secteur de l'automobile comprend l'assemblage d'automobiles, de camions et de remorques, la fabrication de pneus et de composants, le marché secondaire des pièces et des accessoires d'automobiles, l'équipement d'entretien, les concessionnaires et les garages.

Contexte international

L'industrie de l'automobile dessert un marché de 48 millions de véhicules, produits par 28 entreprises d'assemblage dans le monde entier. Le Japon et l'Asie du Sud-Est en produisent chaque année environ 17 millions, l'Europe de l'Ouest, 15 millions, et l'Amérique du Nord, 12 millions.

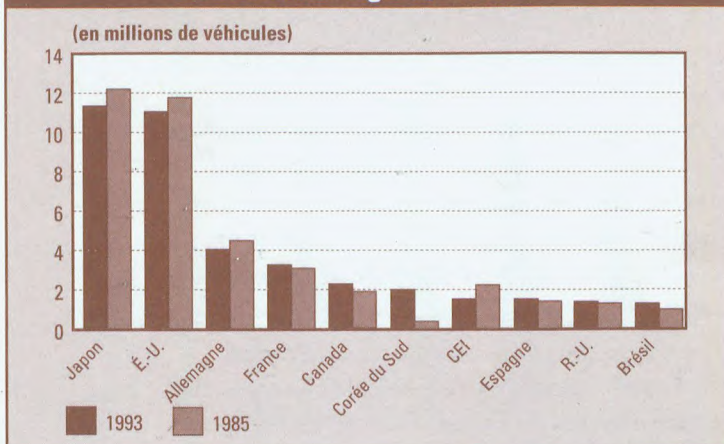
Dans ses activités, l'industrie bénéficie de l'appui de 2 500 fabricants de pièces d'automobiles de premier niveau, de 30 000 entreprises de deuxième niveau et de plus de 200 000 sociétés de troisième niveau. Les fournisseurs de premier niveau offrent des services complets, y compris la R-D et le génie de conception. Les fournisseurs de deuxième niveau font principalement affaire (produits et capacités) avec ceux de premier niveau, tandis que les entreprises de troisième niveau fournissent surtout des matériaux et des services. À l'échelle mondiale, on compte plus de 50 000 concessionnaires et 500 000 ateliers de réparation.

Durant le ralentissement économique que les pays industrialisés ont connu au début des années 90, quelques fabricants canadiens de pièces ont fermé leurs portes, mais la plupart d'entre eux ont procédé à une restructuration et en sont sortis plus vigoureux qu'auparavant. Les fabricants d'automobiles du monde entier ont procédé à des restructurations. Même si le secteur a réalisé des progrès considérables pour ce qui est de l'accroissement de sa compétitivité, certains estiment que le ralentissement subi par l'industrie automobile à l'échelle mondiale n'est pas encore terminé. De plus, cette industrie est à caractère cyclique, et d'autres reculs peuvent se produire. Une intensification de la concurrence mondiale est donc probable, aussi bien pour les sociétés de fabrication de pièces que pour les entreprises d'assemblage.

L'évolution du marché mondial, observée au cours des dix dernières années, a vu l'Amérique du Nord perdre une partie de sa part du marché au profit du Japon et de l'Asie du Sud-Est. Cette situation a mené à des tensions commerciales, particulièrement entre les États-Unis, l'Europe et le Japon, tensions qui sont traitées de diverses façons.

Les accords commerciaux internationaux sont en train de modifier les avantages comparatifs des pays, à mesure que sont abaissés les droits de douane après chaque série de négociations de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) et que sont négociées des ententes de libre-échange régional. On s'attend à ce que les obstacles commerciaux continuent d'être réduits, ce qui permettra d'ouvrir de nouveaux marchés et de créer de nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes, particulièrement en Chine, en Europe de l'Est et en Amérique latine. En outre, cette situation exercera de nouvelles pressions sur les multinationales pour qu'elles regroupent diverses activités.

