

APERÇU

LKC
HF
1479
.15714
1995/96
aperçu

STRATÉGIE D'EXPORTATION DU CANADA

Plan de promotion du commerce extérieur

1995-1996



Industry Canada
Library Queen
JUN 22 1998
Industrie Canada
Bibliothèque Queen

***Un plan intégré pour le développement du commerce,
de l'investissement et de la technologie***

Industry Canada
Library - Jrl Tower S
MAR 29 1995
Industrie Canada
Bibliothèque - Édifice Jrl S

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^o au cat. C2-226/1-1995F

Tél. 1-800-662-99614-3



Quant
HF
1479
I57
1995-96

Le plan de promotion du commerce extérieur, en bref...

Le Plan de promotion du commerce extérieur (PPCE) présente les stratégies et activités mises de l'avant par le gouvernement afin de soutenir le développement du commerce international. Il permet au secteur privé d'influer sur l'élaboration de ces stratégies et de participer activement aux activités proposées. Sa gestion relève du gouvernement fédéral, de concert avec les provinces et l'industrie canadienne.

Le PPCE est conçu pour harmoniser davantage l'offre canadienne à la demande existant sur les marchés mondiaux. Il intègre par ailleurs l'expansion du commerce et des investissements, la politique commerciale et les transferts de technologies, chacun de ces volets étant essentiel à la réussite du pays sur les marchés internationaux.

Le présent document et ceux qui l'accompagnent rendent compte du consensus auquel sont parvenus les divers partenaires à la faveur du processus de consultation du PPCE. Ces documents comprennent trois parties : un aperçu, une série de stratégies sectorielles, et une liste des activités internationales prévues.

■ **L'Aperçu** - Il définit le contexte général où s'appliqueront les stratégies sectorielles décrites en détail dans le Plan. L'Aperçu comporte quatre volets : un **Exposé stratégique** qui résume la politique commerciale du gouvernement et ses objectifs relatifs au développement du commerce international; un **Aperçu par région géographique** qui présente, pour chaque région géographique, les débouchés, les défis à relever et les aspects prépondérants; une liste d'**activités intersectorielles** devant favoriser le développement du commerce international; et les adresses des **Centres des services aux entreprises du Canada**.

■ **Les stratégies sectorielles** - La principale partie du Plan comprend 23 profils sectoriels détaillant comment le gouvernement compte soutenir l'industrie dans les efforts qu'elle fait pour profiter des possibilités offertes à l'échelle mondiale en matière de commerce, de technologie et d'investissements. Chaque stratégie résume, pour le secteur étudié, l'ordre de priorité à suivre pour accroître le commerce international, et elle résulte de consultations étroites avec le secteur privé.

■ **Les activités internationales** - Une liste d'activités internationales accompagne chaque stratégie sectorielle. Elle résulte de consultations entre le gouvernement et l'industrie, et l'on y trouve les activités précises que les gouvernements comptent parrainer pour appuyer chaque stratégie. On encourage les entreprises canadiennes à participer à ces activités et à obtenir des détails auprès du ministère ou de l'organisme indiqué.

Dites-nous ce que vous en pensez !

Nous révisons constamment le PPCE en fonction des opinions reçues de nos clients. Vos idées sur la façon dont nous pourrions améliorer le PPCE sont importantes pour nous. Si vous avez des observations à formuler ou des questions à poser, ou si vous voulez savoir comment participer plus activement au processus, n'hésitez pas à communiquer avec le Groupe de travail sur le PPCE.

Téléphone : 1-613-944-ITBP (944-4827)

Télécopieur : 1-613-996-9265

En outre, nous vous saurions gré de prendre quelques minutes pour remplir le questionnaire ci-joint.

Table des matières

Introduction générale	i
Aperçu stratégique	1
Introduction : Le commerce international, une nécessité	1
Objectifs de la politique commerciale	3
Programmes canadiens favorisant le commerce international	9
Objectifs relatifs à la science et à la technologie sur le plan international	14
Attirer des investissements étrangers face à la concurrence.....	15
Aperçu par région géographique	17
États-Unis	17
Europe	20
Europe occidentale	20
Europe centrale et orientale	26
Amérique latine et Antilles	30
Asie-Pacifique	31
Japon	31
Chine et Hong Kong	33
Corée et Asie de l'Est	35
Asie du Sud	38
Asie de l'Est et ANASE.....	39
Pacifique Sud	41
Afrique et Moyen-Orient.....	45
Centres des services aux entreprises du Canada .	49
Activités intersectorielles	50

Introduction générale

Le Canada doit réussir sur les marchés internationaux. Sa prospérité et la qualité de vie de sa population dépendent de sa capacité de vendre à l'étranger des produits et des services concurrentiels, d'attirer chez lui des investissements étrangers, et d'acquérir des technologies de pointe servant de normes à l'échelle mondiale. La croissance économique, soutenue par un florissant commerce international, est elle aussi essentielle pour rétablir la santé financière du Canada.

Pour la plupart des Canadiens et des Canadiennes, cependant, la réussite du pays sur les marchés internationaux détermine un aspect fondamental de leur vie : le marché de l'emploi. Les exportations et les investissements représentent deux composantes clés de la création d'emplois. Par conséquent, la stratégie que le gouvernement poursuit pour créer des emplois et favoriser la croissance passe obligatoirement par l'amélioration du rendement du Canada en matière d'exportation.

Les priorités définies dans le présent document sont fonction de la réalisation de quatre grands objectifs du Canada : établir, en-dehors des marchés traditionnels, des relations en matière de commerce, de technologie et d'investissements; créer de solides partenariats avec le secteur privé; encourager un plus grand nombre de petites et moyennes entreprises (PME) à devenir des sociétés exportatrices actives; et mieux coordonner les programmes et les activités des gouvernements fédéral et provinciaux au chapitre du développement du commerce international. Il est également essentiel de s'assurer que les politiques et les programmes d'expansion du commerce national et international se complètent et ont la même orientation.

Objectifs de la politique commerciale

GATT/OMC et Uruguay Round

En tant que pays commerçant, le Canada doit se garantir un accès aux marchés étrangers dans le cadre d'un solide système commercial international. C'est pourquoi l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) constitue la pierre angulaire de sa politique commerciale.

En ce qui concerne les échanges multilatéraux, notre objectif prépondérant consiste à assurer la bonne mise en œuvre des accords de l'Uruguay Round et à faire en sorte que l'obtention de nouveaux débouchés mondiaux entraîne une augmentation des exportations et de nouvelles perspectives d'emploi pour la population canadienne. Pour ce faire, le gouvernement va travailler à garantir la mise en place et l'efficacité de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et à améliorer la coordination et la coopération entre l'OMC, les principales puissances économiques, et d'autres grandes organisations économiques internationales. Le Canada va aussi poursuivre les négociations inachevées de l'Uruguay Round et examiner de nouveaux projets dépassant le cadre des engagements existants. Il accordera beaucoup d'importance à une libéralisation plus poussée des échanges en vertu du nouvel Accord général sur le commerce des services (GATS). En outre, le Canada agira au sein de l'OMC et d'autres tribunes économiques et commerciales pour faire avancer toute une gamme de « nouveaux » dossiers intéressant la politique commerciale tels que le commerce et l'environnement; la politique de la concurrence; les investissements; l'infrastructure technologique et informationnelle; et les marchés publics.

Le Canada va par ailleurs encourager la négociation et l'élargissement d'ententes régionales et bilatérales sur le commerce qui compléteront et renforceront le système international des échanges reposant sur le GATT et l'OMC.

Accord de libre-échange nord-américain

Le gouvernement croit que l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) va continuer d'ouvrir de nouveaux marchés et de nouvelles perspectives d'investissement (et de créer des emplois) pour les Canadiens. Il se souciera donc d'approfondir l'Accord et d'en élargir le cadre. À cette fin, il cherchera à étendre les dispositions de l'ALENA dans des secteurs clefs tels que les sanctions commerciales, le commerce des services et les marchés publics. Le gouvernement encourage sans réserve les efforts visant à favoriser l'adhésion d'autres pays (le Chili, par exemple) du continent à l'Accord. Tout en travaillant sur ce plan, il continuera de nouer d'autres liens commerciaux et économiques avec des institutions d'Amérique latine.

Institutions internationales

Le Canada accorde énormément d'importance au travail de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et il continuera d'y promouvoir l'accroissement de la libéralisation des échanges. Il mettra l'accent sur le programme commercial postérieur à l'Uruguay Round et notamment sur les questions de l'environnement, des investissements, de la concurrence, de la technologie et des télécommunications.

Le Forum pour la coopération économique Asie-Pacifique (APEC) prend de plus en plus d'importance comme moyen d'accroître l'efficacité des règles internationales existantes, tout en contribuant à l'élaboration de l'ordre du jour de la prochaine ronde de négociations commerciales multilatérales. Le Canada va donc chercher, au sein de l'APEC, à mieux faire comprendre aux pays de la région les questions relatives à la politique commerciale et promouvoir les avantages

d'une libéralisation plus poussée du commerce et des investissements à l'échelle mondiale.

Le Canada fournit une contribution importante aux banques multilatérales de développement (la Banque mondiale et diverses banques régionales de développement). Le gouvernement examine actuellement toute une gamme de moyens pour accroître le nombre et la valeur des contrats obtenus par les entreprises canadiennes auprès de ces institutions.

Programmes canadiens favorisant le commerce international

Soutien des petites et moyennes entreprises

Il est essentiel d'améliorer l'accès aux marchés étrangers, mais les entreprises canadiennes doivent elles-mêmes avoir les moyens d'exploiter les débouchés qui se présentent dans les domaines du commerce, de la technologie et des investissements. Le gouvernement va donc encourager plus de PME canadiennes à devenir des sociétés exportatrices actives et à chercher à conclure des partenariats internationaux d'investissement. Dans ce contexte, il tentera surtout de fournir aux entreprises des renseignements commerciaux sur les perspectives d'exportation, les investissements, les alliances stratégiques, les transferts de technologies, l'accès aux marchés, et la concurrence.

Participation du secteur privé

Afin que le Canada atteigne ses objectifs au chapitre de la croissance économique, le gouvernement doit s'assurer que les ressources qu'il consacre à l'expansion du commerce international répondent aux besoins de l'industrie canadienne. Il va donc accroître la participation du secteur privé aux foires commerciales et à son programme de missions en réservant une bonne partie des fonds du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) aux entreprises dont le chiffre d'affaires annuel n'atteint pas 10 millions de dollars. L'industrie va contribuer davantage à la préparation du Plan de promotion

du commerce extérieur. Le gouvernement réalisera aussi des projets dans d'autres domaines : préparation et formation des exportateurs; PME du secteur tertiaire; financement des exportations; partenariats internationaux dans les secteurs de l'investissement et de la technologie.

Coordination et coopération entre les gouvernements

Il est essentiel que tous les paliers de gouvernement coordonnent mieux leurs efforts de développement du commerce international. Ce sera là l'un des grands objectifs de l'État. Le gouvernement fédéral collaborera avec les provinces pour mettre en œuvre et améliorer l'Entente intérieure sur le commerce et éliminer ainsi les barrières aux échanges, aux investissements et à la mobilité au Canada. La formule « Équipe Canada » sera à l'honneur pour favoriser la promotion du commerce international. Les gouvernements fédéral et provinciaux s'efforceront de combiner leurs démarches à l'étranger et d'intégrer, dans des « bureaux centralisés », les activités menées au pays pour accroître le commerce international. En outre, le fédéral renforcera le PPCE en y faisant participer davantage les gouvernements provinciaux et en répartissant ses ressources en fonction du Plan.

Objectifs relatifs à la science et à la technologie sur le plan international

Il est de première importance d'élaborer et d'acquérir des technologies ultra-modernes éprouvées des procédés et des systèmes, afin que les entreprises canadiennes puissent soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux. C'est pourquoi le gouvernement va se soucier en priorité d'établir un Réseau canadien de technologie; de donner suite à l'Étude fédérale sur la science et la technologie; d'améliorer les renseignements internationaux sur la science et la technologie; d'élargir la coopération internationale en matière de recherche et de développement (R-D); et de soutenir la croissance de l'autoroute canadienne de l'information.

Attirer des investissements internationaux face à la concurrence

Notre croissance économique et la création d'emplois chez nous dépendent de plus en plus de notre capacité d'attirer des investissements étrangers. Se fondant sur les programmes existants d'expansion des investissements, le gouvernement va collaborer avec les entreprises canadiennes pour présenter au maximum notre pays comme l'endroit tout indiqué d'où partir pour pénétrer le marché de l'ALENA. Il misera sur les atouts de l'industrie canadienne pour attirer chez nous des investissements nouveaux et plus considérables que par le passé.

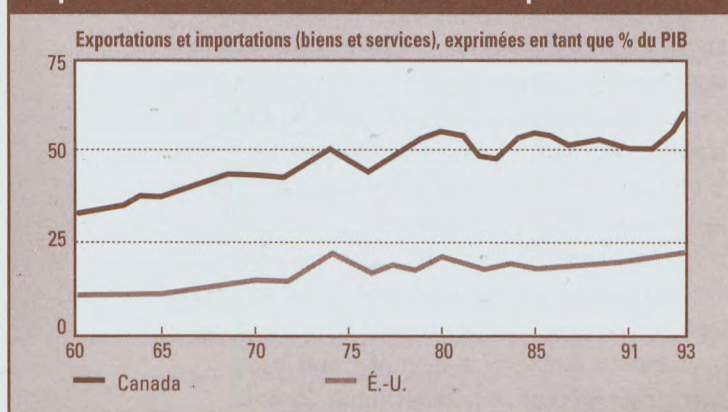
Un objectif important consistera à fournir aux investisseurs éventuels des réponses complètes et pertinentes à leurs questions et à tirer d'un plus grand nombre de ces dernières des renseignements commerciaux que les gouvernements et le secteur privé pourront ensuite exploiter. Le gouvernement cherchera aussi en priorité à aider les PME canadiennes à accéder à des capitaux de risque. Il travaillera avec elles pour protéger et élargir leur part des marchés internationaux en les aidant à repérer les sources de capitaux étrangers qui leur permettront de prendre de l'expansion sur les marchés mondiaux.

Aperçu stratégique

Introduction : le commerce international, une nécessité

Le Canada doit réussir sur les marchés internationaux. Sa prospérité et la qualité de vie de sa population dépendent de sa capacité d'y vendre des produits et des services concurrentiels, d'attirer chez lui des investissements étrangers, et d'acquérir des technologies de pointe de calibre mondial. La croissance économique, soutenue par un florissant commerce international, est elle aussi essentielle pour rétablir la santé financière du Canada et endiguer le déficit courant qui ne cesse de croître (combinaison de la balance commerciale et de la balance des invisibles). Pour la seule année 1993, ce déficit a dépassé 30 milliards de dollars.

Importance du commerce international pour le Canada



Source: Statistique Canada et FMI

Pour la plupart des Canadiens, cependant, la réussite du pays sur les marchés internationaux détermine un aspect fondamental de leur vie : le marché de l'emploi. Déjà, environ trois millions de travailleurs canadiens (soit un sur quatre)

doivent leur emploi au commerce international. D'après certaines estimations, chaque fois que les exportations s'accroissent d'un milliard de dollars, environ 11 000 emplois sont créés - des emplois enrichissants et à forte valeur ajoutée du genre de ceux qui intéressent les Canadiens. Par conséquent, la stratégie que le gouvernement poursuit pour générer des emplois et favoriser la croissance passe obligatoirement par l'amélioration des résultats canadiens à l'exportation.

Heureusement, les perspectives qui s'ouvrent aux Canadiens aux chapitres du commerce, de la technologie et des investissements sont sans précédent. De vastes marchés se dessinent pour les produits et les services canadiens dans des régions du monde qui ont connu une croissance économique rapide au cours des dernières années; citons ici l'Amérique latine et l'Asie-Pacifique (notamment la Chine et l'Inde). En outre, la conclusion heureuse de l'Uruguay Round, la mise en œuvre de l'Accord de libre-échange nord-américain, l'élargissement de l'Union européenne et les transformations politiques et économiques se produisant en Russie et en Europe centrale et orientale vont ouvrir de nouveaux débouchés internationaux pour les entreprises canadiennes.

Il ne sera cependant pas facile de saisir ces occasions. L'expansion des marchés mondiaux et de la libéralisation des échanges n'entraînera pas automatiquement une augmentation des ventes à l'exportation (ou des emplois) pour les Canadiens. En fait, la concurrence sera féroce. Tout comme le Canada, d'autres pays industrialisés se tournent vers les marchés internationaux pour s'assurer la solide croissance économique que leurs marchés nationaux ne peuvent désormais plus leur procurer.

Il incombe certes au secteur privé de montrer la voie, mais un rôle essentiel revient au gouvernement, qui doit chercher à améliorer les conditions fondamentales pour attirer les

investissements, exploiter les technologies internationales, et accroître les exportations de manière à favoriser la croissance et la création d'emplois.

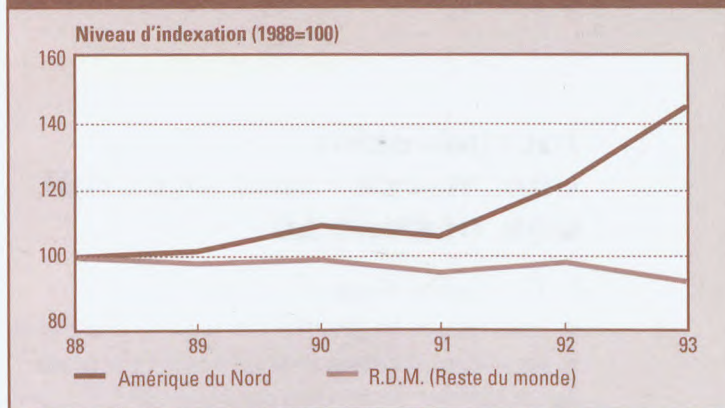
Les activités primordiales décrites dans l'**Aperçu stratégique** sont fonction de la réalisation de quatre grands objectifs : diversification, partenariat, participation, et efficacité.

Diversification — On a souvent dit du Canada que c'était un pays commerçant. Aujourd'hui, les exportations de biens et de services représentent près du tiers du PIB du pays; or, ce sont là des résultats que seule l'Allemagne dépasse au sein du Groupe des Sept (G-7). Les Canadiens peuvent certes se réjouir de ce fait et ils se perçoivent souvent comme étant des commerçants mondiaux, mais en réalité, c'est seulement avec les États-Unis que leurs échanges ont été couronnés de succès. À l'heure actuelle, plus de 80 p. 100 des exportations de marchandises canadiennes sont livrées aux États-Unis. Ceux-ci demeurent la principale source d'investissements commerciaux faits au Canada, et la destination d'une grande partie des capitaux canadiens investis directement à l'étranger. Tout comme dans le cas des exportations, il importe de diversifier les sources de fonds et les lieux d'investissement.

De toute évidence, le Canada doit mettre à profit le succès obtenu sur le marché américain et diversifier ses relations dans les domaines du commerce, de la technologie et des investissements, notamment sur son marché traditionnel en Europe et avec les marchés en croissance rapide de l'Asie-Pacifique et de l'Amérique latine.

Partenariats — Le gouvernement a un rôle important à jouer lorsqu'il s'agit d'aider les entreprises canadiennes à repérer les marchés qui s'ouvrent dans le monde et à s'y implanter; il doit collaborer de près avec l'industrie pour façonner les politiques et les programmes d'expansion du commerce international. Une coopération étroite entre le secteur privé et tous les paliers de gouvernement s'impose aussi si l'on veut acquérir les meilleures technologies qui soient et les capitaux

Comparaison entre les exportations canadiennes en Amérique du Nord et dans le reste du monde



Source : Statistique Canada (catalogue 65-001)

L'index est fondé sur les données en dollars courants (d'après les chiffres des Douanes).

nécessaires pour aider les entreprises canadiennes à devenir plus concurrentielles et plus rentables.

Participation — Le Canada est peut-être un pays commerçant, mais ce n'est certes pas une nation de commerçants. À l'heure actuelle, seulement une entreprise sur quatre exporte, et plus de la moitié de toutes les exportations du pays proviennent de 50 sociétés. Au chapitre du développement du commerce international, une des grandes priorités du gouvernement consiste donc à aider un plus grand nombre de sociétés - en particulier les petites et moyennes entreprises - à exporter activement sur les marchés étrangers. Pourquoi cibler les PME? La réponse est simple : les PME représentent la source la plus probable de nouveaux emplois. En destinant son aide aux PME, le gouvernement peut influencer sensiblement sur la décision qu'elles prendront de s'engager sur la voie des exportations. En soutenant les PME canadiennes qui veulent s'associer à des investisseurs étrangers, il peut procurer à ces entreprises les capitaux, les technologies et les compétences gestionnelles ainsi que l'accès aux marchés dont elles ont besoin pour croître au Canada et y créer des emplois.

Efficacité — Dans les efforts qu'il fait pour rationaliser ses méthodes, réduire ses coûts et éliminer les chevauchements et les « redondances », le gouvernement se soucie en premier lieu d'améliorer la coordination entre les programmes et

activités fédérales et provinciales de développement du commerce international. En se liguant, les gouvernements peuvent accroître l'efficacité des programmes.