Figure 1 — Dix premiers constructeurs de véhicules légers, 1993



Source : Ward's, Automotive News

L'industrie de l'automobile s'adapte aux nombreux défis que représentent la mondialisation, la relocalisation des centres de production, l'évolution des régimes tarifaires et de la technologie, les règlements, notamment la réglementation environnementale et le fusionnement des fournisseurs. Dans ce contexte, les fabricants sont contraints de restructurer leur organisation, de réduire leurs coûts et d'accroître leur compétitivité. Les entreprises d'assemblage nord-américaines ont consacré leurs ressources essentiellement à leur principal domaine d'activité, ce qui a entraîné l'établissement de la « structure à trois niveaux » (dont il a été question précédemment), tandis que les multinationales ont conclu des alliances stratégiques pour demeurer compétitives. Cette évolution a donné lieu à une industrie beaucoup plus axée sur sa clientèle, industrie consciente que les principaux facteurs de réussite sont la qualité, le coût, les délais de livraison et le service aux clients.

Les États-Unis demeurent le plus important marché de l'industrie canadienne de l'automobile : ils représentent plus de 80 p. 100 (36,6 milliards de dollars en 1993) de la totalité des expéditions de véhicules et de pièces d'automobiles. Par suite de l'entrée en vigueur du Pacte de l'automobile (1965), les secteurs américain et canadien de l'automobile sont entièrement intégrés. L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE) et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) permettent de supprimer les obstacles commerciaux entre le Canada, les États-Unis et le Mexique, ce qui favorise encore davantage l'intégration. Bon nombre de sociétés canadiennes tendent à considérer les États-Unis comme une partie de leur marché « intérieur », en raison notamment des nouveaux débouchés créés par l'établissement récent, aux États-Unis, d'usines d'assemblage appartenant à des intérêts européens ou japonais. Le différend commercial entre les États-Unis et le Japon est toujours susceptible d'influer sur les décisions prises en Amérique du Nord en matière d'approvisionnement et d'investissement.

Au Japon, au cours des trois dernières années, on a observé une vague protectionniste, attribuable à la baisse de l'activité sur le marché intérieur et au fléchissement des bénéfices des sociétés. La restructuration a aussi touché le Japon, où les sociétés cherchent à réduire leurs coûts et à trouver de nouveaux marchés. Les entreprises d'assemblage japonaises ont grandement stimulé le processus de restructuration à l'échelle internationale en établissant une importante infrastructure de production de véhicules en Amérique du Nord (16 p. 100 de la capacité totale) ainsi que de nombreuses usines de fabrication de pièces, principalement aux États-Unis. En 1993, les sociétés japonaises détenaient plus de 21 p. 100 du marché nord-américain des véhicules légers, qui s'était replié légèrement par rapport à l'année précédente. L'industrie canadienne de l'automobile doit établir des liens plus étroits avec l'industrie japonaise afin de favoriser l'investissement et l'approvisionnement au Canada. Il faudra donc maintenir un climat d'affaires favorable à la compétitivité et promouvoir les capacités canadiennes avec dynamisme.

En Europe, le marché de l'automobile est l'objet d'une restructuration globale semblable à celle qui a été observée en Amérique du Nord il y a plusieurs années. Même si elles sont léthargiques, les ventes de véhicules sur le continent européen montrent des signes de reprise. Les importations de véhicules japonais en Europe sont limitées jusqu'en 1999. Dans l'ensemble, l'Europe présente de bonnes possibilités pour la fourniture de produits d'excellente qualité et de nouveaux investissements; toutefois, les Canadiens intéressés devront conclure des alliances et promouvoir les capacités des fabricants de pièces d'automobiles. Les sociétés d'assemblage allemandes, en particulier, accroissent leurs achats de pièces fabriquées au Canada pour leurs installations un peu partout dans le monde.

Le Mexique est devenu un centre d'intérêt important, surtout grâce à l'ALENA, qui a rendu son marché plus accessible. La capacité du marché mexicain devrait augmenter de plus de 50 p. 100

pour passer à quelque 2 millions d'unités par année, et les ventes de pièces devraient atteindre 20 milliards de dollars. L'intégration du marché nord-américain, après l'élimination progressive des dispositions du décret mexicain sur l'automobile, lequel est extrêmement protectionniste, offrira de nombreuses possibilités, aussi bien aux entreprises d'assemblage qu'aux fabricants de pièces, sur les plans du commerce, de l'approvisionnement et de l'investissement. Bon nombre de sociétés examinent actuellement le potentiel du marché mexicain et élaborent des stratégies pour faire face à la concurrence.

La Chine et la Région du Pacifique sont considérées comme la région offrant le plus grand potentiel de croissance, et nombreux sont ceux qui s'y intéressent. Selon les prévisions, la production annuelle totale devrait tripler pour atteindre 3 millions de véhicules. Les trois Grands prévoient établir des usines en Chine, et s'attendent à ce que leurs fournisseurs de pièces actuels collaborent avec eux à cet égard. La Chine, par contre, s'attend à ce que les fournisseurs essaient de trouver des partenaires sur place et elle exerce des pressions en ce sens. Il faut donc analyser toute la portée des possibilités qu'offrent les marchés de l'automobile de la Chine et de la Région du Pacifique.

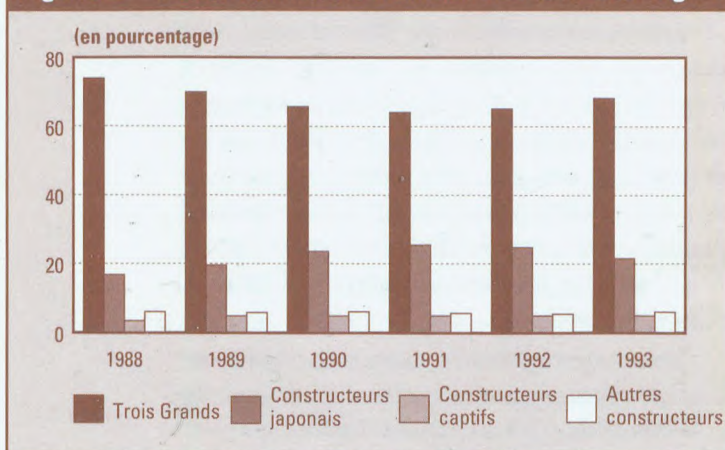
En Amérique du Sud, le Brésil et l'Argentine possèdent d'importantes industries automobiles, et des intérêts européens, japonais et américains y ont fait des investissements notables dans les secteurs de l'assemblage d'automobiles et de la fabrication de pièces. Le Brésil, qui compte le secteur de l'automobile le plus important, était le dixième producteur de véhicules au monde en 1993, devant le Mexique. En Amérique du Sud, les industries de l'automobile bénéficient de la protection de politiques complexes visant à augmenter le contenu local et à promouvoir les exportations. L'importance de ces industries et les possibilités d'accroissement du libre-échange avec cette région semblent indiquer que le Canada devrait procéder à une évaluation préliminaire de la politique à adopter et du marché.

Situation intérieure

L'industrie canadienne de l'automobile est bien placée pour profiter des possibilités qui s'offrent à elle en Amérique du Nord et ailleurs. Elle représente la branche d'activité manufacturière la plus importante au Canada (7 p. 100 du produit intérieur brut [PIB] — industries de transformation) : elle emploie 137 000 personnes dans le domaine de la fabrication, et 339 000 dans la vente au détail et les services. En 1993, la valeur totale de ses expéditions s'est chiffrée à 56,7 milliards de dollars (pièces : 16,3 milliards; véhicules : 38,9 milliards; pneus/chambres à air : 1,5 milliard), soit une hausse de 22 p. 100 par rapport à 1992. Avec ses 15 usines d'assemblage, l'industrie canadienne de l'automobile était la cinquième au monde en 1993.