Ces objectifs définissent le cadre où se situent les diverses priorités décrites plus loin dans la présente partie, mais il existe une autre réalité fondamentale dont le gouvernement est parfaitement conscient : on ne peut élaborer en vase clos les programmes nationaux et internationaux. La mondialisation rapide et la libéralisation des échanges ont provoqué une convergence grandissante des questions internationales et nationales. Afin de garantir le succès de nos politiques et programmes nationaux et internationaux d'expansion du commerce, il sera donc essentiel de s'assurer qu'ils se complètent et qu'ils ne vont pas à l'encontre les uns des autres.

Objectifs de la politique commerciale

Sur le plan multilatéral : le GATT, l'OMC et l'Uruguay Round

Pour continuer de croître et de prospérer, le Canada doit s'assurer un solide accès aux marchés étrangers, et c'est un système commercial international fort, fondé sur des règles et des procédures stables et acceptées par la collectivité internationale, qui sert le mieux ses intérêts. L'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce a donc constitué la pierre angulaire de la politique commerciale du Canada. En effet, la conclusion heureuse de l'Uruguay Round et la signature des accords de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) représentent des succès vitaux que notre pays a remportés au cours des quatre dernières décennies grâce à sa politique commerciale.

L'automne dernier, le parlement canadien a examiné un projet de loi de mise en œuvre des ententes issues de l'Uruguay Round, et les deux chambres ont sanctionné le projet de loi avant la fin de l'année, ce qui a permis au Canada de signifier son acceptation officielle de l'accord de l'OMC avant l'échéance du 1er janvier 1995.

Vu le grand nombre de pays participants, les négociations de l'Uruguay Round ont été complexes

et difficiles. Les résultats ont cependant été énormes. Dès le début des pourparlers, le Canada s'était fixé des objectifs d'envergure : obtenir un vaste accès aux marchés sur un ensemble complet de plans; assujettir entièrement l'agriculture aux disciplines commerciales internationales; conclure un accord multilatéral sur le commerce des services; élaborer des règles commerciales plus équitables et meilleures, notamment en ce qui concerne les subventions et les droits compensateurs; et faire adopter un régime plus solide et plus efficace de règlement des différends. Les résultats finaux des négociations ont montré que le fédéral, qui avait défini ces objectifs à la faveur de consultations formelles et informelles avec les provinces et le secteur privé, les avaient atteints ou dépassés. En outre, et c'est sans doute là l'aspect le plus important, la décision de créer une organisation mondiale du commerce qui allait intégrer tous les résultats de l'Uruguay Round et constituer une tribune centrale pour la gestion du système commercial mondial a représenté, aux yeux du Canada, un aboutissement important de ces négociations.

D'après les estimations du Secrétariat du GATT, au cours des huit prochaines années, la valeur des échanges mondiaux dépassera de plus d'un billion de dollars canadiens le seuil qu'elle aurait atteint sans l'Accord. Le ministère des Finances du Canada a calculé que les avantages, pour le pays, se chiffreront à au moins trois milliards de dollars par année, quand toutes les dispositions de l'Accord auront été mises en œuvre.

Maintenant que la dernière série de négociations commerciales multilatérales a été couronnée de succès, le Canada va vouloir s'assurer, d'abord et avant tout, que les ententes de l'Uruguay Round sont bel et bien mises en œuvre et que l'accès nouvellement obtenu aux marchés mondiaux va entraîner une augmentation de ses exportations et la création d'emplois pour les Canadiens. Il cherchera en priorité à profiter au maximum de l'expansion prévue des marchés mondiaux (un billion de dollars canadiens), expansion que l'accord est censé engendrer. (Voir les paragraphes sur

ACCÈS 1995. Cette nouvelle initiative du gouvernement vise à faire en sorte que l'accès durablement acquis aux marchés étrangers, dans le cadre de l'OMC, procure des débouchés concrets aux PME canadiennes.)

Le gouvernement compte poursuivre son objectif sur plusieurs plans, en se fondant sur bon nombre des recommandations relatives à la politique commerciale que contient le rapport déposé récemment par le Comité mixte spécial d'examen de la politique étrangère.

■ **Organisation mondiale du commerce (OMC)**

— L'OMC constituera une solide base institutionnelle pour la gestion d'un système commercial réglementé et fort, tout en facilitant la mise en œuvre des nouveaux accords de l'Uruguay Round, en administrant le processus de règlement des différends et le mécanisme d'examen des politiques commerciales, et en offrant une tribune pour la poursuite des négociations commerciales. Ainsi, l'OMC deviendra le troisième pilier de la structure économique et financière mondiale, avec la Banque mondiale et le Fonds monétaire international. En outre, au cours des années à venir, elle permettra aux ministres du Commerce d'exercer une meilleure surveillance politique sur le système.

Le gouvernement accorde une grande importance à la mise en œuvre de l'OMC (une proposition présentée, à l'origine, par le Canada et l'Union européenne). La mise sur pied et l'institutionnalisation de l'OMC en bonne et due forme (conseils, comités, groupes de travail, instance de règlement des différends, tribunal d'appel, mécanisme d'examen des politiques commerciales) sont essentielles à la mise en œuvre concrète des accords de l'OMC. Le Canada joue donc un rôle déterminant dans les travaux préparatoires complexes et détaillés précédant le lancement de l'OMC. Le gouvernement se souciera aussi d'améliorer la coordination et la coopération entre l'OMC, le G-7, les pays de la Quadrilatérale (le Canada, les États-Unis, le Japon et l'Union européenne),

et d'autres importantes organisations économiques internationales (par ex., le FMI, l'OCDE et la Banque mondiale).

■ **Initiatives postérieures à l'Uruguay Round : des affaires laissées en suspens**

— La mise en œuvre des ententes de l'Uruguay Round et l'établissement de l'OMC représentent certes des tâches importantes, mais il est essentiel que les pays poursuivent la libéralisation des échanges, en achevant les négociations de l'Uruguay Round qui sont encore en suspens et en examinant de nouveaux projets qui dépassent le cadre des engagements actuels. En ce qui concerne le secteur tertiaire, on a convenu qu'il fallait reprendre les pourparlers sur un certain nombre de domaines (par ex., les services financiers, le secteur maritime, les télécommunications de base, et l'entrée temporaire du personnel). L'Uruguay Round a par ailleurs débouché sur d'importantes réductions des obstacles tarifaires et non tarifaires. Le Canada estime toutefois que ces réductions ne vont pas assez loin et il compte préparer de nouveaux projets à cet égard au cours des prochains mois, de concert avec le secteur privé. Parmi les domaines où l'on pourrait négocier une libéralisation plus poussée des tarifs dans un proche avenir, citons les suivants : le matériel électronique et scientifique; les métaux non ferreux; le bois et les produits du bois; les oléagineux et les produits dérivés.

Le Canada accorde beaucoup d'importance à la libéralisation plus poussée des échanges en vertu du nouvel Accord général sur le commerce des services (GATS). En outre, il agira au sein de l'OMC et d'autres grandes tribunes économiques et commerciales (par ex., les réunions des ministres du Commerce de la Quadrilatérale, le sommet économique du Groupe des Sept, l'OCDE, l'APEC) pour faire avancer toute une gamme de « nouveaux » dossiers intéressant la politique commerciale et concernant le maintien du mouvement amorcé en faveur de la libéralisation des échanges et de l'élimination des barrières « nationales » à

l'expansion du commerce international. Parmi ces dossiers, mentionnons le commerce et l'environnement; la politique sur la concurrence; les investissements; les normes relatives à la main-d'œuvre; l'infrastructure technologique et informationnelle; et les marchés publics.

- **Ententes commerciales régionales et bilatérales** — Le Canada compte promouvoir la négociation et l'élargissement d'ententes commerciales régionales et bilatérales qui compléteront et renforceront le système commercial international établi dans le contexte du GATT et de l'OMC, dans l'espoir d'ouvrir encore plus les marchés et d'améliorer les règles en vertu desquelles les échanges se font. En Amérique du Nord, le Canada travaillera à faire en sorte que d'autres pays puissent adhérer à l'ALENA. Il continuera d'appuyer fermement le Forum pour la coopération économique Asie-Pacifique (APEC) (voir plus bas). D'ici 1997, année où il accueillera les participants au sommet de l'APEC, le Canada mettra l'accent sur le « régionalisme ouvert » en tant que concept déterminant dans l'établissement d'un système commercial multilatéral plus ouvert et plus transparent.

En outre, le gouvernement va chercher à accroître ses débouchés auprès de certains partenaires et il envisagera, dans des cas spéciaux, de négocier des accords bilatéraux de libre-échange avec des pays en particulier.

- **Pays non membres du GATT** — Tout en encourageant la négociation d'ententes commerciales régionales et multilatérales qui compléteront et renforceront le système commercial international défini par l'OMC, le Canada essaiera de conclure, dans des circonstances spéciales, des accords commerciaux bilatéraux avec des États qui sont en train de passer d'une économie dirigée à une économie de marché et qui n'appartiennent ni au GATT ni à l'OMC. De tels accords s'apparenteraient fondamentalement à ceux axés sur le principe de la nation la plus favorisée (NPF) et s'assortiraient d'éléments non préférentiels.

C'est ainsi que le Canada a signé un accord bilatéral de commerce avec la Russie en 1992, et une entente semblable avec l'Ukraine en mars 1994. Il poursuit par ailleurs des négociations en ce sens avec l'Estonie, la Lettonie, la Lituanie, le Kazakhstan, le Vietnam et la Mongolie. Il compte faire de même avec d'autres États de l'ancienne URSS.

Le Canada concentrera ses efforts sur cinq nouveaux membres qui pourraient adhérer au GATT et à l'OMC (la Chine, Taiwan, la Russie, l'Ukraine et l'Arabie saoudite), afin d'obtenir pour les entreprises canadiennes un accès sûr à des secteurs présentant le plus d'intérêt pour elles.

Sur le plan régional et bilatéral : l'Accord de libre-échange nord-américain

Le Canada a décidé d'adhérer à l'Accord de libre-échange nord-américain, qui est entré en vigueur le 1er janvier 1994, en vertu de l'engagement fondamental qu'il a pris en faveur de l'accroissement des échanges commerciaux multilatéraux réglementés, dans le cadre de la nouvelle Organisation mondiale du commerce. La création de groupes de travail, qui examineront des questions qui préoccupent le Canada depuis longtemps et qui concernent les différends dus à l'application de droits compensateurs et anti-dumping, a énormément contribué à amener notre pays à ratifier l'ALENA.

Le gouvernement croit que l'ALENA va continuer d'ouvrir de nouveaux débouchés et de nouvelles perspectives d'investissement (et de créer des emplois) pour la population canadienne. Il soutient cependant que l'Accord est incomplet et il se souciera donc beaucoup de l'« approfondir » et d'en élargir les cadres, comme le Comité mixte spécial d'examen de la politique étrangère en soulignait récemment la nécessité. Pour y parvenir, le gouvernement recourra à divers moyens :

- **« Approfondir » l'ALENA** — Le Canada va chercher à accroître la portée des dispositions de l'Accord sur des plans critiques (sanctions

commerciales, commerce des services, et achats gouvernementaux, par ex.). Il y parviendra en partie grâce aux groupes de travail chargés de trouver des solutions aux différends découlant des lois que les trois pays signataires utilisent pour imposer de telles sanctions.

- **Adhésion à l'ALENA** — Le Canada a souscrit à l'ALENA en pensant que celui-ci continuerait d'évoluer pour devenir un régime de libre-échange complet et non discriminatoire ouvert, essentiellement, à tous les pays qui seraient disposés à en respecter les règles et les disciplines. Dans cet esprit, le gouvernement encourage pleinement les efforts faits pour élargir le cadre de l'Accord sur le continent et il va promouvoir, en priorité, l'adhésion du Chili.

Le Canada estime que tous les pays qui sont disposés à respecter les règles de l'ALENA doivent pouvoir en devenir membres.

- **D'autres liens avec l'Amérique latine** — Au Sommet des Amériques qui a eu lieu à Miami en décembre 1994, le Canada a convenu de collaborer avec les autres pays du continent en vue de conclure un Accord de libre-échange des Amériques d'ici 2005. Les gouvernements ont entamé l'examen et l'évaluation des dispositions actuelles du libre-échange, notamment en ce qui concerne le Mercosur, le Pacte andin, le G-3 et CARICOM, afin de planifier la libéralisation future du commerce sur tout le continent. Le Canada continuera de nouer d'autres liens avec des institutions commerciales et économiques d'Amérique latine. Sur ce plan, il négocie déjà plusieurs accords de protection des investissements étrangers (FIPA) et des conventions de double imposition (DTA). Dans la région, le Canada a conclu des DTA avec le Brésil, l'Argentine et des pays des Antilles, et des FIPA, avec l'Argentine et l'Uruguay. Il s'efforce aussi, dans les tribunes tant bilatérales que régionales, de faire tomber les barrières au libre-échange, telles que les normes non harmonisées de produits. Au sein de l'Organisation des États américains, le Canada veille à ce que le Comité spécial du commerce

remplisse bien son nouveau mandat, à savoir évaluer du point de vue technique diverses questions intéressant les politiques commerciales dans l'hémisphère. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international encourage par ailleurs le renforcement des liens commerciaux avec l'Amérique latine, par l'entremise d'organisations non gouvernementales telles que le Conseil canadien pour les Amériques (CCA).

- **L'ALENA et le commerce multilatéral** — Le Canada incitera ses partenaires de l'ALENA à adopter de nouvelles démarches collectives pour régler des questions pressantes relatives à la politique commerciale. L'ALENA contient un ensemble plus détaillé de règles que le GATT, et c'est pourquoi le Canada pense que l'Accord nord-américain permet mieux que l'autre de progresser plus rapidement vers la libéralisation des échanges et des investissements, tout en favorisant l'expansion du système commercial réglementé. En effet, dans des domaines tels que le règlement des différends, les investissements, le commerce des services, et les achats gouvernementaux, l'ALENA a déjà permis d'atteindre un consensus beaucoup plus vaste que celui obtenu par les instances multilatérales comptant un grand nombre de membres et avançant plus lentement.
- **Attirer des investissements** — Le Canada veut obtenir des investissements directs et créer ainsi des emplois et des collectivités prospères pour ses citoyens, mais il doit pour cela livrer une concurrence accrue à ses partenaires de l'ALENA et à d'autres pays du monde dont les économies naissantes croissent rapidement. Le gouvernement collaborera donc avec l'industrie afin d'élaborer des stratégies et des programmes mieux ciblés qui lui serviront à promouvoir le Canada en tant que lieu d'investissement idéal dans la région visée par l'ALENA. C'est ainsi qu'il s'adressera aux PDG et aux conseils d'administration des sociétés internationales afin de les encourager activement à accroître leurs investissements chez nous. En faisant valoir

auprès des multinationales et des entreprises moins grandes ayant un certain rayonnement mondial que le Canada est un lieu de prédilection pour les investisseurs, et en concentrant judicieusement ses efforts sur les décideurs de ces sociétés, le gouvernement espère influencer sur elles au moment où elles choisiront le pays où elles placeront leurs fonds. Il cherchera surtout à présenter les avantages particuliers que procurent aux investisseurs les atouts industriels régionaux qui existent déjà ou qui émergent au Canada (p. ex., les rapports existant, au chapitre de la R-D, entre les universités, les laboratoires gouvernementaux et les sociétés produisant des technologies de base; la capacité de production de l'industrie, etc.).

Les institutions internationales

L'Organisation de coopération et de développement économiques

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) forme une tribune unique en son genre où 25 démocraties industrialisées étudient et élaborent ensemble des politiques économiques, commerciales et sociales efficaces. Les pays membres y parviennent en examinant mutuellement leurs politiques et les résultats de celles-ci et en coordonnant leurs politiques, lois et règlements nationaux dans les cas où ils influent sur la situation économique d'autres partenaires, notamment dans les domaines du commerce et des investissements. Grâce à ce processus, l'OCDE aide les gouvernements membres à définir leurs politiques nationales et les grandes lignes des positions respectives qu'ils comptent adopter dans d'autres tribunes régionales et mondiales (par ex., le GATT, l'OMC et la CNUCED).

À moyen terme, l'OCDE va surtout se soucier de protéger et de promouvoir le système commercial multilatéral ouvert et réglementé, tout en favorisant la compréhension des nouveaux défis à relever en la matière par l'élaboration de règles et de disciplines dont on pourrait se servir dans de nouveaux domaines. Le Comité du commerce se

penchera en priorité sur divers dossiers, dont les suivants : le commerce et l'environnement, le commerce et la politique sur la concurrence, et diverses questions nationales clefs (par ex., l'agriculture, les investissements, l'industrie, la technologie). Le Canada estime que la meilleure façon de faire avancer tous ces nouveaux dossiers consiste à faire d'abord exécuter des recherches par des organismes tels que l'OCDE, au lieu d'en saisir tout de suite l'OMC, où l'incompréhension initiale commune risque de susciter des conflits à la table des négociations et de créer de nouvelles barrières commerciales.

En sa qualité de membre fondateur de l'OCDE, le Canada accorde beaucoup d'importance au travail de celle-ci. Il continuera donc d'y promouvoir une libéralisation plus poussée des échanges, en s'assurant que le Comité du commerce met sur pied un programme de travail concret et réalisable, fondé sur le plan d'action dressé après l'Uruguay Round. Nous mettrons plus particulièrement l'accent sur les questions relatives à l'environnement, aux investissements, à la concurrence, à la technologie et aux télécommunications.

Le Forum pour la coopération économique Asie-Pacifique

Le Canada voit dans le Forum pour la coopération économique Asie-Pacifique un instrument de plus en plus important pour garantir le meilleur fonctionnement des règles internationales dans la région de l'Asie-Pacifique, qui connaît une croissance rapide et présente un intérêt vital pour notre propre avenir économique. C'est pour le Canada le principal mécanisme qui lui permettra de poursuivre dans la région la réalisation de son programme concernant la libéralisation des échanges mondiaux. Le Canada fait siens la vision définie par le Groupe de personnalités éminentes et le Plan d'affaires directeur de l'APEC, dressé par le Forum commercial du Pacifique.

Dans l'allocution qu'il a prononcée devant les ministres du Commerce de l'APEC, à Djakarta, en novembre 1994, le ministre du Commerce

international, M. MacLaren, a décrit quatre conditions à remplir pour faire progresser la libéralisation des échanges dans l'APEC : a) la mise en œuvre rapide des engagements pris pendant les négociations de l'Uruguay Round, et l'accélération des réductions tarifaires; b) la libéralisation des investissements; c) le gel des subventions à l'exportation des produits agricoles; et d) l'adoption de normes et de critères de conformité dans un ou deux secteurs prépondérants. Le Ministre a par ailleurs insisté sur la nécessité de s'assurer que l'APEC répond aux besoins de tous ses membres, tout en favorisant le commerce et la coopération économique dans la région.

Le Canada a collaboré activement avec l'APEC dans des domaines tels que l'environnement, les télécommunications, le développement des ressources humaines, la conservation des ressources marines, les pêches et les transports. Il préside par ailleurs le Comité économique mis sur pied pendant la réunion ministérielle de Djakarta, en novembre 1994. À l'avenir, le Canada compte mettre beaucoup plus l'accent sur les petites et moyennes entreprises, dans le cadre de ses interventions au sein de l'APEC.

Les banques multilatérales de développement et les IFI

Le Canada fournit une contribution importante aux banques multilatérales de développement (la Banque mondiale et les diverses banques régionales de développement, à savoir la Banque asiatique de développement, la Banque interaméricaine de développement, la Banque africaine de développement, et la BERD) que l'on désigne souvent, avec le FMI, par le vocable « institutions financières internationales » (IFI). En fait, selon l'institution, le Canada se classe entre le 4^e et le 7^e rang en ce qui concerne les contributions. Malheureusement, en partie à cause de la présence limitée de nombreuses sociétés canadiennes sur les marchés internationaux, notre pays n'a pas obtenu beaucoup de contrats des diverses banques de développement, comparativement à d'autres pays de l'OCDE (à cet égard, il occupe le 10^e, 11^e ou 12^e

rang). À l'heure actuelle, les entreprises de notre pays obtiennent des contrats d'une valeur d'environ 360 millions de dollars canadiens par année dans le cadre des programmes de prêts menés par les diverses IFI. Cela équivaut à entre 1 et 2 p. 100 seulement du marché total potentiel que constituent les IFI pour les fournisseurs étrangers, marché dont on estime la valeur annuelle totale à 12 milliards de dollars américains.

Pourtant, on peut faire valoir que les contrats des IFI ont plus d'importance pour les efforts que le Canada déploie afin d'accroître son commerce international que pour ceux de nombreux autres pays. Les projets des IFI visent essentiellement les pays en développement; or, le Canada exporte très peu dans bon nombre de ces pays. En s'intéressant à ces projets pour aller au-delà de ses marchés traditionnels, le Canada peut donc faire beaucoup pour diversifier ses échanges commerciaux, ses technologies et ses investissements.

Le gouvernement examine par conséquent diverses façons d'accroître la part des contrats que les entreprises canadiennes obtiennent auprès des banques multilatérales de développement.

Mentionnons les efforts suivants :

- repérer les entreprises canadiennes déjà présentes sur la scène internationale, et les encourager à faire les investissements nécessaires afin de pouvoir soumissionner les projets menés par les IFI;
- encourager les sociétés canadiennes à soumissionner les projets des IFI, en acquérant les moyens de fournir en temps opportun à l'industrie des renseignements sur les projets en question, des informations sur les marchés, et des conseils;
- réviser tous les programmes et projets gouvernementaux pertinents, y compris ceux se rapportant au financement des exportations, le Programme de coopération industrielle et les Programmes bilatéraux de l'ACDI, les divers fonds d'affectation spéciale gérés par des consultants choisis par l'ACDI et le MAECI, et les mécanismes permettant d'affecter des Canadiens au sein des IFI à l'étranger de manière

à établir s'il est possible de tirer un meilleur parti de ces programmes et projets afin de favoriser les intérêts commerciaux du Canada;

- examiner les obstacles à la réussite des fournisseurs canadiens, et trouver des moyens de les éliminer;
- améliorer la représentation du Canada au sein des IFI, en cherchant à placer dans les services stratégiques de ces dernières un plus grand nombre de Canadiens possédant des connaissances de l'industrie et des compétences utiles dans ce contexte.