En 1993, le Canada a produit 2,2 millions de véhicules, ce qui représente près de 17 p. 100 de la production nord-américaine et une augmentation de 14 p. 100 par rapport à 1992. Il a exporté plus de 80 p. 100 de cette production aux États-Unis. Les ventes de véhicules légers, en 1993, se chiffraient à 1,19 million d'unités, en baisse de 2 p. 100 par rapport à 1992. La part globale du marché asiatique s'établissait à quelque 21 p. 100 (fig. 2).

Figure 2 — Parts du marché canadien des véhicules légers



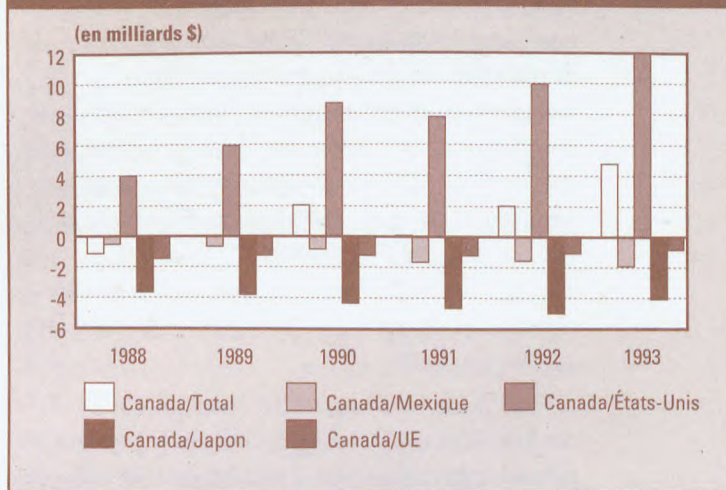
Source : MVMA, Ward's, AIAMC, les parts japonaises ne comprennent pas les parts des captifs

La production de pièces au Canada représentait environ 12 p. 100 de la totalité des pièces d'automobiles fabriquées en Amérique du Nord. Plus de 90 p. 100 de la production canadienne a été vendue aux trois Grands, le reste, à des entreprises d'assemblage asiatiques et européennes. En 1993, dans le secteur de l'automobile, le Canada a affiché un excédent commercial global de 5 milliards de dollars (en hausse par rapport à l'excédent de 2 milliards de 1992) (fig.3).

L'infrastructure canadienne d'assemblage de véhicules appartient entièrement à des intérêts étrangers et est compétitive. Les trois Grands possèdent près de 85 p. 100 de la capacité d'assemblage, le reste étant détenu par de nouveaux venus. Au Canada, les trois Grands et les entreprises d'assemblage asiatiques ont investi dans des installations à la fine pointe de la technologie, et se sont vu confier d'importants mandats de fabrication de produits. Toutes les usines sont nouvelles ou ont été modernisées et les installations d'assemblage canadiennes sont reconnues pour l'excellente qualité de leurs produits. Selon un classement de la qualité effectué en 1993, trois des quatre premières usines en Amérique du Nord étaient situées au Canada. Les nouveaux venus intervenaient par ailleurs pour 8,5 p. 100 de l'ensemble de l'emploi dans le secteur de l'assemblage. Étant donné qu'un certain nombre des partenaires commerciaux du Canada encouragent leurs entreprises à s'approvisionner et à investir sur place, il appartient au Canada de prouver qu'il est une source d'approvisionnement compétitive et un pays où il est intéressant d'investir. L'augmentation de la productivité et la volonté de continuer à s'améliorer sont les clés de la croissance de l'industrie dans l'avenir.

Au Canada, le secteur de l'assemblage de véhicules bénéficie de l'appui d'un solide sous-secteur de fabricants de pièces d'automobiles de deuxième et troisième niveaux et d'un vaste sous-secteur de l'outillage. Le pays possède toutefois des capacités limitées au premier niveau. Le sous-secteur des pièces d'automobiles a doublé au cours