Programmes canadiens favorisant le commerce international

Soutenir les petites et moyennes entreprises

Il est essentiel de créer des débouchés internationaux pour les sociétés canadiennes, grâce à divers mécanismes de la politique commerciale.

Cependant, la seule existence de ces débouchés ne garantira pas à nos entreprises un succès plus grand sur les marchés mondiaux : les entreprises doivent avoir les moyens d'exploiter elles-mêmes les débouchés qui se présentent dans les domaines du commerce, de la technologie et des investissements.

Le gouvernement va donc se soucier d'encourager plus de PME canadiennes à devenir des sociétés exportatrices actives et à envisager des partenariats avec des investisseurs étrangers. (D'autres projets nouveaux concernent le secteur tertiaire commercial du Canada, qui prend rapidement de l'expansion.) Les PME forment le secteur de l'économie canadienne qui connaît le plus fort taux de croissance. Ce sont elles aussi qui réagissent le mieux aux changements rapides et qui créent le plus grand nombre d'emplois. Leur capacité d'en créer d'autres dans l'avenir est encore plus prometteuse. Les PME constituent donc un pivot des stratégies que le gouvernement met au point pour favoriser l'emploi et la croissance.

Afin de soutenir les PME, le gouvernement va donc mettre l'accent sur les aspects suivants.

Information commerciale et renseignements sur les marchés

Le gouvernement joue un rôle important auprès du secteur privé en lui fournissant des renseignements stratégiques - en d'autres termes, en s'assurant que les industries clientes bénéficient des informations nécessaires, sous la bonne forme et au moment approprié, de manière à pouvoir prendre des décisions commerciales éclairées. L'industrie a déjà déclaré que le gouvernement doit mettre davantage à sa portée (et surtout à celle des PME qui, souvent, n'ont pas les ressources voulues pour obtenir elles-mêmes les renseignements dont elles ont besoin sur les marchés mondiaux) des informations stratégiques sur les débouchés extérieurs, les placements à l'étranger, les alliances stratégiques, les transferts de technologies, l'accès aux marchés, et la concurrence. Le gouvernement va donc chercher à améliorer sa capacité de fournir à ses clients de l'industrie les informations opportunes, précises et stratégiques qu'il leur faut. Et pour cela, il adoptera les moyens suivants.

■ Service des délégués commerciaux (SDC)

— Depuis plus de 100 ans, le Service des délégués commerciaux du Canada joue un rôle clef en aidant les entreprises du pays à examiner et à exploiter des débouchés commerciaux à l'étranger. Avec ses 130 bureaux installés dans 84 pays et avec des centres de commerce international répartis dans tout le Canada, le SDC forme le plus vaste réseau de renseignements sur les marchés étrangers au pays. Son rôle consiste à promouvoir et à protéger les intérêts commerciaux du Canada sur la scène internationale. Afin de s'assurer que nos entreprises continueront de recevoir le soutien dont elles ont besoin à l'étranger, le gouvernement, travaillant de concert avec le secteur privé, renforce les moyens dont le SDC dispose pour faire face aux changements s'opérant partout dans le monde.

■ Collecte et diffusion des renseignements —

Le gouvernement compte élargir son réseau de groupes d'experts sectoriels (GES); ceux-ci

l'aident beaucoup à recueillir et à diffuser des renseignements auprès du secteur privé et de tous les paliers de gouvernement. En outre, il améliorera la dissémination des renseignements commerciaux internationaux en élargissant la gamme des instruments informatiques et des systèmes de communication (par ex., le MIMS, ou Système de transmission des renseignements commerciaux, la banque de données de l'Équipe Commerce Canada, ou WIN Exports, le babillard électronique, ACCÈS 1995, FaxLink, et ENVINET).

■ ACCÈS 1995 (Accès aux marchés mondiaux - 1995) — La conclusion heureuse de l'Uruguay Round est censée engendrer au cours de la prochaine décennie une croissance des échanges dont on a évalué le chiffre à un billion de dollars canadiens. Afin d'accroître au maximum la part qui reviendra à notre pays, le gouvernement vient de lancer le programme ACCÈS 1995. Il vise par là à s'assurer qu'au chapitre du développement du commerce international, le pays consacrera surtout ses ressources aux débouchés qui offriront les meilleures retombées possibles pour l'industrie. En concentrant son attention sur les nouveaux horizons ouverts par l'Uruguay Round, le gouvernement espère encourager les PME qui s'étaient intéressées à l'exportation dans le cadre de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis à se tourner vers les marchés étrangers. Il espère aussi que de nombreuses PME exportant depuis peu (et de grandes sociétés exportant depuis longtemps) seront incitées de la sorte à exploiter de nouveaux débouchés dans toute l'Amérique latine, dans le Pacifique, en Asie et en Europe.

ACCÈS 1995 a pour objet :

- d'établir une base de données pour discerner les améliorations précises à apporter au chapitre des barrières tarifaires et non tarifaires, ce qui améliorerait sensiblement l'accès d'environ 200 produits clefs canadiens et de 11 catégories de services à 42 marchés primordiaux;

- de produire, à même les données fournies par les missions canadiennes à l'étranger, des renseignements commerciaux sur les meilleurs débouchés et de conseiller les exportateurs sur les facteurs clefs à prendre en compte pour soutenir la concurrence dans les marchés en devenir;
- d'utiliser le MIMS pour communiquer rapidement et directement ces renseignements aux entreprises;
- de fournir des opinions à jour pour expliquer les complexités des mesures prévues par l'OMC et les échéanciers de cinq à dix ans fixés pour la mise en œuvre de ces dernières, et de donner aussi des conseils sur les meilleurs moyens à prendre pour surmonter les barrières dressées par les pays étrangers.

■ Répertoire des barrières commerciales — Le gouvernement va dresser un répertoire détaillé des barrières au commerce extérieur auxquelles les exportateurs canadiens se heurtent. Il a déjà amorcé les travaux sur les barrières existant dans six pays (l'Inde, l'Australie, le Japon, Taiwan, Israël et le Brésil), et il se penchera sur le cas d'autres pays dans les mois à venir. Il élaborera aussi un répertoire semblable des barrières intérieures (par ex., des politiques, pratiques et programmes fédéraux et provinciaux) qui réduisent la compétitivité des entreprises canadiennes à l'étranger. Les renseignements recueillis serviront à évaluer le coût des barrières pour l'industrie canadienne et à dresser un plan d'action pour les éliminer tant au pays qu'à l'extérieur.

■ Plans sectoriels de renforcement de la compétitivité — Le gouvernement continuera de collaborer avec l'industrie afin de dresser une série de plans sectoriels détaillés de renforcement de la compétitivité. Chacun contiendra une analyse approfondie des grands problèmes propres au secteur étudié, il en décrira les résultats et la structure, il en évaluera la compétitivité, et il décrira les tendances nouvelles le concernant. Le plan précisera aussi les domaines où le gouvernement et l'industrie devraient se liguer

pour aider les entreprises à se doter de l'infrastructure nécessaire afin de faire face à la concurrence avec succès.

- **Réseau de centres de services aux entreprises (CSE)** — Le secteur privé ainsi que les gouvernements fédéral et provinciaux parrainent ensemble le réseau canadien des centres de services aux entreprises. Ceux-ci fournissent efficacement aux sociétés canadiennes un accès rapide aux renseignements sur les services, programmes et règlements du gouvernement. Afin d'améliorer le réseau existant, le gouvernement s'efforcera d'installer des centres dans d'autres collectivités du Canada, de concert avec diverses organisations servant le monde des affaires. Il intensifiera aussi les efforts pour offrir les renseignements directement à ses clients grâce à l'autoroute de l'information.
- **Réseaux d'affaires** — Les réseaux d'affaires permettent aux PME prospères de n'importe quel secteur de l'économie de collaborer entre elles pour trouver des débouchés. Ils peuvent aussi aider les PME à acquérir des compétences commerciales de calibre mondial, à accéder à de nouveaux instruments financiers et à des capitaux, à profiter au maximum de leurs avantages concurrentiels, et à pénétrer des marchés d'exportation mondiaux. Afin de compléter les nombreux réseaux d'affaires régionaux et sectoriels existant au pays, le gouvernement cherchera à conclure une entente avec la Chambre de commerce du Canada pour lancer un réseau d'affaires pilote national : celui-ci diffusera largement les renseignements, organisera des tables rondes régionales, formera des courtiers de réseau, et soutiendra les réseaux d'affaires établis dans divers secteurs de l'économie et dans un certain nombre de régions du pays.

Participation du secteur privé

Afin que le Canada atteigne ses objectifs au chapitre du développement du commerce international, le gouvernement doit s'assurer que les ressources qu'il y affecte répondent aux besoins de l'industrie

canadienne. Il va donc accroître la participation du secteur privé dans les domaines suivants.

- **Foires commerciales et missions** — Le gouvernement invitera les sociétés exportatrices à participer beaucoup plus activement à l'élaboration de son programme de foires commerciales. Il réservera donc ses ressources aux grandes expositions qui intéressent les entreprises canadiennes. Dans l'intention d'accroître l'efficacité des missions commerciales envoyées à l'étranger, le gouvernement va instaurer un régime de partage des coûts pour s'assurer que les sociétés participantes sont sérieuses dans leurs démarches et qu'elles sont prêtes à exporter. En outre, il examinera des façons novatrices de répondre aux besoins spéciaux des exportateurs de nouveaux services.
 - **Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)** — Afin d'encourager les petites entreprises à exporter activement, le gouvernement réservera une bonne partie des fonds du PDME aux sociétés dont le chiffre d'affaires annuel n'atteint pas 10 millions de dollars; ce sont elles qui profiteront sans doute le plus du soutien du gouvernement. Par conséquent, il modifiera les critères d'admissibilité à l'aide financière du PDME, de manière à favoriser ces entreprises. Afin de mieux servir les exportateurs sérieux, le gouvernement changera aussi la partie du PDME qui concerne les stratégies d'expansion des marchés, de manière à pouvoir fournir un appui pendant la mise en œuvre du plan de marketing de l'entreprise, soit pendant deux ans après la période actuelle d'un an.
- En outre, l'industrie contribuera davantage à la préparation du Plan de promotion du commerce extérieur (voir la section suivante).

- **Préparation des entreprises à l'exportation** — Afin d'aider les sociétés canadiennes à devenir des exportateurs prospères de biens et de services, il importe surtout de s'assurer qu'elles sont prêtes à exporter. Le gouvernement va donc encourager les entreprises de cette catégorie à s'inscrire à des programmes de préparation à

l'exportation, tels que celui intitulé Forum pour la formation en commerce extérieur (FFCE).

On songe aussi à élaborer un programme semblable à l'intention des exportateurs de services. Le gouvernement publiera bientôt une trousse multimédia sur la préparation à l'exportation de services, et il y mettra l'accent sur plusieurs marchés bien précis.

Le gouvernement examinera aussi la possibilité d'améliorer les services assurés aux entreprises en établissant un lien de dépendance entre l'ampleur des services offerts à celles-ci et leur degré de préparation à l'exportation. Il pourrait y arriver en adoptant un régime de « filtrage » en vertu duquel il consacrerait surtout ses ressources aux entreprises qui seraient effectivement prêtes à exporter (et qui, partant, auraient de meilleures chances de réussir sur les marchés internationaux).

- **Exportateurs autochtones** — Les entrepreneurs autochtones du Canada ont montré qu'ils sont de plus en plus capables de commercialiser leurs produits et services à l'étranger, notamment dans les secteurs d'ordre culturel tels que l'alimentation, le tourisme, les arts et l'artisanat, la mode et l'enregistrement d'œuvres musicales. Des possibilités existent aussi dans de nombreux domaines non traditionnels : fabrication, industrie forestière, construction, transports, enseignement à distance, etc. Des cabinets d'experts-conseils autochtones ayant réussi à exporter leurs services, ils ont pu aider d'autres entreprises autochtones à pénétrer des marchés en Amérique centrale et dans des pays en développement.

Le gouvernement compte mener diverses activités qui feront connaître les capacités des autochtones au chapitre de l'exportation, et il collaborera avec des sociétés autochtones qui sont prêtes, ou presque, à exporter afin de les aider à accroître leurs ventes à l'étranger. Pour cela :

- il facilitera à ces sociétés l'accès aux programmes existants d'aide aux exportateurs et il améliorera ces programmes lorsque ce sera possible;

- il accordera une attention particulière aux plans de marketing et à la préparation des exportateurs;
- il encouragera la participation d'autochtones aux missions et aux foires commerciales;
- il lancera des projets dans les secteurs où les autochtones excellent (alimentation, tourisme, industries environnementales, et services de consultation).

- **Mise à contribution des associations d'industries** — Afin de promouvoir le secteur en pleine croissance des services aux entreprises, le gouvernement se mettra en rapport avec des associations d'industries et mènera une enquête auprès de leurs membres pour cerner les marchés d'exportation primordiaux de ce secteur et définir leurs besoins en matière de renseignements commerciaux. Il travaillera ensuite avec chaque association pour dresser un plan d'action précis sur les exportations. Parmi les autres projets possibles, citons la mise sur pied, dans les associations, de comités et d'ateliers concernant les exportations, et l'organisation d'autres activités.

- **Financement des exportations** — Bien des PME ayant le potentiel voulu pour exporter n'ont pas accès aux fonds nécessaires, et c'est là un obstacle de taille. Le gouvernement travaillera avec les entreprises et avec les institutions financières canadiennes pour améliorer l'accès qu'ont les PME aux renseignements sur le financement des exportations et aux services d'expansion des exportations (par ex., il encouragera les banques à mieux renseigner et conseiller les exportateurs). Le gouvernement collaborera par ailleurs avec la Société d'expansion des exportations pour définir des moyens novateurs d'accroître les marges de crédit des petits exportateurs et élargir l'accès des PME au financement à moyen terme. En outre, en coopérant avec la Corporation commerciale canadienne et les institutions financières, il cherchera à établir des mécanismes pour aider les PME à obtenir le crédit voulu pour préfinancer leurs exportations.

■ **Activités de maximalisation des marchés** —

Chaque année, le gouvernement finance un petit nombre d'activités de maximalisation des marchés intéressant à la fois les PME et les grandes sociétés. Ce sont des activités qui permettent de bien faire connaître les entreprises canadiennes à l'étranger et auxquelles il convient donc d'accorder un appui exceptionnel aux stades de la préparation, de l'exécution et du suivi. Afin d'obtenir le soutien du gouvernement, les organisateurs doivent satisfaire à certains critères de base relatifs à la présence de visiteurs et d'exposants étrangers, à la « teneur » canadienne, à la mesure dans laquelle l'industrie canadienne a donné son aval, et à l'existence de cours à l'intention des nouveaux exportateurs. Le gouvernement propose de financer ces activités de concert avec le secteur privé.

- **Partenariats internationaux en matière d'investissements et de technologie** — Le gouvernement collabore actuellement avec environ 700 PME canadiennes appartenant surtout aux secteurs des technologies de pointe pour les aider à trouver à l'étranger des partenaires investisseurs et des sources de technologies ultra-modernes éprouvées. Il compte aussi travailler avec d'autres sociétés dans d'autres secteurs. Il recourra par ailleurs davantage aux techniques multimédias pour présenter des investisseurs étrangers aux PME canadiennes.

Coordination et coopération entre les gouvernements

Une plus grande coordination entre les paliers de gouvernement et une harmonisation plus poussée de leurs efforts sont essentielles pour développer le commerce international du Canada. De toute évidence, les gouvernements fédéral et provinciaux doivent se donner la main (et s'allier au secteur privé) pour garantir le succès des programmes de promotion du Canada sur les marchés mondiaux. Ce sera là un des grands objectifs de l'État.

- **Entente sur le commerce intérieur** — Pour que les sociétés canadiennes réussissent à soutenir la concurrence sur les marchés internationaux, les

régimes intérieurs et la réglementation canadienne doivent les aider à acquérir et à conserver un avantage concurrentiel. Le fédéral collaborera avec les provinces pour mettre en œuvre et améliorer l'Entente sur le commerce intérieur et éliminer ainsi les barrières aux échanges, aux investissements et à la mobilité au Canada. (Les premiers ministres ont signé l'Entente en juillet dernier.) Travaillant avec toutes les parties intéressées, le gouvernement cherchera à élargir la portée de l'Entente pour en appliquer les dispositions aux sociétés d'État, aux institutions municipales et universitaires, aux écoles et aux milieux hospitaliers. Afin de faciliter la rationalisation des règlements et de simplifier la tâche aux entreprises devant les respecter dans leurs échanges interprovinciaux, le fédéral examinera la pertinence de lancer un projet intergouvernemental de réforme des règlements.

- **Équipe Commerce Canada** — Pour réduire au minimum les chevauchements et le double emploi entre les gouvernements, favoriser une utilisation économique et rationnelle des ressources publiques, et offrir un meilleur service à ses clients du secteur privé, le gouvernement adoptera la formule « Équipe Canada » dans ses travaux de développement du commerce international. C'est ainsi que le gouvernement fédéral et les provinces s'efforceront, comme on le recommandait récemment dans l'Examen sur le développement du commerce international, de combiner leurs démarches à l'étranger. Ottawa collaborera aussi avec les provinces pour intégrer, dans des « bureaux centralisés », toutes les activités menées au pays par les deux paliers de gouvernement afin d'accroître le commerce international.

- **Plan de promotion du commerce extérieur (PPCE)** — Le gouvernement renforcera le Plan de promotion du commerce extérieur (PPCE) du Canada en encourageant l'industrie à participer davantage et directement à son élaboration, et les gouvernements provinciaux, à intervenir plus dans les travaux le concernant. Toujours comme on le recommandait récemment dans

L'Examen sur le développement du commerce international, le gouvernement prendra des mesures pour créer des liens directs entre le PPCE et la répartition des ressources de l'État. Enfin, il s'assurera qu'un suivi plus rigoureux a lieu d'une année à l'autre, tant pour voir dans quelle mesure les projets réalisés correspondent aux priorités établies dans le PPCE que pour mesurer la progression vers la réalisation des objectifs stratégiques au fil du temps.

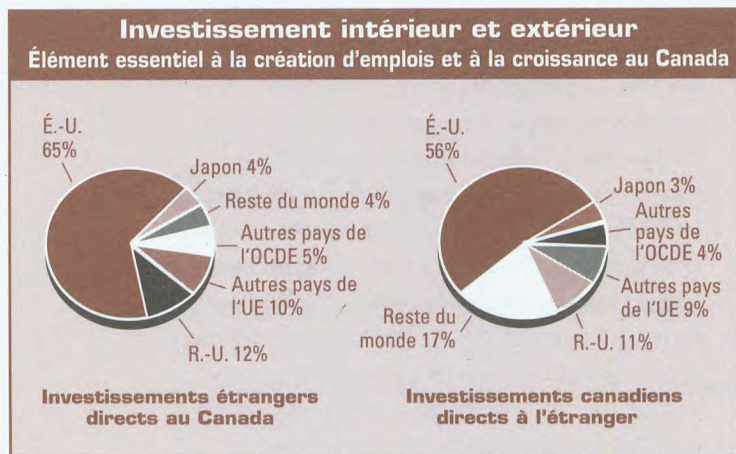
Objectifs relatifs à la science et à la technologie sur le plan international

Il est essentiel d'élaborer et d'acquérir des technologies ultra-modernes éprouvées des procédés et des systèmes afin que les entreprises canadiennes puissent soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux. À mesure que l'intégration de l'économie mondiale se poursuit et que grandit l'importance de la science et de la technologie pour la compétitivité, l'accès à des techniques de calibre mondial devient déterminant pour les entreprises. De même, il est de plus en plus nécessaire que les secteurs privé et public collaborent avec des partenaires internationaux au chapitre de la R-D pour permettre au pays d'atteindre ses objectifs économiques et sociaux. Au nombre des priorités actuelles, on trouve ce qui suit.

- **Réseau canadien de technologie** — On est en train de mettre sur pied le Réseau canadien de technologie pour donner aux PME du pays, surtout à celles du secteur secondaire et des industries connexes du tertiaire, accès aux technologies ainsi qu'aux renseignements et aux conseils dont elles ont besoin en matière de gestion de la technologie pour soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux. En outre, on réussira mieux à obtenir des techniques existant ailleurs, grâce au Programme d'apports technologiques et aux agents de développement de la technologie dans les missions canadiennes à l'étranger.
- **Étude sur la science et la technologie** — Dans l'Étude, le gouvernement fédéral a cerné plusieurs domaines où des mesures s'imposent

pour s'assurer que les Canadiens profitent des progrès s'opérant dans le monde en matière de science et de technologie. Il importe notamment que le Canada s'intéresse de plus près à l'établissement des normes internationales. Ainsi, il aura de meilleures chances de faire accepter ses normes à l'étranger, et les entreprises canadiennes pourront mieux influencer sur les normes internationales. Aspect sans doute plus important encore, le Canada se tiendra ainsi au courant des progrès technologiques s'accomplissant partout dans le monde.

- **Renseignements sur la science et la technologie** — Le gouvernement examinera le rôle qu'il joue dans la transmission de renseignements internationaux sur la science et la technologie à l'industrie canadienne, et en particulier aux PME. Il cherchera aussi à présenter le Canada à l'étranger comme étant un pays évolué et avancé sur les plans scientifique et technologique. En se faisant davantage connaître comme source de biens et de services de pointe et comme centre de R-D, le Canada attirera chez lui des acheteurs et des investisseurs étrangers. Le gouvernement et les entreprises canadiennes poursuivront conjointement cet objectif.
- **Coopération internationale en matière de recherche et de développement** — Le gouvernement a récemment conclu des ententes qui accroîtront pour les entreprises canadiennes les occasions de participer à des programmes internationaux de R-D. En vertu d'un accord-cadre établi avec l'Union européenne (UE), les sociétés canadiennes peuvent adhérer à des consortiums de R-D constitués en vertu du Programme de l'UE sur le développement de la recherche et de la technologie. Le programme des systèmes intelligents de fabrication résulte d'un effort conjoint de l'UE, de l'Association européenne de libre-échange (AELE), du Japon, des États-Unis, de l'Australie et du Canada, et il doit servir de fondement aux travaux de R-D que les industries dirigeront en collaboration et qui porteront sur les technologies avancées de fabrication.



Source: Statistique Canada, 1993

- Projets bilatéraux** — Le gouvernement continuera de favoriser la coopération avec certains partenaires. Il mettra l'accent sur l'accroissement de la collaboration industrielle avec l'Allemagne en matière de R-D; il cherchera à coopérer avec le Japon dans des secteurs stratégiques, grâce au Fonds canado-japonais de la science et de la technologie, et avec Israël, par suite de la mise sur pied récente d'un Fonds privé canado-israélien de R-D dans le secteur industriel.
- Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement (CANARIE)** — L'appui que le gouvernement accorde à l'autoroute canadienne de l'information (CANARIE) suppose que le pays doit conserver sa compétitivité sur les marchés internationaux; pour cela, le gouvernement fournira aux Canadiens l'accès aux réseaux mondiaux d'information. Les entreprises pourront dès lors profiter de cet accès pour mettre au point, grâce à la technologie, des équipements, des logiciels et des services concurrentiels pour les marchés mondiaux. Le gouvernement continuera de collaborer avec l'industrie pour constituer des partenariats internationaux et tirer le maximum de cet investissement, de manière à s'assurer que l'industrie canadienne profite pleinement des débouchés beaucoup plus considérables existant aux États-Unis, au Japon et en Europe.

Attirer des investissements étrangers, face à la concurrence

Notre croissance économique et la création d'emplois chez nous dépendent de plus en plus de notre capacité d'attirer des investissements étrangers et d'obtenir des technologies mises au point ailleurs. Les multinationales et d'autres sociétés d'envergure mondiale représentent des sources importantes d'investissements et de nouvelles techniques ultra-modernes éprouvées. D'après une édition récente du World Investment Report publié par l'ONU, les investissements étrangers directs, gérés par les sociétés transnationales, constituent de plus en plus le moteur des opérations économiques internationales. Le gouvernement se souciera en priorité de faire connaître aux entreprises étrangères les occasions s'offrant à elles de réaliser des profits et de croître en investissant au Canada; or, ces occasions aideront aussi les sociétés canadiennes à acquérir un avantage concurrentiel. Se fondant sur les programmes existants d'expansion des investissements, le gouvernement va aussi collaborer avec les entreprises canadiennes pour présenter au maximum notre pays comme un tremplin idéal pour pénétrer le marché de l'ALENA. Comme les pays se livrent une concurrence de plus en plus vive sur la scène internationale pour attirer chez eux des investissements étrangers, il faudra faire valoir avec mordant les attraits du Canada en tant que lieu où il est avantageux d'investir.

Voici quelques autres priorités :

- Attirer des investissements étrangers** — Le gouvernement fera valoir auprès des PDG et des conseils d'administration des sociétés internationales la pertinence d'investir au Canada ou d'y investir davantage. Il cherchera surtout à créer et à commercialiser des débouchés bien précis en se fondant sur les avantages comparatifs et sur les atouts industriels régionaux pour attirer ici des investissements qui engendreront des emplois et des progrès technologiques. Ces investissements, souvent faits par des multinationales étrangères et d'autres sociétés mondiales de moyenne envergure, représentent un des meilleurs moyens dont les

entreprises canadiennes disposent pour accéder à des technologies étrangères ultra-modernes éprouvées. Le gouvernement ciblera les sociétés qui peuvent apporter de nouveaux capitaux et de nouvelles technologies au Canada, investir dans des idées novatrices, favoriser la diffusion de la technologie au pays, et s'allier à des petits et moyens fournisseurs canadiens.

I Renseignements sur les investissements —

Chaque année, le gouvernement reçoit des milliers de demandes d'information de la part d'investisseurs étrangers songeant à placer des fonds au Canada. Ces demandes constituent pour tous les paliers de gouvernement et pour les sociétés canadiennes une source stratégique de renseignements sur les intérêts et les intentions des investisseurs étrangers. Le gouvernement a pour objectif de donner à ces derniers des renseignements complets et pertinents pour répondre à leurs demandes. À cette fin, il travaillera à mettre au point et à appliquer de nouvelles méthodes et techniques pour accroître la qualité, la souplesse, la rapidité et l'efficacité du service des relations avec les investisseurs. Il s'agira en fait d'exploiter un plus grand nombre de ces demandes pour en tirer des renseignements précieux sur les investissements, renseignements sur lesquels les gouvernements et le secteur privé pourront fonder leurs plans d'action. Parallèlement, il est à espérer que, dans un plus grand nombre de cas, les réponses fournies à ces demandes susciteront des décisions d'investissement favorables au Canada.

Par ailleurs, pour que les renseignements sur les investissements et les débouchés commerciaux soient communiqués à ceux qui sont à même de les exploiter au mieux, il faudra une plus grande coopération entre les ministères fédéraux et une coordination plus étroite entre tous les paliers de gouvernement et l'industrie.

I Accès au financement stratégique pour l'expansion internationale des affaires —

Les PME canadiennes peuvent bénéficier des capitaux de risque étrangers pour prendre de l'expansion à l'échelle internationale. Et le gouvernement se souciera davantage de repérer les PME canadiennes tournées vers les marchés extérieurs pour les aider à trouver de bonnes sources internationales de fonds pour l'expansion de leurs affaires. Aider les PME canadiennes à accéder à des capitaux de risque étrangers qui leur permettront de se tailler une place sur les marchés internationaux, tel sera l'objectif primordial du gouvernement.

I Investissements étrangers directs - Bien que les exportations soient indispensables à la prospérité de nombreuses entreprises canadiennes, un nombre croissant d'entre elles jugent nécessaire d'installer des filiales à proximité de leurs clients étrangers afin de protéger et d'accroître leur part du marché international. En prenant de l'expansion à l'échelle internationale et en acquérant une envergure mondiale, les entreprises canadiennes créent des emplois de qualité au Canada. Dans la foulée de ses programmes visant à encourager et à faciliter la croissance des exportations, le gouvernement contribuera à l'expansion mondiale des entreprises installées au Canada en leur faisant connaître des possibilités d'investissement et des partenaires éventuels sur les marchés internationaux.

Aperçu par région géographique

États-Unis

Introduction

Les États-Unis demeurent le marché le plus vaste et le plus important pour le Canada, car ce pays est la destination de plus de 80 p. 100 de nos exportations de marchandises. En 1993, les exportations de marchandises canadiennes vers les États-Unis se sont accrues de 20 p. 100 pour atteindre 150 milliards de dollars; elles représentent donc, sur le plan international, le moteur le plus important de la croissance économique et de la création d'emplois au Canada. Cette hausse que les exportations à destination des États-Unis ont affichée en 1993 (24,9 milliards de dollars) surpassait à elle seule le total des exportations canadiennes vers tous les autres pays de l'OCDE (22,6 milliards de dollars). Les investissements directs des États-Unis au Canada (95 milliards de dollars) représentent la plus grande part (65 p. 100) du total des investissements étrangers directs au Canada, qui avaient atteint 146 milliards de dollars à la fin de 1993. Parallèlement, les investissements directs du Canada aux États-Unis (soit 65 milliards de dollars) représentaient la plus grande part (60 p. 100) de l'ensemble des investissements directs canadiens à l'étranger à la fin de 1993, soit 107 milliards de dollars.

Contexte commercial

Le marché américain a subi de profondes transformations ces dernières années par suite de l'apparition de nouvelles technologies et d'une rationalisation continue de l'économie attribuable à la récession, à l'Accord de libre-échange (ALE), à l'ALENA, aux négociations de l'Uruguay Round et au déplacement vers le sud des industries à forte concentration de main-d'œuvre.

L'importante relation commerciale du Canada avec les États-Unis a été consolidée et renforcée

depuis l'entrée en vigueur de l'ALE et de l'ALENA. Et elle sera rehaussée davantage en conséquence de l'entrée en vigueur de l'accord de l'OMC en janvier 1995. La libéralisation du marché qui découle de ces accords, conjuguée à des taux de change favorables et à la reprise économique que continuent d'afficher les États-Unis, ouvre de nombreux débouchés pour les entreprises canadiennes, particulièrement les PME.

La réduction des tarifs douaniers prévue dans l'ALE, et qui se poursuit dans le cadre de l'ALENA, devrait ouvrir encore davantage le marché américain aux fournisseurs canadiens de ressources naturelles de même que de produits manufacturés et de biens de consommation.

Les États-Unis continueront de représenter le marché le plus important pour l'industrie canadienne du tourisme. On estime que les touristes américains ont dépensé 5 milliards de dollars au Canada en 1993, soit une augmentation de 9,5 p. 100 par rapport à l'année précédente, ce qui a grandement contribué à la réduction du déficit de l'industrie canadienne des voyages.

L'ALENA a permis de poursuivre la libéralisation importante qui avait été entamée dans le cadre de l'ALE dans un certain nombre d'industries stratégiques à forte valeur ajoutée, notamment l'environnement, les services, les technologies de l'information, les soins médicaux et les soins de santé de même que la biotechnologie. L'accord a également amélioré l'accès des Canadiens aux contrats du gouvernement fédéral américain. Les entreprises canadiennes de services de construction peuvent dorénavant soumissionner d'importants contrats du gouvernement américain et utiliser des matériaux de construction canadiens lorsqu'elles dispensent leurs services. L'ALENA contribuera donc à élargir le marché américain pour les entrepreneurs, les fournisseurs et les entreprises de services du Canada. Il existe

d'importants débouchés pour les entreprises canadiennes dans le secteur de l'environnement, entre autres au chapitre de la dépollution des sites et des installations de défense et d'énergie du gouvernement américain. Les entreprises canadiennes de services ont dorénavant un meilleur accès aux marchés public et privé des services aux États-Unis.

Les États-Unis constituent la principale source de technologie et d'investissements étrangers du Canada. L'ALE et l'ALENA ont tous deux renforcé l'intégration déjà poussée qui existait entre les deux économies.

Débouchés commerciaux

Afin de tirer parti de l'amélioration du climat commercial, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a repositionné son Programme de promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement aux États-Unis. Le programme met dorénavant l'accent sur une démarche intégrée en matière d'échanges et d'investissements. Ses priorités sont les activités basées sur la connaissance et les activités à valeur ajoutée, y compris la génération et la diffusion d'informations et de données commerciales par des moyens électroniques, de même que la promotion d'alliances stratégiques et d'apports technologiques et l'aide aux PME qui désirent accroître leurs exportations. Le programme est axé sur cinq secteurs prioritaires : les technologies de l'information, les services environnementaux, les soins de santé et les soins médicaux, la biotechnologie et les télécommunications.

À l'intérieur de ces secteurs, on s'attend à ce que les possibilités d'exportation, d'investissement ou de recherche aux États-Unis soient particulièrement intéressantes dans des domaines comme le matériel et les logiciels informatiques; la gestion intégrée des déchets; l'énergie et le contrôle de la pollution de l'air; les services aux entreprises et services professionnels; les produits pharmaceutiques; les instruments médicaux; et l'équipement de réseau, de radio et de télécommunications.

Dans les secteurs traditionnels des ressources naturelles, des produits manufacturés et des biens de consommation, les objectifs du plan de commercialisation pour les États-Unis sont d'élargir la pénétration du marché et la compétitivité de ses industries en privilégiant leur participation à d'importantes foires commerciales de même qu'à des missions commerciales de pays étrangers au Canada et du Canada à l'étranger.

Compte tenu de l'importance croissante des services au sein de l'économie nationale et de l'élargissement du commerce mondial de même que du commerce bilatéral entre le Canada et les États-Unis dans le secteur des services, notre programme de commercialisation pour ce pays continuera de mettre l'accent sur les exportations de services canadiens.

La plupart des PME acquièrent d'abord leur expérience des marchés internationaux en se taillant une place sur le marché américain. Un objectif important du Programme de promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement est de continuer d'accroître la participation des PME à une vaste gamme d'activités de promotion aux États-Unis. Un élément clef de la réalisation de cet objectif est le programme des nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), qui s'adresse exclusivement aux PME et qui leur offre des renseignements pratiques sur les complexités de l'exportation, tout en leur donnant l'occasion de se familiariser concrètement avec le marché américain. Au cours des dix dernières années, le programme s'est montré particulièrement efficace lorsqu'il s'agissait d'aider les nouveaux exportateurs à se tailler une place aux États-Unis et, par la suite, sur les marchés mondiaux.

La stratégie de promotion du tourisme, mise en œuvre en collaboration avec Industrie Canada (Tourisme Canada), les provinces et des partenaires du secteur privé, consiste à accroître les revenus touristiques provenant des États-Unis et à maintenir la proportion de visiteurs qui viennent au Canada. Notre programme d'activité est axé sur des segments de marché à fort rendement, par

exemple les retraités fortunés, les personnes d'âge moyen fortunées, les membres fortunés de la génération du baby boom, les associations, les entreprises et les planificateurs de programmes de voyages-récompenses.

En privilégiant certains genres d'activité en particulier, le programme de promotion de l'investissement continuera d'encourager les alliances et les ententes de collaboration pour aider les entreprises canadiennes à atteindre un certain nombre d'objectifs stratégiques, par exemple la modernisation de leurs capacités technologiques et la promotion de leur croissance financière et de la solidité de leurs actifs immobilisés.

Nous donnerons également de l'expansion à notre programme de visites de liaison auprès de cadres supérieurs d'entreprises américaines afin de promouvoir le Canada en tant que marché d'investissement, tout en préservant les investissements américains au Canada. Ces rencontres servent également à promouvoir une vaste gamme d'intérêts économiques canadiens et à expliquer les politiques et les positions du Canada sur des questions particulières.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de la promotion du commerce et
du tourisme des États-Unis
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-944-9480
Télécopieur : 613-944-9119

Europe

Europe occidentale

Introduction

L'Europe occidentale, qui compte 360 millions de consommateurs, est le plus grand importateur de biens et de services au monde, représentant environ 46 p. 100 des importations mondiales de marchandises et 52 p. 100 des importations mondiales de services aux entreprises. À l'instar des États-Unis, elle constitue l'un des marchés les plus vastes, les plus riches et les plus évolués au monde. C'est le principal investisseur dans le monde, un chef de file en matière de recherche et de développement scientifiques, et le plus important partenaire commercial du Canada après les États-Unis. Les exportations canadiennes en Europe de l'Ouest se composent d'une grande proportion de biens à forte valeur ajoutée et d'un fort volume de services aux entreprises. Sept de nos douze premiers marchés d'exportation de marchandises sont en Europe de l'Ouest. Marché présentant d'importantes possibilités de croissance, la région est également un marché essentiel pour les PME.

En 1993, la valeur des exportations de marchandises du Canada vers l'Europe occidentale a totalisé 13,2 milliards de dollars. Même si, depuis 1988, il y a eu une diminution dans les exportations de certaines catégories de produits alimentaires, de matières premières non comestibles et de matières travaillées, on a assisté parallèlement à une croissance régulière des exportations de produits manufacturés ou produits finis à forte valeur ajoutée (total de 4,3 milliards de dollars en 1993), qui représentent dorénavant 32,5 p. 100 du total des exportations, par rapport à 27,3 p. 100 en 1992 et à 25,6 p. 100 en 1988. Entre 1988 et 1993, les exportations de produits pharmaceutiques se sont accrues à un rythme annuel moyen de 23,6 p. 100; venaient ensuite la matière imprimée (23 p. 100), l'équipement et les fournitures dans le domaine médical (14 p. 100), l'équipement de transport

(13,4 p. 100), les machines (7,8 p. 100) et l'équipement de télécommunications et équipement connexe (7,6 p. 100).

L'Europe de l'Ouest est également le deuxième marché en importance du Canada pour les services aux entreprises, tout de suite après les États-Unis. La valeur des services aux entreprises exportés dans cette région s'est accrue de 6 p. 100 en 1992 (la dernière année pour laquelle nous avons des chiffres), pour atteindre un niveau record de 2 milliards de dollars. Entre 1988 et 1992, les exportations de services aux entreprises ont augmenté à un taux annuel moyen de 4,5 p. 100. Plus de la moitié des 13 grands marchés d'exportation de services du Canada sont en Europe de l'Ouest (Royaume-Uni, Allemagne, France, Pays-Bas, Suisse, Belgique, Italie).

L'Europe de l'Ouest est la deuxième source en importance d'investissements étrangers au Canada et la deuxième destination au monde pour les investissements canadiens. Même si les entreprises américaines continuent de posséder la plus forte proportion des actifs de propriété étrangère au Canada, les investissements européens représentaient la plus forte proportion de la croissance de ces actifs chez nous depuis 1985. Les investissements directs du Canada en Europe occidentale ont connu une croissance de 168 p. 100 entre 1985 et 1992, pour atteindre plus de 22 milliards de dollars, tandis que les investissements européens directs au Canada se sont accrues de 114 p. 100, pour se chiffrer à près de 38 milliards.

L'Europe de l'Ouest est un leader mondial en science et en technologie et une importante source de partenariats dans le domaine technologique. Collectivement, l'Europe assume environ le tiers des dépenses mondiales à la R-D et la compétitivité de ses industries a été considérablement renforcée par l'utilisation stratégique de la science et de la technologie de même que de l'innovation industrielle. Plus de 300 projets de collaboration scientifique sont actuellement en cours entre des laboratoires publics du Canada et de l'Europe. La coopération scientifique dans le secteur privé, à

titre d'outil d'accès à la technologie avant sa mise sur le marché, est un domaine également très dynamique.

Le trafic touristique a connu une croissance moyenne de 3,1 p. 100 au cours des cinq dernières années; en 1993, le nombre d'Européens en voyage au Canada a atteint son niveau le plus élevé depuis 1988, affichant une hausse de 8,2 p. 100 par rapport à 1992. Plus de 1,8 million d'Européens ont fait des voyages d'étape au Canada en 1993 et y ont dépensé des sommes estimées à 1,5 milliard de dollars. Le taux de croissance a été cette année-là le plus important parmi tous les marchés continentaux, y compris les États-Unis et l'Asie-Pacifique.

L'Europe occidentale continue d'offrir de nouveaux débouchés importants à court, à moyen et à long terme pour toutes les entreprises canadiennes. Son intégration économique et politique plus poussée, conjuguée à une interdépendance économique accrue entre l'Est et l'Ouest, garantit que l'Europe jouera un rôle essentiel pour le Canada en matière de commerce, d'investissement et de sciences et technologies.

Contexte commercial

L'Europe de l'Ouest, comme l'Amérique du Nord, est graduellement en train de se sortir d'une récession. Quatre des pays du Groupe des Sept (le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France et l'Italie) se trouvent en Europe de l'Ouest. Selon les projections du PIB établies par l'OCDE, les économies de ces quatre pays devraient afficher des taux de croissance oscillant entre 2 et 3 p. 100 en 1995. Même si cette croissance peut être limitée par rapport à celle d'autres pays, elle représente de nouveaux débouchés importants pour les exportateurs canadiens, étant donné l'ampleur même de ces économies. Ainsi, une hausse de 2,5 p. 100 du PIB de l'Allemagne, qui s'élève à 2,5 billions, équivaldrait à 62,5 milliards de dollars. On s'attend à ce que ces perspectives de croissance se répercutent également sur d'autres économies de l'Europe occidentale. D'autres marchés en expansion, par exemple celui de la Turquie, s'attendent à des taux de croissance de 7 ou de 8 p. 100.

Les gouvernements démocratiques stables de l'Europe de l'Ouest, ses économies de marché, ses revenus par habitant élevés et ses systèmes commerciaux basés sur des règles continueront de représenter des marchés à moindre risque pour les exportateurs et les investisseurs éventuels du Canada, particulièrement les PME. Et la situation devrait s'améliorer encore davantage à l'entrée en vigueur, en janvier 1995, de l'accord de l'OMC, par suite des négociations de l'Uruguay Round du GATT.

Une Union européenne sûre d'elle-même et introspective est en train de devenir une force économique et politique dominante, ce qui exerce des pressions accrues sur la relation traditionnelle entre l'Europe et le Canada. Le principal défi que le Canada doit relever est de lutter contre cet eurocentrisme croissant en renforçant sa capacité d'influencer les programmes commerciaux et les mesures législatives de l'Union européenne.