Figure 3 — Commerce automobile — principaux partenaires commerciaux



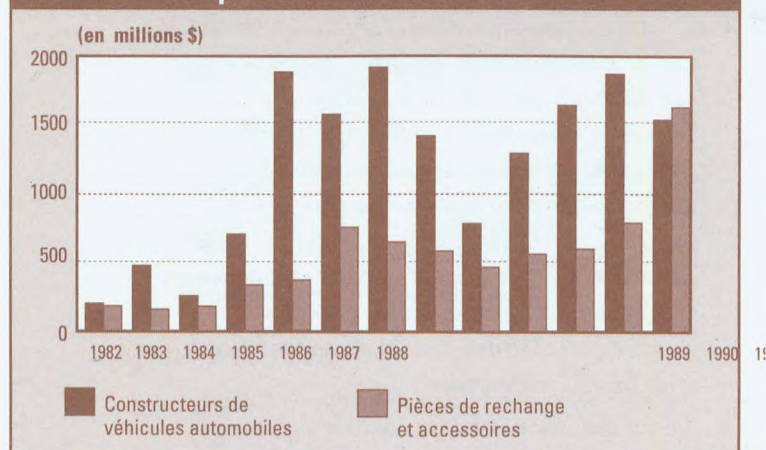
Source : Statistique Canada, Industrie Canada. Ne comprend pas les matériaux liés à l'auto

des dix dernières années, surtout en raison de la poursuite de l'investissement (un milliard de dollars par année durant six ans); ces fabricants sont ainsi devenus des producteurs de classe mondiale sur les plans de la qualité, du coût et de la livraison. En 1993, la production des fabricants de pièces correspondait à 213 000 dollars par employé, en hausse de 13 p. 100 par rapport à 1992 et de 39 p. 100 comparativement à 1989. Enfin, certains producteurs canadiens de pièces peuvent compter sur une technologie de pointe pour leurs procédés et leur production.

Lors de la première vague d'investissements des constructeurs japonais en Amérique du Nord, trois usines ont été établies au Canada, représentant un investissement de près de 1,5 milliard de dollars. Sont venus ensuite les fabricants japonais de pièces d'automobiles, surtout des entreprises de premier niveau, mais la plupart ont investi aux États-Unis. Les Japonais continuent d'ailleurs d'investir massivement aux États-Unis.

Dernièrement, les trois Grands ont investi au Canada des sommes importantes dans l'assemblage et la fabrication de composants. Les nouveaux venus ont aussi investi dans l'assemblage, mais à

**Figure 4 — Industrie canadienne de l'automobile
Dépenses en immobilisations**



Source : Statistique Canada. * Estimations

une échelle relativement plus petite. De plus, en 1993, les investissements en immobilisations (agrandissement d'installations, outillage et construction de nouvelles usines) du sous-secteur des pièces ont atteint un sommet (fig. 4).

Au Canada, les crédits d'impôt au titre de la R-D sont plus généreux que ceux des autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Les États-Unis arrivent au cinquième rang à ce chapitre, et l'Allemagne, au huitième. Toutefois, le Canada n'est pas assez connu à cet égard. La politique fiscale du Canada en matière de R-D devrait favoriser l'investissement dans les technologies essentielles et la conclusion d'alliances stratégiques.

Le Canada a un bon dossier pour ce qui est de l'amélioration de la qualité, de l'augmentation de la productivité, et des normes en matière d'éducation; il est compétitif à l'échelle mondiale et attache beaucoup d'importance à la formation. Le secteur de l'automobile devrait donc connaître une croissance vigoureuse, surtout à un moment où les taux d'inflation et d'intérêt sont faibles. Les investisseurs continuent de faire confiance au Canada. Cette situation devrait permettre aux entreprises canadiennes de fournir et d'exporter davantage de produits au Japon et en Europe, et favoriser l'investissement au pays.

Même si le Canada connaît du succès dans ses échanges de produits automobiles avec les États-Unis (où il écoule 80 p. 100 de sa production), il devrait s'efforcer de faire de même avec d'autres pays.

Défi

Les fabricants canadiens de véhicules et de pièces d'automobiles sont compétitifs. Afin de profiter pleinement des nouveaux débouchés, ils devront agir rapidement, car leurs concurrents étrangers tentent également de diversifier leurs activités en perçant des marchés en plein essor. Pour favoriser davantage l'expansion des marchés, le Canada doit faire parvenir un message clair à nos clients partout dans le monde : nous sommes compétitifs. Nous devons faire mieux connaître les capacités canadiennes sur les marchés prioritaires que sont les États-Unis, le Japon, le Mexique et l'Europe, ainsi que sur les nouveaux marchés dans la Région du Pacifique, notamment la Chine.

Les gouvernements ont plusieurs défis à relever : faire en sorte de créer et de maintenir un cadre d'action industriel et commercial favorable au développement de l'industrie automobile; maintenir la dynamique nécessaire pour favoriser les investissements à long terme dans l'activité manufacturière et la mise au point de technologies; créer de nouveaux débouchés pour les entreprises oeuvrant dans le domaine de l'approvisionnement; et accroître les échanges.

L'industrie doit continuer à augmenter sa compétitivité et faire progresser sa capacité d'acquérir de nouvelles compétences en matière de fabrication et de procédés.

Orientation stratégique

Le plan d'action global relatif au secteur est axé sur les éléments stratégiques suivants :

Expansion des marchés d'approvisionnement et du commerce

- Favoriser l'accroissement des exportations de véhicules, de pièces d'origine et de rechange, de matériel d'entretien et de véhicules spéciaux, en organisant des foires, des missions, des visites, des séminaires et d'autres activités (Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international [MAECI], Industrie Canada [IC], missions à l'étranger, provinces, Association des fabricants de pièces d'automobiles [AFPA], Association des industries de l'automobile du Canada [AIA], Coopération automobile du Pacifique Inc. [CAP]).
- Faire en sorte que le secteur canadien de l'automobile ait accès à toutes les activités susceptibles de l'aider (approvisionnement, marchés publics, investissement, commerce, conception), en équilibrant les pressions commerciales internationales par des consultations (MAECI et missions à l'étranger, IC).
- Maximiser le nombre de débouchés en matière d'approvisionnement, aussi bien au Canada qu'aux États-Unis, en faisant la promotion des produits des fabricants de pièces d'origine et de pièces montées en rattrapage auprès des clients possibles (MAECI et missions à l'étranger, IC, provinces, AFPA, AIA, CAP).
- Mettre davantage en valeur le sous-secteur canadien des pièces d'automobiles au Mexique, au Japon, en Europe et dans la région du Pacifique, en organisant des activités de promotion et en incitant l'industrie à jouer un rôle de premier plan à l'occasion d'activités internationales comme des foires, des missions et des séminaires (MAECI et missions à l'étranger, IC, provinces, AFPA, AIA, CAP).

Investissements et acquisition de techniques de pointe

- Encourager les usines canadiennes à poursuivre leur modernisation, à conserver des mandats de fabrication importants et à prendre de l'expansion à l'échelle mondiale en fonction des besoins des marchés, en maintenant un bon climat d'affaires au moyen de politiques et de programmes efficaces, et en s'assurant que les avantages liés à l'exercice d'activités commerciales au Canada sont bien compris, et ce, par la conception et l'utilisation de documentation à cette fin (IC, entreprises).
- Attirer des investissements dans le domaine de la fabrication de pièces d'automobiles à forte valeur ajoutée, en favorisant les coentreprises, la fabrication sous licence, la conclusion d'alliances entre des producteurs étrangers et canadiens de pièces d'automobiles et les investissements directs dans les sous-secteurs où le Canada a des lacunes à combler, et ce, par le biais d'analyses et d'activités visant l'industrie (IC, MAECI et missions à l'étranger, AFPA, AIA, PAC).

Recherche et développement

- Favoriser la R-D au Canada, en faisant connaître les avantages fiscaux accordés par le Canada dans ce domaine et en établissant des programmes bilatéraux de mise au point de technologies (IC, missions à l'étranger, AFPA).