L'unification du marché et le récent élargissement de l'Union européenne présentent également de grands défis pour le Canada : une concurrence plus vive; des barrières non tarifaires; et la concurrence que l'Union européenne livre au Canada à l'égard des investissements étrangers. Par ailleurs, le marché unique contribuera à promouvoir la croissance et à stimuler la demande d'importations, ce qui créera des débouchés encore plus intéressants pour les entreprises canadiennes.

Débouchés commerciaux

L'Europe de l'Ouest offre d'importants débouchés commerciaux aux exportateurs canadiens. On pense qu'un plus grand nombre d'entreprises reconnaîtront ces débouchés et les saisiront grâce à un programme exhaustif de foires et de missions, au programme NEXOS (nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers), à des activités lancées à l'initiative des missions et au programme de promotion du tourisme. (Vous trouverez ci-après une liste détaillée de débouchés dans divers pays.)

En dépit d'une concurrence plus vive à l'échelle mondiale, le Canada continue d'être un

marché d'investissement important pour les PDG de l'Europe de l'Ouest. Grâce à des programmes comme celui de la liaison avec les entreprises du MAECI, on trouvera de nouveaux investisseurs et on aidera les investisseurs qui en ont besoin à exécuter leurs plans d'investissement. Parmi les autres activités prévues dans la région, on retrouve des tables rondes; le soutien des entreprises étrangères au Canada et des missions axées sur l'investissement; et la promotion des possibilités d'investissement pour le Canada en Europe, dans le contexte de l'ALENA, lors d'événements publics et de visites de Canadiens de premier plan dans des grandes villes européennes.

Les alliances stratégiques entre les entreprises canadiennes et les entreprises d'Europe de l'Ouest dans des domaines choisis de la haute technologie se poursuivront, par exemple dans des secteurs à valeur ajoutée comme les logiciels, la biotechnologie, les eaux usées, le laser et l'optoélectronique, les instruments médicaux, les emballages de produits alimentaires, la gestion des déchets solides, les télécommunications, les technologies des océans, la géomatique, la pollution de l'air, les produits agro-alimentaires, la microélectronique et l'automatisation industrielle.

Le Programme d'apports technologiques continue de privilégier les apports qui favorisent l'acquisition et le transfert de technologie entre les entreprises du Canada et les entreprises de l'Europe occidentale, en consultation avec le Conseil national de recherches du Canada. Parmi les autres activités importantes dans la région, on retrouve le soutien des compagnies étrangères et des missions axées sur la technologie au Canada; la promotion des capacités technologiques du Canada en Europe lors d'événements publics (kiosques d'information, partenariats); et un soutien au chapitre des coûts différentiels qu'exigent les projets de R-D.

Royaume-Uni : La relation commerciale du Canada avec le Royaume-Uni est, à presque tous les égards, sa relation commerciale la plus importante en Europe. Le R.-U. est le troisième marché en

importance pour les exportations de marchandises canadiennes (2,9 milliards de dollars). C'est un marché important pour les produits primaires du Canada et un marché en pleine expansion pour les produits manufacturés et les services. Les produits à valeur ajoutée et les services représentent une proportion de plus en plus importante des exportations de marchandises canadiennes; leur part combinée du total des exportations est passée de 20 p. 100 en 1983 à 40 p. 100 en 1993. Si l'on compte les services de tourisme en plus des services aux entreprises, on constate que cette part est passée de 27 p. 100 en 1983 à 49 p. 100 dix ans plus tard.

Les secteurs suivants offrent d'excellents débouchés : le transport; la défense; l'informatique et les télécommunications; la foresterie; les céréales et les oléagineux; la construction; les pêches; l'environnement; les soins de santé; les machines et l'équipement en général.

Allemagne : Avec une population de 80 millions d'habitants et un PIB de 2,5 billions de dollars, l'Allemagne représente l'économie la plus vaste de l'Europe de l'Ouest. Elle venait au quatrième rang des marchés d'exportation des biens canadiens en 1993 (2,5 milliards). Ce marché offre une infrastructure de finances et de communications extrêmement avancée. Les transports sont excellents et les services professionnels sont largement disponibles. Les entreprises allemandes privilégient les stratégies à long terme et préfèrent se tailler une part stable du marché plutôt que de réaliser des profits rapides. Elles recherchent des partenaires et des fournisseurs qui sont déterminés à rester dans le marché, beau temps, mauvais temps. Les consommateurs ne répugnent pas à acheter de fournisseurs étrangers, mais ils préfèrent de beaucoup faire affaires avec des entreprises qui sont établies en Allemagne, particulièrement dans l'industrie des services.

Voici les secteurs offrant d'excellents débouchés : les ordinateurs; l'équipement de télécommunications; le logement; les produits agro-alimentaires; l'environnement; l'automobile;

la géomatique; les produits du bois; les machines; l'aérospatiale; la sécurité; le tourisme; les produits et instruments médicaux; et l'équipement agricole.

Benelux (Pays-Bas, Belgique et Luxembourg) :

En 1993, notre commerce bilatéral avec le Benelux a totalisé 3,6 milliards de dollars et les exportations canadiennes se sont chiffrées à 2,4 milliards (1,3 milliard vers les Pays-Bas et un milliard vers la Belgique, qui sont respectivement les septième et neuvième marchés d'exportation du Canada); la région du Benelux est donc le troisième marché d'exportation du Canada en Europe et le cinquième au monde. Source extrêmement importante de partenaires en matière d'investissement, de technologie et d'alliance stratégique, la région offre également des points d'entrée particulièrement intéressants pour pénétrer dans d'autres marchés de l'Union européenne, comme en témoigne le nombre d'entreprises canadiennes qui y sont établies, soit environ 150.

Les matières travaillées comme le bois, le papier, les métaux, les produits chimiques et les textiles représentent plus de la moitié de nos exportations de marchandises vers cette région. On y retrouve de bons débouchés pour les produits finis comme les produits pharmaceutiques, l'équipement et les fournitures dans le domaine médical, l'équipement de télécommunications et l'équipement connexe, les machines industrielles, l'équipement de transport, les instruments industriels, l'équipement de bureau et divers biens de consommation, notamment les articles pour le sport et les loisirs. Parmi les autres domaines offrant des débouchés, on retrouve la défense, la sécurité civile, les technologies environnementales, les logiciels grand public et les services aux entreprises.

France : La France, dont la population s'élève à 57,7 millions d'habitants et dont le PIB devrait s'accroître de 3 p. 100 en 1995, joue un rôle clé dans l'économie européenne. Compte tenu des possibilités des deux partenaires, les niveaux actuels de commerce sont modestes (la France est le huitième marché d'exportation des marchandises

canadiennes, dont la valeur atteignait 1,3 milliard de dollars en 1993). La valeur des produits finis exportés en France a doublé en cinq ans, et des ventes importantes dans le secteur de l'aviation et de l'aérospatiale représentent l'une de nos grandes réussites.

Les secteurs suivants offrent des débouchés commerciaux : l'aérospatiale et la défense; les produits agro-alimentaires; les pièces d'automobile; la biotechnologie; les réseaux de radiodiffusion par câble; les produits chimiques; les biens de consommation; l'équipement électrique; les technologies de l'environnement; les produits de la pêche; les produits forestiers; les technologies de l'information et les ordinateurs; l'équipement médical; les industries océaniques; l'emballage; la distribution au détail; les télécommunications; le tourisme; et l'équipement de transport.

Italie, Autriche et Suisse : L'Italie offre des possibilités énormes pour les entreprises canadiennes. Même si elle est au cinquième rang des économies mondiales, elle ne venait qu'au onzième rang des marchés d'exportation du Canada en 1993 (969 millions de dollars). Le gouvernement a entrepris un plan dynamique de privatisation des entreprises et des conglomerats d'État qui vient renforcer l'attrait de l'Italie pour les entreprises canadiennes. Il y a des avantages à établir des liens avec les sociétés italiennes pour pénétrer dans le marché fortement industrialisé de ce pays et s'y tailler une place à long terme. De surcroît, l'Italie peut être une porte d'entrée vers l'Europe de l'Est et les pays de la Méditerranée. Il existe d'excellents débouchés dans les secteurs suivants : transport; équipement et services de télécommunications; logiciels; équipement et services environnementaux; céréales et graines fourragères; foresterie; et produits de la pêche de grande valeur.

La Suisse est le douzième marché d'exportation du Canada. Les exportations canadiennes vers ce pays se chiffraient à 954 millions de dollars en 1993 et les importations suisses au Canada à 651 millions de dollars, soit des échanges

bilatéraux totalisant 1,6 milliard de dollars. Le Canada vient au deuxième rang des destinations étrangères préférées des touristes suisses; en 1992, ils ont dépensé chez nous 97 millions de dollars. Avec une population de sept millions d'habitants et un PIB qui devrait afficher une croissance de 2,5 p. 100 en 1995, la Suisse présente de bonnes possibilités commerciales. Il existe des débouchés importants dans les domaines suivants : l'environnement; les produits pour les soins de santé; la technologie de l'information; les articles de sport; et le tourisme.

L'Autriche est un pays petit mais prospère qui offre de bons débouchés aux entreprises canadiennes. En 1993, les exportations du Canada vers ce pays se sont chiffrées à 144,3 millions de dollars. Les produits manufacturés représentent environ les deux tiers des exportations canadiennes. L'Autriche devrait se joindre à l'Union européenne en janvier 1995, ce qui rehaussera sa situation déjà favorable en tant que source de partenariats en matière de projets et d'échanges pour l'exploitation de nouveaux débouchés dans des pays d'Europe de l'Est comme d'Europe de l'Ouest. Il existe des débouchés importants pour les exportations canadiennes, les coentreprises et les transferts de technologie dans les domaines suivants : l'aérospatiale; l'automobile; la foresterie; l'informatique et les télécommunications; les produits et services environnementaux; et les produits agro-alimentaires.

Pays scandinaves : Notre commerce bilatéral avec les pays nordiques, qui s'établit à 3,3 milliards de dollars, équivaut à peu près à nos échanges avec la France. Les exportations canadiennes dans les pays nordiques ont atteint 986,4 millions de dollars en 1993. Les investissements des pays nordiques au Canada sont relativement importants et la Suède occupe la tête de file à la fois dans les investissements directs (plus d'un milliard de dollars) et dans le nombre d'entreprises établies au Canada (près de 140 sociétés ont des filiales au Canada). La Suède et la Finlande se sont joints à l'Union européenne le 1er janvier 1995 et il est

question que la Norvège en devienne le seizième membre; si c'est le cas, tous les pays scandinaves feront alors partie de l'Union européenne. Les pays nordiques, dont le PIB combiné atteint 591 milliards de dollars, revêtent une importance commerciale plus importante que leur population totale (23 millions) ne le laisserait penser. Même si la récession est à l'origine d'une diminution des échanges commerciaux au cours des dernières années, sauf en Norvège, les économies scandinaves sont en train de connaître une reprise.

Il existe d'excellents débouchés dans les secteurs suivants : le pétrole et le gaz; les ordinateurs; l'équipement de télécommunications; les produits agro-alimentaires; l'environnement; les pêches; la foresterie; le transport; les soins de santé; l'équipement de sport.

Péninsule ibérique (Espagne et Portugal) :

L'Espagne est le dixième importateur en importance au monde (125 milliards de dollars en 1993) et le vingt-deuxième marché d'exportation du Canada (384 millions la même année). Les activités commerciales du Canada en Espagne sont axées sur l'exportation de matières brutes comme les produits miniers, la pâte et le papier, les combustibles minéraux, le bois et les produits de la pêche. Pour accroître leur part du marché espagnol, les entreprises canadiennes doivent s'y trouver des créneaux spécialisés, compte tenu de la concurrence des autres pays de l'Union européenne. Il existe d'importants débouchés dans les secteurs suivants : les produits et services environnementaux; le transport; les télécommunications; l'équipement mécanique et électrique; les combustibles minéraux et le pétrole; la construction; et les services aux entreprises.

Depuis que le Portugal s'est joint à l'Union européenne en 1986, la nature de son commerce international s'est profondément transformée. Avant 1986, environ 75 p. 100 des importations du Portugal venaient de l'extérieur de l'Union européenne; mais aujourd'hui, 75 p. 100 de ses importations proviennent de l'Union européenne. En outre, 75 p. 100 des exportations du pays sont

dorénavant destinées à l'Union européenne. Notre commerce bilatéral avec le Portugal se chiffrait à 282 millions de dollars en 1993, et les exportations du Canada y totalisaient 103 millions de dollars. L'économie du Portugal a récemment subi une transformation radicale qui s'est traduite par un afflux de richesses, comme en témoigne le PIB par habitant, qui est passé de 2 000 \$ US à 10 000 \$ US depuis 1985. Cette nouvelle richesse donne aux Canadiens l'occasion de diversifier leurs exportations, en privilégiant les biens à valeur ajoutée plutôt que les produits dérivés des matières premières. Les technologies environnementales, technologies multimédias et technologies de l'information du Canada, ainsi que ses techniques de construction de maisons à charpente en bois trouveraient d'excellents débouchés dans le marché portugais.

Grèce et Turquie: Nonobstant ses difficultés économiques actuelles, la Grèce offrira des possibilités de croissance pour les ventes en 1995. En 1993, notre commerce bilatéral avec ce pays s'élevait à 162 millions de dollars, nos exportations y totalisant 103 millions. La Grèce recevra une importante somme — environ 13 milliards de dollars — en vertu du programme Delor 11 de la Communauté européenne. Cet argent sera consacré à un grand nombre de projets d'infrastructure dans les secteurs du transport, des télécommunications et de l'environnement. Il existe également des débouchés dans la foresterie; les produits agro-alimentaires; les biens de consommation; les machines et l'équipement; et la défense.

L'économie de la Turquie a continué d'afficher une très forte croissance en 1993, le PIB

augmentant à un rythme de 7 à 8 p. 100, soit la hausse la plus forte parmi tous les pays de l'OCDE. Cette performance devrait se maintenir en 1995. En 1993, notre commerce bilatéral avec la Turquie s'élevait à 242 millions de dollars, les exportations canadiennes y représentant 160 millions de dollars. Les exportations de services canadiens ont été stimulées par le lancement du projet du métro d'Ankara en mars 1993, qui a injecté quelque 200 millions de dollars dans le secteur des services d'ingénierie cette année-là. Il existe d'importants débouchés dans les secteurs suivants : les produits agro-alimentaires; la construction; la défense; l'électricité et l'énergie; et l'environnement.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de l'expansion du commerce, de
l'investissement et de la technologie avec
l'Europe de l'Ouest
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-995-9403
Télécopieur : 613-995-6319

Europe centrale et orientale

Europe centrale

Introduction

L'Europe centrale se compose de la République tchèque, la Pologne, la Slovaquie, la Roumanie, la Moldavie, la Hongrie, la Slovénie, la Croatie, l'Albanie, la Bulgarie, la Bosnie-Herzégovine, l'ancienne République yougoslave de la Macédoine et la Yougoslavie/Serbie Monténégro. La région compte environ 120 millions d'habitants. Les exportations canadiennes en Europe centrale se sont élevées à 233 millions de dollars en 1993, soit une hausse de 7 p. 100 par rapport à l'année précédente. Les pays prioritaires pour le Canada dans la région sont la République tchèque (population de 10 millions), la Pologne (38 millions) et la Hongrie (10 millions).

Contexte commercial

La transition à de nouvelles économies libérales des anciennes économies communistes dirigées présente un défi de taille pour la région. Certains pays sont plus avancés que d'autres et les programmes de privatisation évoluent rapidement, en créant des débouchés pour les entreprises et les investisseurs du Canada, que ce soit par la mise en œuvre de projets financés par la Banque mondiale, le FMI ou la BERD, ou encore d'installations nouvelles ou de coentreprises.

À mesure que l'Europe centrale s'adapte à l'économie de libre marché, la réduction de la dette devient le principal objectif des pays de la région, ce qui favorise la conclusion d'ententes de financement bilatéral. La République tchèque a entièrement remboursé sa dette au FMI, ce qui est particulièrement digne de mention. Le Canada met dorénavant des lignes de crédit à la disposition des exportateurs dans les pays qui ont fait le plus de progrès. La plupart des devises ne sont pas convertibles, mais un grand nombre des pays de la

région sont en train de prendre des mesures pour corriger la situation dans un avenir rapproché.

L'Europe centrale commence à envisager de se joindre à l'Union européenne; la République tchèque, la Pologne et la Hongrie sont en tête de file. Tous les pays de la région sont en train de modifier leurs lois et leurs politiques commerciales pour les rendre compatibles avec celles des démocraties de l'Ouest. Les politiques commerciales protectionnistes, les taux d'imposition élevés et les bureaucraties intransigeantes qui existent encore soulèvent des préoccupations. Les pays de la région cherchent activement à devenir membres d'associations multilatérales comme le GATT, le FMI, la Banque mondiale, l'OCDE et l'OTAN ou à s'y associer, et veulent signer des ententes sur des régime tarifaires particuliers, sur la double imposition et en matière d'investissements et d'assurances. La Hongrie fait partie du GATT depuis 1973.

À mesure que les pays de la région libéralisent leurs économies, les possibilités d'investissement et les débouchés commerciaux pour les entreprises canadiennes devraient se révéler très positifs.

Hongrie

Voici les secteurs qui présentent actuellement les meilleures possibilités commerciales pour les entreprises canadiennes : les services, le transport, la construction, l'énergie, l'environnement, la promotion du tourisme et la mise en place d'infrastructures. Il existe également de nombreuses possibilités d'investissement au sein de l'économie hongroise, qu'il s'agisse de nouvelles installations ou de coentreprises.

On retrouve également d'autres possibilités d'exportation dans le cadre de projets des banques multilatérales (Banque mondiale, BERD) et des programmes gouvernementaux de privatisation, de même que dans le secteur municipal et dans les domaines de l'agriculture, de la formation, de la distribution et du commerce de détail, des services juridiques commerciaux, des soins de santé et de l'administration de la santé, et des industries culturelles.

Pologne

Les principales possibilités que le Canada peut exploiter se retrouvent actuellement dans les secteurs suivants : la construction, les télécommunications, l'informatique, la géomatique, l'agriculture et la transformation des aliments de même que les biens et services environnementaux. Il y aura également de nouveaux débouchés en Pologne dans le cadre de projets de la Banque mondiale qui seront bientôt exécutés dans les domaines de la foresterie, de l'énergie, des télécommunications, de l'acier, des soins de santé et de l'équipement ferroviaire. En outre, il y aura vraisemblablement un accroissement de la demande de produits pharmaceutiques au cours des années qui viennent.

République tchèque

Il existe de nombreux débouchés pour le savoir-faire commercial et la technologie du Canada un peu partout dans la République tchèque. Dans les industries chimiques et les industries reliées à la métallurgie, par exemple, des projets sont déjà en cours ou sont en train d'être élaborés en vue de moderniser les usines actuelles et de faire de la recherche et (ou) du développement à l'égard de nouvelles préparations chimiques, y compris des plantes organiques, de la résine d'époxy, des apprêts de surface, des produits pour la médecine et la médecine vétérinaire, des lubrifiants synthétiques et du ciment. Le savoir-faire canadien se révélera peut-être également nécessaire pour le réaménagement de l'industrie alimentaire, qui privilégiera les petites et moyennes usines plutôt que les entreprises de grande envergure, ce qui nécessitera notamment la modernisation de l'équipement de

transformation et l'adoption de technologies modernes pour l'emballage et l'étiquetage. Dans les domaines du textile et de la confection de vêtements, les salaires relativement bas et le travail remarquablement soigné que l'on retrouve en République tchèque pourront constituer la base de partenariats prometteurs entre des entreprises canadiennes et d'autres entreprises étrangères exerçant leurs activités dans le domaine. On retrouve des conditions semblables dans les secteurs du cuir et de la chaussure.

Dans l'industrie de la transformation du bois, il existe des débouchés dans le domaine de la gestion de l'exploitation des matières premières disponibles sur place, de même que du lancement de nouveaux produits comme le papier recyclé, les panneaux thermo-isolants et le carton multicouches. Dans le domaine agricole, il y a de grands besoins en matière de technologie et de savoir-faire modernes, par suite de la privatisation à grande échelle qui a eu lieu au cours de l'année dernière. Les secteurs de la construction et des télécommunications sont également prometteurs.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et du
Commerce international
Direction de l'expansion du commerce
en Europe centrale et en Europe de l'Est
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-996-7107
Télécopieur : 613-995-8783

Europe orientale

Introduction

L'Europe orientale comprend les pays suivants : Russie, Ukraine, Pays baltes (Lettonie, Lituanie, Estonie), Kazakhstan, Ouzbékistan, Tadjikistan, Turkménistan, République de Kirghizie, Géorgie, Arménie, Azerbaïdjan et Bélarus. La population de la région compte environ 285 millions d'habitants et les pays prioritaires pour le Canada sont la Russie (population de 148 millions), l'Ukraine (51 millions) et le Kazakhstan (17 millions). En 1993, la Russie représentait le vingtième marché du Canada, nos exportations y atteignant 464 millions de dollars.

Contexte commercial

En 1993, le commerce bilatéral entre le Canada et la Russie a totalisé près d'un milliard de dollars, le Canada bénéficiant d'un léger surplus. Les récents événements qui ont entouré le démantèlement de l'ancienne Union soviétique, le passage à l'économie de marché et la transition entre l'économie dirigée et l'économie de marché libre se sont traduits par une dislocation des anciennes structures sociales. En dépit de ces difficultés, la Russie demeurera à long terme une puissance économique et politique de premier plan dans la région. Le marché de l'ancienne Union soviétique se compose de plus d'un demi-milliard de personnes; les ressources naturelles de la Russie sont immenses et sa base industrielle est bien établie. Il s'agit donc de trouver un moyen de s'installer sur le marché tout en contrôlant les risques économiques et politiques qu'il y a à faire des affaires dans ce pays. On y constate une grande pauvreté et beaucoup de perturbations sociales et de craintes pour l'avenir. En conséquence, la criminalité et la corruption représentent des problèmes de taille.

Il faut se préparer à fond avant d'aborder les marchés dans cette région. Des services d'études de marché, services juridiques, services de vérification comptable et autres services de soutien aux entreprises normalement offerts dans l'Ouest se

retrouvent dorénavant aussi à Moscou et dans certaines capitales régionales. Cependant, les autorités locales exigent leur part du gâteau et affirment leurs droits en matière de prise de décisions, d'imposition et de propriété territoriale. Pour y faire des affaires, il faut donc traiter avec elles, en plus de faire face aux organismes de réglementation, au fisc et aux bureaucraties qui régissent les importations et les exportations. On remarque une certaine lenteur dans l'application des nouvelles lois et l'absence de transparence. Quoi qu'il en soit, la transition vers une nouvelle économie de marché a été amorcée. Le programme Renaissance du MAECI pour l'Europe de l'Est favorise l'établissement de coentreprises et peut assumer une partie des coûts des entreprises privées canadiennes qui veulent déterminer la faisabilité de pénétrer dans certains marchés.

Fédération russe

Il existe dans nombre de secteurs des possibilités d'exportation, notamment dans les domaines suivants.

- **Pétrole et gaz** — C'est probablement dans ce secteur que les entreprises canadiennes trouveront les meilleures possibilités. Le secteur russe du pétrole et du gaz a besoin d'entreprises de prospection et de production de l'Ouest, de même que d'entreprises de conversion et de fourniture d'équipement d'exploitation, de services et de technologies pour mettre fin au déclin de la production, qui a baissé de près de 50 p. 100 depuis 1989.
- **Mines et métallurgie** — Un grand nombre des mines russes sont dangereuses et inefficaces. Dans de nombreux cas, l'équipement est vétuste. Il y a des possibilités considérables pour le savoir-faire, la technologie et l'équipement du Canada dans le domaine de l'exploitation minière, particulièrement dans le secteur du charbon. De la même façon, les hauts fourneaux des aciéries russes remontent souvent aux années 1930, de sorte qu'il y a des débouchés pour les fournisseurs canadiens de services et d'équipement métallurgiques.

- **Foresterie et produits forestiers** — Il y a des débouchés en matière d'équipement, de technologie et de services; et également dans le domaine des contrats de licence relatifs à la technologie nécessaire pour la fabrication de l'équipement.
- **Construction** — Environ 750 000 membres des forces armées sont de retour d'Europe centrale et d'Europe de l'Est. La Fédération russe fait donc face à une grave pénurie de logements. Il y a des besoins considérables en matière d'équipement de construction, de matériaux de construction, de technologies et de services, et de formation connexe.
- **Télécommunications** — Le système téléphonique de la Russie a besoin d'être modernisé. Il y a donc d'importants débouchés dans le domaine des produits, des technologies et des services de télécommunications.

Ukraine

Il existe des débouchés pour les exportations canadiennes dans divers secteurs, notamment l'agriculture et la transformation des aliments, l'énergie, les mines, les métaux, les produits et les services liés aux minéraux, les produits pharmaceutiques, les produits et les services médicaux et les produits et les services de soins de santé, les télécommunications et l'électronique, la construction et l'environnement. Le Canada a passé une convention de double imposition avec l'Ukraine, en plus de signer une entente de protection des investissements étrangers et une autre entente de coopération économique. La SEE a offert à l'Ukraine une ligne de crédit de 20 millions de dollars (sans conditions préférentielles) pour l'achat de biens et services d'équipement et biens et services apparentés.

Kazakhstan

À l'heure actuelle, ce sont les secteurs suivants qui offrent les plus grandes possibilités pour les entreprises canadiennes : prospection et production de pétrole et de gaz; exploitation minière et métallurgie; production agro-alimentaire; entreposage et transformation des aliments (y compris les machines agricoles); transport, distribution et autres services; construction et matériaux de construction; télécommunications; tourisme; services aux entreprises et services professionnels; et protection de l'environnement.

Des débouchés additionnels pour les entreprises canadiennes découlent de la conversion et (ou) de la diversification des installations de défense, qui seront transformées en installations de production de haute technologie ou d'autres genres de production civile, parallèlement à la planification et aux services dans les domaines de la construction résidentielle et de la gestion et des services municipaux; la remise en état des installations industrielles, l'informatique, la fabrication d'instruments médicaux, la production de biens de consommation (comme les chaussures) et la distribution au détail.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
 du Commerce international
 Direction de l'expansion du commerce en
 Europe centrale et en Europe de l'Est
 125, promenade Sussex
 Ottawa (Ontario) K1A 0G2
 Téléphone : 613-996-6429
 Télécopieur : 613-995-8783

Amérique latine et les Antilles

Introduction

La région de l'Amérique latine et des Antilles représente globalement un produit intérieur brut (PIB) d'environ 1,3 billion de dollars. Durant les dernières années, l'économie de cette région a connu le deuxième taux de croissance le plus élevé au monde, après l'Asie-Pacifique. Sur le plan de la stabilité politique, tous les pays (sauf Cuba) sont dirigés par des gouvernements démocratiques, ce qui représente un contraste marqué par rapport à la situation de 1980.

Les libéralisations économique et commerciale ont été le fondement de la politique économique dans cette région. Ce processus, avec le Mexique et le Chili comme chefs de file, (et incluant maintenant presque tous les pays de la région) a suscité une réduction et une élimination importantes des barrières tarifaires et non tarifaires, des programmes de privatisation générale, et un environnement plus favorable quant à la propriété intellectuelle et aux investissements étrangers. La plupart des pays de cette région ont accepté le principe de l'intégration commerciale de l'hémisphère et ce, de préférence par intermédiaire d'un plus grand ALENA, même si des regroupements régionaux (le Mercosur, le G-3, le Pacte andin, le CARICOM, etc.) voient aussi le jour. Ces engagements se sont traduits par des actions concrètes, en particulier dans le cas du Mercosur. Les exportations canadiennes dans cette région en 1993 atteignaient 3,5 milliards de dollars, soit une augmentation de 5 p. 100 par rapport à 1992. Environ 58 p. 100 des exportations canadiennes se composaient de produits ouvrés et de produits finis.

Contexte commercial

Le plus grand défi en matière de politique commerciale est de continuer sur la lancée de l'adhésion à l'ALENA, compte tenu du fait que le Congrès des États-Unis n'a pas renouvelé la procédure « d'autorisation accélérée » pour les

négociations commerciales. Si l'on ne réussit pas à conclure un plus grand ALENA, il pourrait y avoir une prolifération d'accords bilatéraux et sous-régionaux, comportant chacun une série distincte de règles commerciales, une situation qui rendrait encore plus difficiles les opérations commerciales.

Bien que l'Uruguay Round ait permis de régler bon nombre des problèmes d'accès aux marchés dans cette région, il reste encore plusieurs irritants. La question des subventions aux exportations pour les produits agricoles, en particulier les céréales, n'a pas encore été réglée et pourrait avoir de grandes répercussions sur les exportations canadiennes. Le Canada tente aussi de régler, par l'intermédiaire de négociations bilatérales, les problèmes d'accès pour des produits comme les pommes de terre de semence (Mexique, Venezuela, République dominicaine) et le porc (Argentine). Les délais douaniers au Mexique et dans d'autres pays posent aussi un problème croissant.

La disponibilité du financement à moyen et à long terme pour les exportations demeure un problème pour plusieurs pays de cette région (p. ex., l'Amérique centrale, Cuba, le Venezuela, le Brésil et le Pérou) et des mécanismes innovateurs sont souvent nécessaires pour aider au financement des exportations canadiennes de biens de production.

Débouchés commerciaux

Le gouvernement mettra l'accent sur les possibilités qui découlent de la libéralisation des marchés et de l'expansion économique dans les secteurs clés de compétences technologiques du Canada. Compte tenu des nouvelles économies qui existent dans cette région, cela devient la norme de passer des exportations normales aux exportations qui suscitent des transferts de technologie, des coentreprises et un investissement direct. Un objectif sous-jacent est de continuer de passer des exportations fondées sur les richesses naturelles à des produits manufacturés à plus grande valeur ajoutée. Les secteurs prioritaires dans cette région incluent :

- **Mexique** : les mines, l'énergie, le pétrole et le gaz naturel, l'électricité, la technologie de la fabrication, les industries agro-alimentaires.
- **Amérique du Sud** : l'énergie, le pétrole et le gaz naturel, les industries environnementales, l'agro-industrie, les télécommunications, l'informatique, les mines, les forêts, la technologie de la fabrication, les transports.
- **Amérique centrale** : les télécommunications, les produits liés aux services de santé, l'informatique, les services de consultations, l'agro-alimentaire.
- **Antilles** : les produits et services liés à l'industrie du tourisme, les industries liées à l'environnement, le pétrole et le gaz naturel (Cuba), les mines (Cuba), les industries agro-alimentaires.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction du commerce dans
l'Amérique latine et les Antilles
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-996-3877
Télécopieur : 613-943-8806

Asie-Pacifique

La région de l'Asie-Pacifique offre certains des marchés ayant la plus rapide croissance au monde. Ces marchés sont aussi variés et différents que la région elle-même, et ils offrent des possibilités pour presque tous les secteurs de compétences commerciales du Canada.

Les marchés de l'Asie-Pacifique ne sont pas sans présenter des défis, dont la langue, la culture et les différentes méthodes commerciales. Toutefois, le dynamisme, l'innovation et la capacité d'absorption des sociétés de l'Asie-Pacifique compensent ces défis. Depuis les géants économiques de l'Asie, de la Chine et de l'Inde, en passant par les « tigres » d'Asie, de Corée et de Thaïlande, jusqu'aux économies exemplaires de l'Asie-Pacifique que sont le Japon, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, cette région détient la clé de la croissance économique mondiale. Ce géant économique est constitué grâce à des mécanismes multilatéraux, dont l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) et des regroupements sous-régionaux comme l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE).

En 1993, les exportations de marchandises canadiennes dans cette région atteignaient au total quelque 19 milliards de dollars. La conclusion récente de plus de 8 milliards de dollars en contrats avec la Chine n'est qu'un des indices de résultats meilleurs en 1994 et dans l'avenir.

Japon

Introduction

Le Japon est le troisième plus grand partenaire commercial du Canada après les États-Unis et l'Union européenne. En général, les relations commerciales entre les deux pays sont harmonieuses. Le volume commercial a plus que doublé depuis 1985 et il est de plus en plus diversifié.

En 1993, les exportations du Canada au Japon se sont élevées à 8,4 milliards de dollars, soit une augmentation d'un milliard de dollars par rapport à 1992, ce qui correspond presque au maximum atteint en 1989. Les importations canadiennes du Japon sont demeurées stables à 10,7 milliards de dollars, ce qui laisse un déficit de 2,3 milliards de dollars. Durant la première moitié de 1994, le commerce total est presque demeuré le même, sauf pour ce qui est d'une légère augmentation des importations.

Contexte commercial

Les exportations du Canada au Japon ont diminué de plus d'un milliard de dollars en 1991 et ont seulement connu une légère reprise en 1992. Toutefois, le Canada a regagné en 1993 plus d'un milliard de dollars. La fluctuation des prix des marchandises a été un important facteur qui a influencé les chiffres d'une année à l'autre. Toutefois, à plus long terme, le Canada a connu une importante croissance des importations de produits à valeur ajoutée du Japon, tandis que les importations de matériaux liés aux ressources de base sont demeurées stables ou elles ont diminué.

Les entreprises canadiennes qui ont pris connaissance de cette tendance ont connu un succès réel sur le marché japonais en ce qui a trait aux services et aux produits manufacturés spécialisés. Plus d'entreprises doivent comprendre l'importance stratégique à long terme du Japon et faire de même.

En réagissant à la nouvelle économie du Japon, les entreprises canadiennes peuvent tirer profit des nouveaux débouchés commerciaux et s'adapter aux nouveaux besoins d'importations du Japon. La participation à des secteurs de croissance du marché permettra finalement aux Canadiens de mieux profiter des possibilités commerciales qui existent sur les marchés de l'Asie-Pacifique et sur d'autres marchés mondiaux.

Débouchés commerciaux

Le Plan d'action du Canada pour le Japon, instauré en mai 1993, est une entreprise de coopération visant à établir le rôle du gouvernement à titre de fournisseur de services et d'information pour appuyer les efforts du secteur privé visant à établir et à améliorer les relations commerciales avec le Japon. Une analyse du marché japonais et des capacités industrielles du Canada a permis de déterminer sept secteurs prioritaires : les produits de construction, les produits du poisson, les aliments transformés, les pièces d'automobile, l'aérospatiale, la technologie de l'information et le tourisme.

Ce Plan insiste grandement sur l'élaboration, principalement par les entreprises, de plans d'action stratégiques sectoriels pour bien placer les produits canadiens sur le nouveau marché japonais.

- Les trois principaux objectifs de ce Plan sont :
- accroître la sensibilisation à la dynamique du nouveau marché du Japon;
- adapter les produits à ces changements;
- relever les défis de commercialisation que présentent ces changements au Japon.

Une approche de coopération en équipe est essentielle pour le succès du Plan. Des groupes de l'industrie (un pour chaque secteur prioritaire) doivent ouvrir la voie. Dans certains cas, il existe des coalitions d'associations industrielles; dans d'autres cas, des groupes du secteur privé se sont mis ensemble spécialement pour attaquer le marché japonais. Si approprié, des équipes gouvernementales tant au niveau fédéral que provincial appuient ces groupes, dans chaque secteur.

Ce ne sont pas des organismes consultatifs. L'idée consiste à tirer profit des synergies d'une approche Équipe Canada pour pénétrer le marché japonais. Les gouvernements sont prêts à appuyer les activités pour permettre aux industries de mieux se préparer à l'égard des exportations et pour fournir une meilleure information sur les stratégies et les marchés. Ils peuvent aider à

adapter les produits, à acquérir la technologie, à rechercher des partenaires ou à établir une présence industrielle sur le marché - sur une base de collaboration, de partenariats et de frais partagés.

À mesure que nos relations commerciales avec le Japon s'améliorent, les possibilités d'investissement japonais dans les entreprises canadiennes et d'investissement canadien au Japon augmentent considérablement, parce qu'il faut souvent établir d'abord des relations commerciales soutenues pour créer des relations d'investissement. Si l'on inclut dans la définition des alliances stratégiques en matière d'investissement, le transfert de technologie, les licences et les coentreprises pour la commercialisation et la distribution, il y a alors des possibilités d'investissement bilatéral dans tous les secteurs visés par le Plan d'action.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Division du Japon
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-995-8985
Télécopieur : 613-943-8286

Chine et Hong Kong

Introduction

La zone économique chinoise, qui inclut Hong Kong, est aujourd'hui la zone la plus dynamique au monde. Bien que les récents taux de croissance annuels très élevés de 12 à 13 p. 100 risquent de baisser durant la prochaine année, les perspectives d'une croissance soutenue durant la dernière moitié de la décennie semblent bonnes. La Banque mondiale, utilisant la norme du pouvoir d'achat relatif, a évalué que la Chine serait la troisième plus importante économie du monde. En chiffres plus quantifiables, la Chine a effectué des opérations commerciales pour un record de 196 milliards de dollars américains avec ses partenaires étrangers en 1993, enregistrant un déficit de l'ordre de 6 milliards de dollars américains.

L'élargissement de nos relations économiques avec la Chine est une priorité, comme en témoigne la visite de « l'Équipe Canada » du Premier ministre Chrétien en novembre 1994. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a aussi réorganisé son programme commercial pour la Chine en 1993-1994, en intégrant plus étroitement les activités de développement commercial de nos postes à Beijing, Shanghai et Hong Kong, et en ouvrant un nouveau poste commercial à Guangzhou.

Bien que la Chine soit actuellement notre cinquième plus important partenaire commercial, les exportations en 1993 ont été seulement de 1,5 milliard de dollars, soit une diminution par rapport à notre record de 2,1 milliards de dollars en 1992. Toutefois, nos perspectives d'enregistrer sous peu une augmentation des exportations sont bonnes, parce la Chine désire acheter du Canada davantage de produits agricoles et de produits manufacturés à haute valeur ajoutée. Compte tenu de l'incertitude continue sur le plan politique, il est toutefois important d'être prudent (c.-à-d. qu'il faut tenir compte des risques commerciaux et des risques-pays lorsqu'on décide d'y investir).

On ne peut trop insister sur l'importance de Hong Kong à titre de participant aux relations économiques sino-canadiennes, et comme important marché autonome. Il demeure le principal financier de l'expansion économique de la Chine et le point d'entrée sur le lucratif marché du Sud de la Chine, l'économie régionale la plus dynamique en Asie. C'est aussi à Hong Kong que se trouve la plus importante présence commerciale canadienne en Asie.

Contexte commercial

La Chine a connu un succès exceptionnel, malgré 30 années de planification centrale. En 1993, plus de la moitié de la production économique totale de la Chine était assurée par des entités économiques non contrôlées par l'État. En outre, les entreprises dirigées par l'État sont de plus en plus obligées de fonctionner comme une entreprise commerciale et faire des profits. Il y a une forte reprise de l'entrepreneuriat individuel, qui est même évidente dans l'administration gouvernementale.

À l'échelle individuelle, il n'y a pas beaucoup de différence entre faire des affaires en Chine ou partout ailleurs; un bon prix, des produits de qualité et la fiabilité du fournisseur sont la clef du succès commercial. Le marché est extrêmement compétitif, surtout pour toutes les questions liées au prix et au financement. De plus, les partenaires chinois accordent beaucoup d'importance aux relations personnelles dans les opérations commerciales. La réussite exige invariablement de la persistance, de la patience, une présence continue sur le terrain, et un produit d'un prix compétitif.

Le passé socialiste de la Chine influence encore beaucoup son régime réglementaire, surtout dans les secteurs sensibles comme les télécommunications. Le processus d'approbation de tout projet de moyenne ou de grande envergure (c.-à-d. de moins de 10 millions de dollars) est lourd, lent et sujet à des abus. Toutefois, il est généralement plus facile de faire des affaires à plus grande échelle que par le passé, en raison de la nouvelle politique de décentralisation économique.

Pour aider à surmonter les obstacles bureaucratiques et à dissiper les incertitudes qui existent lorsqu'on fait des affaires sur le marché encore obscur de la Chine, le Canada a fait une priorité de la négociation de l'entrée de la Chine dans la nouvelle Organisation mondiale du commerce (OMC). Nos priorités de négociations couvrent d'importants secteurs d'excellence du Canada, aussi bien dans les secteurs des services que dans celui des marchandises, pour lesquels le Canada a besoin d'un accès amélioré et plus prévisible. C'est le désir avoué de la Chine d'adhérer à l'OMC à titre de membre fondateur en 1995. Le processus de négociations nécessaire pour réaliser cette adhésion demeure toutefois difficile.

Débouchés commerciaux

En réalité, la Chine représente un groupe de marchés régionaux ayant des priorités de développement et des caractéristiques économiques différentes. Le plus riche marché régional demeure les provinces côtières du « Sud de la Chine » de Guangdong et de Fujian, qui sont voisines de Hong Kong. Guangdong à elle seule représente 40 p. 100 de la capacité commerciale étrangère de la Chine, et consomme une quantité disproportionnée de biens importés à haute valeur ajoutée. D'autres marchés régionaux qui peuvent être lucratifs en Chine incluent : les provinces du « Nord-Est », Shanghai et le bassin à forte densité de population du fleuve Yangtse, y compris la province de Sichuan.

Les capacités canadiennes correspondent très bien aux besoins en développement de la Chine. Nos priorités sectorielles pour la Chine et Hong Kong incluent :

- **l'énergie** : des services et de l'équipement de production d'électricité d'origine nucléaire, d'hydro-électricité et d'électricité d'origine thermique;
- **les minéraux** : y compris le pétrole et le gaz naturel, l'équipement et les services;
- **les télécommunications** : tous les aspects, y compris les ventes d'équipement, les services,

les télécommunications liées à l'espace, les communications de données;

- **les transports** : y compris les automobiles, l'aviation et les chemins de fer;
- **l'environnement** : les technologies et les services;
- **l'agro-alimentaire** : y compris le bétail, les produits agricoles, les aliments de bétail transformés à valeur ajoutée, et le poisson; et
- **la gestion urbaine** : y compris le contrôle de la circulation, l'évacuation des déchets solides, la loi et l'ordre, l'éducation et l'assistance sociale.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de la Chine
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-992-7359
Télécopieur : 613-943-1068

Corée et Asie de l'Est

Introduction

Composée de la Corée du Sud, de Taiwan et de l'Indochine, la région de la Corée et de l'Asie de l'Est est l'une des zones économiques ayant la plus rapide croissance au monde. La Corée du Sud, le cinquième plus important partenaire commercial du Canada, reçoit la part du lion des exportations canadiennes dans cette région, où le commerce bilatéral se chiffre au total à 3,9 milliards de dollars.

Les changements survenus dans cette région, surtout l'émergence de la Corée et de Taiwan en tant que nations développées et industrialisées, ont nécessité de repenser et de réorganiser les objectifs et la stratégie du Canada. La stratégie et la politique commerciale du Canada ont tenu compte de ces changements.