Renseignements

Industrie Canada
 Direction générale du transport routier, urbain et ferroviaire
 Direction de l'automobile
 235, rue Queen, 10^e étage est
 Ottawa (Ontario) K1A 0H5
 Téléphone : (613) 954-3445
 Télécopieur : (613) 952-8008

Automobile

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Asie et Pacifique Sud				
Auto Shanghai '95 : exposition ontarienne	juin 1995	Shanghai	Ontario	416-325-6782
Canada				
Programme pour les acheteurs étrangers de l'Europe de l'Ouest, de l'Amérique latine, du Moyen-Orient	en cours	Canada	INDCAN	613-954-3706
Séminaires sur les débouchés commerciaux	à déterminer	Canada	INDCAN	613-954-3706
Asie de l'Est				
Foire, pièces de rechange et accessoires — stand national	nov. 1995	Séoul	MAECI	613-995-8744
Japon				
Séminaires de la PAC (FEO)	en cours	Toronto	PAC	416-222-0700
Coopération automobile du Pacifique — Délégation au Canada	avril 1995	Canada	INDCAN	613-954-3445
Mission d'acheteurs japonais à la conférence de l'AAMA	avril 1995	Toronto	INDCAN	613-954-3445
Mission japonaise, matériel de transport de surface	mai 1995	Québec	Québec	514-499-2190
Tokyo Motor Show — stand national	oct. 1995	Japon	INDCAN	613-954-3445
Mission de fabricants de pièces d'origine, Tokyo Motor Show	oct. 1995	Japon	INDCAN	613-954-3445
Conférence sur l'industrie automobile, PAC et AFPA	5 oct. 1995	Toronto	INDCAN	613-954-3445
Amérique latine et Antilles				
Expopartes	mai 1995	Bogota	MAECI	613-996-5548
Atelier sur le partenariat, secteur de l'automobile	mai 1995	Mexique	AFPA	416-620-4220
Petite mission à PAACE '95	juil. 1995	Mexique	INDCAN	613-954-3436
PAACE '95 — FEO/marché secondaire — stand national	juil. 1995	Mexico	INDCAN	613-954-3436
ExpoMotors 95 — pièces de rechange — kiosque d'information	oct. 1995	Buenos Aires	MAECI	613-996-5549
États-Unis				
SEMA/AI — stand national	nov. 1995	Los Angeles	MAECI	613-944-5149
Atelier de l'AFPA	janv. 1996	Détroit	MAECI	613-944-5149
Society of Auto Engineers	fév. 1996	Détroit	MAECI	613-944-5149
Mid-America Trucking Show — stand national	mars 1996	Cincinnati	MAECI	613-944-5149

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

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Europe de l'Ouest et Union européenne				
Projet pilote, carburant à l'hydrogène, Europe — Hydro-Québec	en cours	Montréal	Québec	514-499-2173
Mission d'acheteurs au Canadian International Auto Show	17 fév. 1995	Toronto	MAECI	613-992-7001
Assembleurs européens, mission de recherche de fournisseurs	avril 1995	Ontario, Québec	INDCAN	613-954-3725
Mission de journalistes spécialisés européens	juin 1995	Ontario, Québec	INDCAN	613-954-3725
Mission, pièces d'auto, en Allemagne, Suède et Autriche	sept. 1995	Allemagne, Autriche, Suède	INDCAN	613-954-3725
Équip'auto — kiosque d'information	13 oct. 1995	Paris	MAECI	613-992-7001
Mission d'acheteurs (FEO) faisant suite à Auromechanika	nov. 1995	Toronto	Ontario	416-325-6654
Séminaire sur l'investissement en Ontario (Allemagne)	fév. 1996	Francfort	Ontario	416-325-6654
Séminaire sur l'investissement en Ontario (R.-U.)	fév. 1996	Londres	Ontario	416-325-6654
Auromechanika 96 — stand national	sept. 1996	Francfort	INDCAN	613-954-3725

ARR McLEAN

38-296

DATE DUE
DATE DE RETOUR

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

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

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

INDUSTRY CANADA / INDUSTRIE CANADA



222517



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Canada