Contexte commercial

Le climat d'affaires est excellent pour les entreprises canadiennes, parce que la Corée et Taiwan ouvrent leurs marchés et prennent de l'expérience sur le plan économique. Toutefois, il reste encore beaucoup de progrès à faire, notamment dans le secteur agro-alimentaire coréen. L'élection de Kim Young Sam à titre de président de la Corée en 1993 est un événement prometteur. On a adopté un Plan économique quinquennal qui inclut une série de réformes visant à réduire l'ingérence du gouvernement dans l'économie.

On prévoit que l'économie de Taiwan connaîtra une croissance de 6 à 7 p. 100 par année durant les trois prochaines années. Le moteur de la croissance se révèle être le Plan national de développement sur six ans d'un montant de 250 milliards de dollars. À l'heure actuelle, 35 entreprises canadiennes tentent de réaliser 56 projets d'une valeur de plus de 5 milliards de dollars.

En Corée et à Taiwan, les économies semblent empreintes d'arrivisme. Comme preuve de cette nouvelle prospérité, Taiwan et la Corée sont actuellement parmi les principaux investisseurs en

Asie, particulièrement au Viêt-nam et en Chine. Il y a seulement une génération, ces pays bénéficiaient de l'aide des nations occidentales développées. Naturellement, comme ils jouissent d'un plus grand revenu disponible et de plus nombreuses heures de loisirs, les consommateurs coréens et taiwanais exigent une meilleure qualité de vie, ce qui se traduit par une plus forte demande de services et de produits de consommation.

Toutefois, la situation du Viêt-nam est unique : c'est un pays qui n'a que récemment fait ses premiers pas sur le plan du développement. La levée récente de l'embargo commercial des États-Unis sur le Viêt-nam, l'octroi de la première tranche de financement de la Banque mondiale et de la Banque asiatique de développement pour les infrastructures et l'annonce par le gouvernement vietnamien d'un besoin de 9 milliards de dollars en investissements étrangers pour l'établissement des infrastructures, ont suscité une atmosphère enivrante de ruée vers l'or, qui laisse présager d'énormes profits. Compte tenu de la doctrine sanctionnée par l'État du « Doi Moi » (rénovation) et de la simplification des règlements commerciaux, il existe réellement beaucoup de possibilités pour les entreprises canadiennes au Viêt-nam. Malgré ces récents changements, il faut bien comprendre la réalité. Le Viêt-nam est encore un État très socialiste. Sa bureaucratie est lourde, son peuple connaît mal les pratiques commerciales acceptées, et malgré toute l'attention qu'on lui a récemment prêtée, le Viêt-nam ne peut soutenir une activité économique à grande échelle en raison de l'état actuel de ses infrastructures.

Débouchés commerciaux

Le Canada entretient de bonnes relations commerciales avec cette région. Toutefois, il est encore possible d'accroître nos parts du marché dans diverses industries bien ciblées.

Le Canada et la Corée sont en train de créer un partenariat spécial, après que l'idée ait initialement été lancée au Sommet de 1993 de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique entre le

Premier ministre Chrétien et le président Kim Young Sam, et après que le ministre du Commerce international, M. MacLaren, en ait assuré le suivi à Séoul en avril 1994. Compte tenu de notre importance réciproque en tant que puissances moyennes dans la région de l'Asie-Pacifique, notre mission commerciale s'articule autour de la « Stratégie coréenne ». Elle comporte cinq objectifs :

- 1) accroître le commerce de produits manufacturés et de produits de haute technologie;
- 2) accroître nos exportations agro-alimentaires en continuant d'exercer des pressions sur la Corée pour que soient réglés les problèmes d'accès aux marchés et pour faire passer la priorité aux produits transformés et aux produits à valeur ajoutée;
- 3) accroître l'investissement bilatéral;
- 4) promouvoir la coopération et les partenariats entre les firmes canadiennes et coréennes en recherchant les débouchés sur les tiers marchés; et
- 5) établir des liens commerciaux et des liens à long terme plus solides dans les secteurs des technologies et des nouveaux services.

Compte tenu de la grande envergure du Plan de développement national sur six ans de Taiwan, il existe de nombreux débouchés commerciaux dans le secteur des infrastructures (matériaux de construction, construction, industries du génie et des consultations). Toutefois, il y a aussi eu récemment une nouvelle reprise de la demande pour des produits de consommation, y compris les biens durables importés. De même, l'augmentation des coûts de la main-d'œuvre et la hausse des prix des devises ont forcé l'industrie taiwanaise à rationaliser et à améliorer la qualité et la productivité pour demeurer compétitive à l'échelle mondiale. Par conséquent, il existe beaucoup de possibilités dans les technologies liées à l'équipement de pointe, les biens et services liés à l'environnement et les services d'ingénieurs-conseils.

Le tourisme est aussi une industrie à forte croissance tant pour Taiwan que pour la Corée, qui ont connu des croissances spectaculaires de l'ordre de 30 p. 100 pour Taiwan et de plus de 100 p. 100 pour la Corée au cours de la dernière

année. La Canadian Airlines International offre de nouveaux services à destination de Taiwan afin de répondre à la demande, tandis que la forte augmentation de la circulation entre la Corée et le Canada est attribuable aux nouvelles destinations d'Air Canada vers la Corée.

Actuellement, les trois principaux secteurs d'exportation du Canada au Viêt-nam, qui sont fondés sur les ventes réelles d'exportations sont : l'agro-alimentaire, les soins de santé et l'équipement et la machinerie généraux. Il existe beaucoup de possibilités de croissance dans ces secteurs, ainsi que dans ceux du pétrole et du gaz naturel, des transports et des télécommunications, et de l'informatique.

Les principaux secteurs commerciaux possibles dans chaque pays sont :

CORÉE

- Les transports, surtout aériens, parce que la Corée devra bientôt améliorer ses installations aéroportuaires et ses installations de contrôle de la circulation aérienne.
- L'électricité et l'énergie, p. ex. le soutien et l'équipement liés à la filière CANDU, la distribution et la transmission d'électricité.
- Les technologies, l'équipement et les services de consultation liés à l'environnement.
- Le tourisme.
- Les produits alimentaires à valeur ajoutée, p. ex. les produits transformés.

TAIWAN

- Les industries liées aux infrastructures : la construction, les matériaux de construction, les services de consultation et d'ingénierie.
- Les ventes d'équipement de pointe : la machinerie, les pièces et les services de consultation en matière de robotique.

- Les technologies, l'équipement et les services de consultation liés à l'environnement. Les questions de réduction et de contrôle de la pollution deviennent prioritaires dans les programmes gouvernementaux, exigeant davantage de législation et de financement.
- La réforme du droit.
- Le tourisme.

VIÊT-NAM

- Les industries liées aux infrastructures : la construction, les services de consultation et d'ingénierie.
- Les transports : les systèmes de contrôle de la circulation maritime, le contrôle de la circulation aérienne et les grands projets de construction.
- L'agro-alimentaire : le bétail de haute qualité et l'équipement de transformation des aliments.
- Les télécommunications et l'informatique : l'équipement de commutation numérique, les télécommunications rurales et le multiplexage.
- L'exploration et la production du pétrole et du gaz naturel : la technique de récupération et de distribution, l'équipement et les compétences.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de la Corée et de l'Asie de l'Est
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-995-8705
Télécopieur : 613-996-1248

Asie du Sud

Introduction

En 1993, les exportations de marchandises du Canada en Asie du Sud se chiffraient au total à 400 millions de dollars. L'Asie du Sud n'a pas été un marché traditionnel d'Asie-Pacifique pour les produits, les services et les investissements canadiens. Cette situation change rapidement à mesure que les pays d'Asie du Sud délaissent les politiques économiques introspectives et égocentriques, ouvrent leurs marchés à la libre concurrence et cherchent à s'engager davantage à l'égard de l'économie mondiale.

Contexte commercial

Les intérêts commerciaux canadiens en Asie du Sud ont connu une croissance exponentielle durant les cinq dernières années. Ces intérêts commencent à se traduire par des contrats commerciaux réels, notamment en Inde. L'acceptation du Canada dans cette région est bien établie sur l'aide au développement, sur la coopération par l'intermédiaire du Commonwealth et des Nations Unies, et sur des liens humains solides en raison de l'immigration de nombreux Sud-asiatiques au Canada. Le fait que les pays de l'Asie du Sud parlent l'anglais, qu'ils sont démocratiques et qu'ils connaissent les structures des marchés améliore le contexte commercial.

Le secteur financier est bien développé en Asie du Sud, et la Société pour l'expansion des exportations s'intéresse de plus en plus à cette région. Les institutions financières internationales sont actives dans cette région, notamment la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement. Les activités de ces dernières améliorent le contexte commercial, surtout dans des pays comme le Bangladesh. Il existe des perspectives de commerce liées à l'aide dans la plupart des pays.

Débouchés commerciaux

Le Canada est reconnu en Asie du Sud comme un pays bien développé, capable de fournir des biens et des services de qualité et perfectionnés. Par ailleurs, les pays de l'Asie du Sud perçoivent des avantages particuliers à établir des partenariats et des coentreprises et à conclure des contrats de licence avec les firmes canadiennes. L'acquisition et l'application de la plus haute technologie sont d'un intérêt particulier.

Les principaux secteurs où il existe des débouchés dans toute cette région incluent l'électricité, l'exploitation du pétrole et du gaz naturel, les biens et services liés à l'environnement, les télécommunications et l'agriculture. Il existe aussi des débouchés dans les domaines de l'éducation et de la formation.

Il y a un marché pour les services en Asie du Sud. Ce marché inclut les services d'ingénieurs-conseils, la géomatique, l'environnement, et les services généraux de gestion. L'investissement augmente dans les divers secteurs, dont les télécommunications, les mines et les produits alimentaires, tandis que commence l'investissement dans d'autres secteurs comme l'assurance.

Les principaux secteurs commerciaux possibles dans chaque pays sont :

- **Inde** : C'est dans ce pays que se trouve de loin le plus grand marché de la région. Il y a beaucoup de place pour la coopération commerciale. Les principaux secteurs sont l'électricité et l'énergie, les produits et services liés à l'environnement, l'aviation, l'agro-alimentaire et les télécommunications, mais il existe des débouchés dans presque tous les secteurs, notamment dans le cadre des politiques de réforme et de libéralisation du régime Rao-Singh.
- **Pakistan** : Télécommunications, équipement et technologies de l'information, agro-alimentaire, électricité et énergie, métaux et minéraux.

- **Sri Lanka** : Électricité et énergie, télécommunications, aliments et boissons, matériaux de construction spécialisés.
- **Bangladesh** : Électricité et énergie, blé et oléagineux, télécommunications.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de l'Asie du Sud
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-996-1989
Télécopieur : 613-996-5897

Asie du Sud-Est et ANASE

Introduction

Dans la région dynamique de l'Asie-Pacifique, l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est prend de l'importance sur le plan commercial.

L'Association des nations de l'Asie du Sud-Est a été formée en 1967 et comprend six pays : le Brunéi, l'Indonésie, la Malaysia, les Philippines, Singapour et la Thaïlande. Les pays de l'ANASE ont tissé des liens culturels, politiques et économiques entre eux et avec la communauté internationale. Leurs économies axées sur les marchés sont ouvertes, dynamiques et de plus en plus prospères. Durant la dernière décennie, le taux de croissance économique au sein de l'ANASE a été parmi les plus élevés au monde.

Riche en ressources naturelles, la région de l'ANASE détient la plus grande partie de la production mondiale de caoutchouc, d'huile de palme, d'étain, de copra, de cuivre, de sucre, de café, de bois d'œuvre, de fruits tropicaux, de gaz naturel liquéfié (GNL) et de minéraux. Cette région est aussi devenue un chef de file commercial pour les exportations de produits manufacturés, comme les vêtements et les textiles, l'électronique et les biens de consommation.

Contexte commercial

Les relations commerciales et économiques du Canada avec l'ANASE en tant que région s'améliorent. La croissance dynamique et la diversification des économies des pays membres de l'ANASE offrent d'excellents débouchés pour les Canadiens.

Le commerce bilatéral entre le Canada et la région de l'ANASE a atteint en 1993 un sommet de 4,78 milliards de dollars. La valeur totale du commerce en dollars a augmenté de 50 p. 100 durant les cinq dernières années, et elle a presque quadruplé au cours de la dernière décennie. Toutefois, malgré cette augmentation du

commerce total, les exportations canadiennes vers les marchés de l'ANASE, qui s'élevaient en 1993 à 1,5 milliard de dollars, sont demeurées au même niveau qu'en 1992. Durant la même période, les importations canadiennes en provenance de l'ANASE, qui s'élevaient à 3,26 milliards de dollars, ont augmenté de plus de 750 millions de dollars, ce qui représente pour le Canada un déficit commercial de 1,75 milliard de dollars par rapport à l'ANASE.

Au sein de l'ANASE, l'Indonésie représente le plus grand marché d'exportation du Canada, suivi de près par la Thaïlande, Singapour et la Malaysia. Ces quatre marchés comptent pour environ 87 p. 100 des exportations canadiennes dans cette région. Les Philippines reçoivent quelque 12 p. 100 des exportations canadiennes destinées à la région de l'ANASE.

Le Canada reçoit environ 2 p. 100 de ses importations de la région de l'ANASE. En 1993, les niveaux d'importations s'élevaient à 3,26 milliards de dollars. Les principales importations de la région de l'ANASE ont été de l'équipement et des pièces mécaniques, électroniques et électriques, des articles de vêtement, de la viande et du poisson préparés, et du caoutchouc.

En dépit de cette croissance commerciale, les exportations du Canada et de l'ANASE comptent pour moins de 2 p. 100 de leurs marchés réciproques. Il existe d'énormes possibilités de croissance future dans les relations commerciales du Canada et de l'ANASE. Il y a beaucoup de complémentarité entre les compétences en consultation et les points forts du Canada dans les secteurs manufacturiers comme les télécommunications, les transports et l'énergie, et les besoins en investissement et en développement de l'ANASE.

Il n'existe pas d'importants obstacles ou d'importantes barrières commerciales pour les exportations dans les pays de l'ANASE, mais certains produits des secteurs de la défense, de la haute technologie et de la technologie de l'information exigent des licences d'exportation.

Cette exigence relative aux licences d'exportation pour la vente des produits de défense s'applique surtout à l'Indonésie.

Débouchés commerciaux

Les secteurs prioritaires spécifiques pour 1995-1996 dans chaque pays sont :

- **Brunéi** : L'équipement et les services d'exploration et de transformation du pétrole et du gaz naturel; l'équipement et les services de télécommunications; l'équipement et les services liés à l'électricité.
- **Indonésie** : L'équipement et les services liés à l'électricité; la technologie de l'information, l'équipement et les services liés à l'environnement; les produits forestiers; l'équipement et les services miniers; l'équipement et les services liés à la construction.
- **Malaysia** : L'équipement et les services pour l'exploitation du pétrole et du gaz naturel; l'équipement et les services en matière de transports; la technologie de pointe; l'équipement et les services liés à l'électricité et à l'énergie; les produits alimentaires et agricoles.
- **Philippines** : La technologie de pointe; l'équipement et les services liés à l'électricité; l'équipement et les services miniers; les céréales et les oléagineux; les produits alimentaires et agricoles; les produits et services liés à l'environnement.
- **Singapour** : L'informatique et les télécommunications; la construction, la défense, les produits alimentaires et agricoles; les transports; les services liés au pétrole et au gaz naturel; les produits et les services liés à l'environnement.
- **Thaïlande** : La technologie de l'information; l'équipement et les services liés à l'électricité et à l'énergie; l'équipement et les services en matière de transports; les produits alimentaires et agricoles; les produits et services liés à l'environnement.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de l'Asie du Sud-Est
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-996-8187
Télécopieur : 613-996-4309

Pacifique Sud

Australie

Introduction

L'Australie est notre quatorzième plus grand marché, et il compte parmi les plus importants marchés du Canada pour les produits manufacturés. En fait, plus des trois-quarts de nos exportations sont des produits manufacturés et des produits finis, qui sont souvent exportés par des petites et moyennes entreprises. Après deux années consécutives d'importants déclin, les exportations ont connu une légère reprise en 1992 et continuent d'augmenter en 1993, pour dépasser les 800 millions de dollars selon Statistique Canada. Toutefois, il est plus probable que le niveau réel des exportations dépasse un milliard de dollars selon les chiffres sur les importations de l'Australie.

Contexte commercial

Il existe une affinité naturelle entre le Canada et l'Australie, qui résulte d'un héritage commun par rapport au Commonwealth, d'une langue commune, de systèmes juridiques et réglementaires similaires, et de relations commerciales mutuellement satisfaisantes qui datent d'avant l'arrivée de John Larke, le premier commissionnaire commercial du Canada, à Sydney en 1895. De plus, les tarifs préférentiels accordés à environ 17 p. 100 des exportations canadiennes conformément à la Convention commerciale entre le Canada et l'Australie offrent des avantages à certains producteurs canadiens. Plus récemment, l'Australie a mis en œuvre un programme unilatéral de réduction de tarifs douaniers qui permettra de faire passer la plupart de ceux-ci soit à zéro soit à 5 p. 100 d'ici à 1996. On prévoit aussi une réduction des tarifs douaniers pour les textiles, les vêtements et les articles chaussants, mais celle-ci est plus modeste puisque les taux réels visés sont de 15 p. 100.

L'investissement australien au Canada à la fin de 1993 s'élevait à environ 1,7 milliard de dollars australiens ou représentait seulement 1 p. 100 de l'investissement total de l'Australie à l'étranger. Cet investissement est surtout attribuable à plusieurs grandes acquisitions, comme : l'achat par Elders IXL de 50 p. 100 de Molsons; l'achat par Teck Corporation de 31 p. 100 de Cominco de la société CP Ltd; et l'acquisition par Giant Resources du contrôle de Giant Yellowknife Mines, la mine Bell Creek, les opérations de traitement des résidus miniers d'ERG Resources à Timmins et la mine de plomb et de zinc de Curragh Resources à Faro, au Yukon.

Bon nombre d'entreprises canadiennes ont déjà établi une présence directe en Australie grâce à des investissements, des coentreprises, des bureaux de vente ou des contrats de licence. La taille et les niveaux technologiques similaires des deux économies aident à former des coentreprises, et des transferts technologiques. L'investissement canadien en Australie est de quelque 3,7 milliards de dollars (2 p. 100 de l'investissement total étranger) et il est caractérisé par de nombreuses opérations qui sont cependant de plus petite envergure. Une exception notoire est la récente acquisition du Groupe Fairfax par un consortium que dirige Conrad Black. D'autres entreprises canadiennes ayant des opérations en Australie incluent Alcan, Northern Telecom, Moore Corporation, Placer Development, Norcen et McCains.

Débouchés commerciaux

- **Agro-alimentaire** — Les exportations canadiennes de produits agro-alimentaires en 1993 ont été évaluées à quelque 70 millions de dollars. Il existe de bonnes possibilités pour les produits hautement transformés comme les confiseries congelées, les fruits de mer, les produits de confiserie et les produits spéciaux, et les produits de légumes transformés, ainsi que pour le porc destiné à la transformation en jambon et en bacon.
- **Équipement forestier** — L'Australie offre d'excellentes possibilités d'investissements et d'exportations pour l'équipement de scierie et d'exploitation forestière. Notre objectif est d'accroître la présence de la technologie de pointe canadienne et de l'outillage de scierie grâce à des contrats d'agence et à des contrats de licence avec des entreprises australiennes. L'Association nationale des industries forestières évalue à 7 milliards de dollars les nouveaux investissements possibles durant les prochaines années.
- **Services et équipement ferroviaires** — L'Australie est sur le point d'améliorer et de restructurer son industrie ferroviaire. Au cours des cinq prochaines années, un montant de 3 milliards de dollars sera dépensé en machinerie et en travaux d'immobilisations pour créer un système ferroviaire plus efficient et plus rentable.
- **Équipement et services liés à l'environnement** — Le marché australien pour les biens et services liés à l'environnement est évalué à 2 ou 3 milliards de dollars américains. Les coentreprises et les alliances stratégiques sont la clé du succès.
- **Technologie de pointe et télécommunications** — Le marché pour les fabricants canadiens, notamment pour les produits de haute technologie, en particulier dans les technologies de pointe et les télécommunications, représente selon les estimations de 20 à 23 millions de dollars par année. Le secteur de la technologie de l'information de l'Australie a connu une reprise, contrairement à la croissance lente des autres secteurs de l'industrie, grâce à des investissements de plus de 10 milliards de dollars durant les deux dernières années dans l'industrie des télécommunications seulement. La déréglementation de l'industrie australienne des télécommunications, en plus de l'important programme d'investissements dans Australian Telecom et du nouveau deuxième transporteur, Optus Communications, ont offert

d'excellentes conditions commerciales pour les ventes de nouvel équipement et des technologies les plus modernes. Un certain nombre de grandes, de moyennes et de petites entreprises canadiennes y sont déjà présentes grâce à des alliances stratégiques, à des agences et distributeurs, ou à des bureaux locaux.

- **Défense** — Dans le secteur de la défense, le gouvernement australien achète du nouvel équipement pour ses forces armées, notamment les véhicules blindés légers (VBL) de la division diesel de General Motors, l'équipement lié au F-18, des radars de recherche de bord, des roquettes CRV-7 et des processeurs de bouées acoustiques. Des entreprises canadiennes ont aussi obtenu des contrats d'approvisionnement pour les programmes de la Royal Australian Navy afin de remettre à neuf les sous-marins et de construire 12 frégates, à savoir 10 pour l'Australie et au moins 2 pour la Nouvelle-Zélande.
- **Extraction minière** — L'extraction minière est le pivot de l'économie australienne qui continuera d'offrir des possibilités à moyen et à long terme. L'Australie est le quatrième plus gros producteur d'or au monde et possède d'importants approvisionnements de charbon et d'autres minéraux. Du matériel de remplacement canadien, allant des fleurets à de l'équipement de traitement et de concassage de la roche dure, et à des services miniers connexes, est actuellement vendu en Australie.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction du Pacifique Sud
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-995-7652
Télécopieur : 613-996-4309

Nouvelle-Zélande

Introduction

Parce que sa population correspond à celle du Toronto métropolitain, la Nouvelle-Zélande est parfois considérée comme un petit marché éloigné. Toutefois, il s'agit d'un marché de 100 millions de dollars, qui est surtout profitable aux petites et moyennes entreprises d'exportation.

Depuis 1984, l'économie de la Nouvelle-Zélande, une économie qui a déjà été la plus fortement réglementée et protégée du monde développé, a fait l'objet d'une libéralisation radicale destinée à forcer l'industrie de la Nouvelle-Zélande à devenir plus concurrentielle à l'échelle internationale. Le régime de licences d'importation a été aboli et un important programme de réduction des tarifs douaniers a été mis en œuvre. Les subventions gouvernementales ont été éliminées, et d'autres formes de protection pour les entreprises ont été abandonnées ou réduites. Bien qu'il ait été difficile de s'ajuster à ces réformes, l'économie de la Nouvelle-Zélande a commencé à montrer des signes de vigueur.

Contexte commercial

Le Canada et la Nouvelle-Zélande jouissent d'excellentes relations commerciales bilatérales fondées sur l'Accord de coopération commerciale et économique entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la Nouvelle-Zélande (signé en août 1981, entré en vigueur en janvier 1982). Cet accord a remplacé l'Accord commercial de 1932 entre le Canada et la Nouvelle-Zélande, et il a permis, entre autres, des échanges de tarifs préférentiels. Cet accord prévoit aussi un mécanisme de consultation sur l'état des relations et encourage une plus étroite collaboration en matière commerciale. Les prochaines réunions sont prévues pour l'automne 1995.

Au cours des dernières années, les exportations canadiennes en Nouvelle-Zélande ont augmenté. En

1993, les exportations se sont chiffrées à quelque 117,5 millions de dollars, comparativement à 104 millions de dollars en 1992. Une augmentation des ventes d'engrais, de bois, et d'appareils mécaniques explique la plus grande partie de cette croissance, bien que les exportations à valeur ajoutée, comme l'équipement industriel et électronique, l'équipement de précision, le matériel de sport et les produits pharmaceutiques, aient aussi augmenté (d'environ 30 p. 100). Les exportations de la Nouvelle-Zélande au Canada ont dépassé continuellement les ventes canadiennes dans ce pays, ce qui a été suscité dans une grande mesure par les fortes ventes en dollars de marchandises en vrac. Évaluées à 253,5 millions de dollars en 1993, les exportations de la Nouvelle-Zélande ont augmenté constamment (de 25 p. 100 comparativement à 1992).

Débouchés commerciaux

- **Agro-alimentaire** : De tradition, la Nouvelle-Zélande importe des aliments qui ne sont pas produits localement. Occupant 5 p. 100 du marché des aliments importés, le Canada est un fournisseur reconnu de saumon en conserve, de sardines en conserve, de porc (pour la transformation en Nouvelle-Zélande) et de fèves blanches. La réputation du Canada tant auprès des importateurs que des consommateurs peut servir à établir une solide base pour les activités visant à introduire de nouvelles gammes de produits alimentaires. Les possibilités pour les exportateurs canadiens résident dans le fromage de spécialité, les confiseries, le poisson congelé et en conserve, les fruits et légumes congelés et en conserve, les aliments pour animaux familiers, les aliments cuisinés, les sauces, les produits du porc et de la pomme en portions alimentaires individuelles.
- **Produits de consommation** : Une augmentation du pouvoir d'achat découlant de la décision du gouvernement de la Nouvelle-Zélande de passer à une économie de marché et de l'abolition du système de licences d'importation offre aux exportateurs canadiens

des possibilités sans précédent d'accroître les ventes de produits de consommation, surtout la quincaillerie, les appareils ménagers et les articles de cadeaux. Le Canada a traditionnellement été une source privilégiée d'importations dans ce secteur, et le relâchement de la protection en matière d'importation a seulement permis d'accentuer cette tendance.

- **Foresterie** : La vente de droits d'exploitation sur la moitié des stocks des plantations forestières de l'État (550 000 hectares de pins de Monterey à maturité) est en bonne voie et « la décennie du développement dans l'industrie forestière » commence. Bon nombre d'entreprises canadiennes de consultation et d'équipements forestiers sont déjà établies dans le secteur forestier de la Nouvelle-Zélande; les besoins éventuels en nouvel équipement offrent des possibilités pour d'autres fabricants canadiens.
- **Télécommunications** : La déréglementation de l'industrie des télécommunications et la création d'un nouvel organisme d'État, Telecom Corporation, a résulté en de nouvelles possibilités commerciales pour l'équipement de télécommunications. De plus, Bell Canada est un important actionnaire et partenaire des opérations dans le deuxième transporteur du secteur privé de Nouvelle-Zélande, Clear Communications. La modernisation du réseau antérieur, et l'expansion du deuxième réseau de Clear Communications, créeront des possibilités en ce qui concerne l'équipement et les services, notamment pour appuyer les systèmes de facturation informatisés, les centres régionaux de maintenance, et les centrales téléphoniques automatiques.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction du Pacifique Sud
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-996-1052
Télécopieur : 613-996-4309

Afrique et Moyen-Orient

Introduction

Les entreprises canadiennes qui recherchent de nouveaux marchés d'exportation oublient parfois les marchés de l'Afrique et du Moyen-Orient. Cette situation est attribuable à plusieurs raisons, dont les langues différentes, l'éloignement et le manque de connaissance des cultures locales.

Bien qu'il soit certes plus difficile d'avoir accès à ces pays qu'à d'autres marchés plus connus, une stratégie de pénétration efficace et un effort soutenu peuvent mener à des possibilités commerciales profitables et à un important rendement sur l'investissement. Les secteurs du pétrole et du gaz naturel, des télécommunications et de la haute technologie, des transports et de l'agro-alimentaire offrent actuellement les meilleures perspectives commerciales. Toutefois, d'autres secteurs comme ceux des services (c.-à-d. l'éducation, les banques et les services financiers), l'environnement, l'extraction minière et l'énergie devraient aussi croître à mesure qu'un certain nombre de pays africains optent pour une plus grande privatisation et une plus grande libéralisation commerciale, et que les bénéfices du processus de paix au Moyen-Orient deviennent apparents.

En 1993, les exportations de marchandises canadiennes dans cette région ont atteint environ 2,5 milliards de dollars, montant auquel on peut ajouter environ un milliard de dollars en services.

Afrique

Contexte commercial

En 1993, les exportations de marchandises du Canada en Afrique ont atteint 1,2 milliard de dollars. Les exportations du Canada varient considérablement, allant des produits de base comme le blé, le bois d'œuvre et les minéraux à la haute technologie comme l'équipement téléphonique, les simulateurs de vol, les

hélicoptères, les mines, le pétrole et l'équipement de production et de transport d'électricité. L'Afrique est maintenant un important marché pour les entreprises de services canadiennes, entre autres, dans des domaines comme l'ingénierie, la gestion, l'éducation, les soins de santé, l'informatique, et les services financiers et bancaires. L'Afrique est aussi un excellent marché pour les services canadiens, qui représente des contrats d'une valeur totale d'environ 500 millions de dollars.

Plus de la moitié des exportations du Canada vers le continent est destinée à l'Afrique du Nord. Ces exportations incluent les céréales, les produits laitiers, le soufre, le bois d'œuvre et les minéraux, ainsi qu'une grande variété de produits manufacturés comme les locomotives, l'équipement de télécommunications, les hélicoptères, la machinerie de construction, les produits chimiques, le pétrole et le gaz naturel, et l'équipement de production et de transmission d'hydro-électricité. L'Afrique du Nord est aussi un important marché pour les services canadiens (ingénierie, consultations, éducation, soins de santé, informatique, services financiers, etc.).

La participation commerciale du Canada en Afrique a beaucoup augmenté durant les 25 dernières années. Nos programmes d'aide au développement, les programmes de financement de la société pour l'expansion des exportations, notre participation à la Francophonie et au Commonwealth, nos initiatives concernant la lutte contre l'apartheid et la remise des dettes d'un certain nombre de pays africains ont redoré le blason du Canada sur le continent. Le caractère bilingue du Canada et la complémentarité des besoins de ces pays et des compétences sectorielles du Canada donnent aux exportateurs canadiens un autre avantage.

Durant les dernières années, un nombre croissant de pays africains a adopté de nombreuses réformes économiques et politiques pour établir des régimes multilatéraux, libéraliser le commerce étranger, rationaliser les finances publiques et développer le secteur privé. Ces réformes (que le Canada appuie activement) ont servi à créer

beaucoup de nouvelles possibilités commerciales pour l'équipement, les services et l'investissement. Divers programmes de privatisation ont aussi suscité un regain en éducation et en formation et d'importantes nouvelles possibilités commerciales en matière de consultation, de formation, de gestion et de services financiers. Beaucoup des initiatives de réforme actuellement mises en œuvre ont reçu l'appui financier de la Banque mondiale et de la Banque africaine de développement, en plus du soutien de l'Agence canadienne de développement international.

Les activités gouvernementales en Afrique visent à tirer profit des possibilités en matière de commerce et d'investissement qui découlent des divers programmes de restructuration économique actuellement mis en œuvre. On accordera la priorité à l'établissement de relations commerciales et de relations en matière d'investissement avec le nouveau secteur privé de ces pays, ainsi qu'aux possibilités financées par les institutions financières internationales. Les initiatives d'expansion des exportations seront complétées par des activités visant à promouvoir les possibilités de coentreprises et de transferts de la technologie.

Le financement des exportations constitue un problème dans un grand nombre de pays africains. Par conséquent, les exportateurs songent souvent à obtenir des garanties à l'étranger et à mettre l'accent sur les secteurs producteurs de recettes et (ou) sur des projets de développement que les institutions financières internationales appuient.

Débouchés commerciaux

Les secteurs qui offrent les débouchés les plus prometteurs pour les exportateurs canadiens dans chaque pays sont :

■ **Afrique du Sud** : La levée des restrictions commerciales du Canada continue de susciter une croissance rapide des exportations canadiennes dans une foule de secteurs. Durant la première moitié de 1994, les exportations du Canada ont été évaluées à 105 millions de dollars — soit une augmentation de 76 p. 100

par rapport à la même période l'an dernier. (Avant les sanctions, le marché d'exportation était évalué à 500 millions de dollars). Une grande part des produits canadiens vendus sont des produits manufacturés et des produits de haute technologie.

Les perspectives sont aussi excellentes quant aux possibilités commerciales futures. À mesure que l'Afrique du Sud devient plus entièrement intégrée aux économies régionales et globales, il y aura de nouvelles possibilités commerciales dans les domaines des mines, des télécommunications et de l'informatique, de la géomatique, de l'environnement, des produits de sécurité et des produits et services médicaux.

- **Algérie** : L'Algérie est le plus grand marché du Canada sur le continent. Il existe beaucoup de possibilités dans le domaine du pétrole et du gaz naturel, les transports, la construction, les télécommunications, l'irrigation, l'agriculture, le développement industriel et les services (ingénierie, gestion, éducation et formation, services bancaires et services financiers). Récemment, l'Algérie a indiqué qu'elle accordera une priorité à l'importation des produits agricoles, des matériaux de construction et des produits pharmaceutiques.
- **Maroc** : L'agriculture, les télécommunications, les transports, les infrastructures industrielles, le pétrole et le gaz naturel, l'énergie, l'environnement, l'équipement et les services informatiques, l'éducation et la formation, les services financiers.
- **Tunisie** : Le pétrole et le gaz naturel, l'environnement, les télécommunications, les transports, la production et la transmission d'électricité, les services financiers.
- **Afrique subsaharienne** : À l'exception de l'Afrique du sud, les ressources disponibles exigent que le Canada oriente son programme de développement commercial en Afrique subsaharienne sur les pays suivants : le Nigéria, le Gabon, le Ghana, l'Angola, le Kenya, le Zimbabwe, le Cameroun, la Zambie, la Tanzanie,

le Sénégal et la Côte d'Ivoire. Les secteurs suivants ont été désignés comme étant prioritaires : les hydrocarbures, les télécommunications, les mines et les services connexes.

Moyen-Orient

Contexte commercial

En raison des efforts de reconstruction qui ont suivi la fin de la guerre du Golfe et du nouvel environnement politique créé par le processus de paix au Moyen-Orient, le contexte commercial régional a eu tendance à s'améliorer. On connaît mieux aussi les capacités du Canada en tant que partenaire commercial. Il existe donc beaucoup de possibilités pour le Canada d'accroître sa part du marché dans cette région, en dépit d'une vive concurrence et de restrictions actuelles en matière d'économie et de financement. Le principal défi auquel fait face la communauté d'affaires canadienne sera de capitaliser rapidement sur les nouvelles possibilités commerciales à mesure qu'elles se présentent.

En 1993 les exportations de marchandises vers cette région, y compris l'Égypte, ont atteint près de 1,3 milliard de dollars; si l'on inclut les exportations de services, les exportations canadiennes se sont chiffrées à plus de 1,8 milliard de dollars. Les exportations de marchandises durant les sept premiers mois de 1994 ont dépassé 718 millions de dollars.

Cette région est surtout un marché au comptant qui désire grandement la haute technologie canadienne, notamment l'équipement de sécurité. La situation du Canada en tant qu'important importateur de pétrole du Moyen-Orient (environ 800 millions de dollars par année) peut offrir des possibilités d'échange pour des exportations de technologie de pointe et de produits manufacturés. Actuellement, les marchandises constituent la plus grande partie de ce que le Canada exporte dans cette région, bien que les produits à valeur ajoutée, les services, le transfert de technologie et les

coentreprises représentent des domaines de forte croissance. Par exemple, le Canada a effectué durant les dernières années d'importantes ventes de produits de défense et de haute technologie. Un certain nombre d'exportateurs canadiens recherchent activement d'autres excellentes possibilités commerciales dans d'autres secteurs.

Sur le plan du financement, la Société pour l'expansion des exportations a désigné le Moyen-Orient comme un marché prioritaire et elle a hâte d'examiner les possibilités de financement de projets. La Société pour l'expansion des exportations a établi une ligne de crédit de 500 millions de dollars avec le Koweït, et une ligne de crédit de un milliard de dollars fait actuellement l'objet de discussions avec l'Arabie saoudite. La Société pour l'expansion des exportations assure aussi certaines opérations avec l'Iran et elle a trois lignes de crédit avec les banques israéliennes.

Débouchés commerciaux

Le Canada jouit d'une réputation à titre de fournisseur fiable de produits de qualité et il est reconnu comme un pays désireux d'aider par divers moyens en matière de développement et de transfert de technologie. Il existe un certain nombre de possibilités dans les domaines de l'éducation et de la formation que le Canada peut très bien exploiter, compte tenu de son caractère bilingue. Bon nombre d'universités et de collèges canadiens et d'exportateurs de services sont déjà actifs dans ce secteur et pourraient donc tirer profit de ces nouveaux débouchés.

Le Canada est aussi de plus en plus reconnu dans toute cette région comme un chef de file mondial dans les domaines des télécommunications et de la technologie de l'information, des transports, des technologies liées à l'environnement, de l'agriculture, des technologies biomédicales, et de la production d'électricité et de la transmission d'énergie. Tous ces secteurs sont considérés comme prioritaires par les missions commerciales canadiennes qui se trouvent dans cette région et ils risquent de présenter des possibilités commerciales viables aux exportateurs canadiens actifs.

Évaluées à plusieurs millions de dollars par année, les exportations de services représentent une importante part des ventes canadiennes au Moyen-Orient. La consultation en ingénierie dans les secteurs du pétrole, du gaz naturel et de l'électricité a traditionnellement constitué la plus grande partie de ces exportations. Toutefois, les compétences canadiennes dans divers domaines comme l'environnement, la gestion du bétail, le matériel génétique pour les bovins laitiers, les services d'architecture, l'éducation, la formation, la géomatique et les services financiers sont reconnues peu à peu.

Les importants secteurs commerciaux possibles dans chaque pays sont :

- **Iran** : En tant que deuxième plus important marché du Canada dans cette région, l'Iran offre les meilleures perspectives dans les secteurs de l'agriculture, du pétrole et du gaz naturel. Il existe aussi d'excellentes possibilités dans les secteurs des transports, de la haute technologie et de l'éducation.
- **Israël** : Les exportations canadiennes couvrent une foule de biens, y compris des marchandises, des produits manufacturés et des technologies de pointe. D'autres perspectives intéressantes sont les télécommunications et les technologies de l'information, les transports, la biotechnologie, l'environnement, et l'électricité. Il existe aussi de grandes possibilités pour une coopération accrue en matière de coentreprises.
- **Jordanie** : Il existe des possibilités en télécommunications, dans l'industrie agricole, l'équipement et les services miniers, la machinerie industrielle et les transports.
- **Liban** : Une importante activité de reconstruction évaluée à 10 milliards de dollars sur les dix prochaines années offre un certain nombre de possibilités commerciales pour les firmes canadiennes dans les domaines des télécommunications et de la technologie connexe, de l'énergie, des produits et services de santé et de la construction.

- **Arabie saoudite** : L'Arabie saoudite représente le principal marché du Canada au Moyen-Orient. Les firmes canadiennes cherchent activement à conclure des contrats de plusieurs milliards de dollars dans les domaines des télécommunications et des technologies de pointe, des produits de sécurité, des transports, des produits agricoles et alimentaires, de l'équipement minier, du pétrole et du gaz naturel, et des services.
- **Syrie** : Il existe d'intéressantes possibilités dans les transports, l'extraction minière, la machinerie industrielle, le pétrole et le gaz naturel, l'industrie aérienne, les télécommunications et l'électricité.
- **Koweït** : Les secteurs qui offrent des possibilités de ventes canadiennes incluent les transports, l'équipement et les services de sécurité, l'agro-alimentaire, la géomatique, les télécommunications, le pétrole et le gaz naturel, les soins de santé, l'électricité et l'énergie.
- **Émirats arabes unis, Oman, Qatar, Bahreïn** : Les Émirats arabes unis et le Qatar recherchent la technologie canadienne utilisée en pétrochimie. Il existe aussi des possibilités en agriculture et dans les télécommunications, ainsi que dans l'éducation et les services de formation, les produits de défense, les transports, la construction et le pétrole et le gaz naturel. En avril 1993, un consulat canadien a été ouvert à Dubaï pour mieux desservir les entreprises canadiennes qui recherchent des débouchés dans cette région. Dans le Sultanat d'Oman, il existe des possibilités dans l'industrie des pêches pour les ventes de navires de pêche, les installations portuaires, l'équipement et les services connexes.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de l'expansion du commerce
en Afrique et au Moyen-Orient
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-944-8133
Télécopieur : 613-944-7437

Les Centres des services aux entreprises du Canada

Un réseau de Centres des services aux entreprises du Canada a été mis sur pied dans tout le pays, afin de fournir aux entreprises un guichet unique pour obtenir des renseignements sur les programmes et les services des gouvernements fédéral ou provinciaux. Les Centres des services aux entreprises du Canada fournissent une réponse directement ou ils indiquent où l'on peut obtenir les réponses.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un des Centres des services aux entreprises du Canada suivants :

Centre des services aux entreprises
du Canada — Vancouver

1-800-667-2272

Téléphone : 604-775-5525

Télécopieur : 604-775-5520

Réponse automatique

par télécopieur : 604-775-5515

Centre des services aux entreprises
du Canada — Edmonton

1-800-563-9926

Téléphone : 403-495-6800

Télécopieur : 403-495-7725

Centre des services aux entreprises du
Canada/Saskatchewan — Saskatoon

1-800-667-4374

Téléphone : 306-956-2323

Télécopieur : 306-975-2328

Réponse automatique

par télécopieur : 306-956-2310

Réponse automatique

par télécopieur : 1-800-667-9433

Centre des services aux entreprises du Canada —
Winnipeg

1-800-665-2019

Téléphone : 204-984-2272

Télécopieur : 204-983-2197

Réponse automatique

par télécopieur : 204-984-5527

Réponse automatique

par télécopieur : 1-800-665-9386

Centre des services aux entreprises du
Canada/Ontario — Toronto

1-800-567-2345

Téléphone : 416-954-4636

Télécopieur : 416-954-8597

Réponse automatique

par télécopieur : 416-954-8555

Info Entrepreneurs — Montréal

1-800-322-4636

Téléphone : 514-496-4636

Télécopieur : 514-496-5934

Infifax : 514-496-4010

Infifax : 1-800-322-4010

Centre des services aux entreprises du
Canada/Île-du-Prince-Édouard — Charlottetown

1-800-668-1010

Téléphone : 902-368-0771

Télécopieur : 902-566-7098

Réponse automatique

par télécopieur : 902-566-7098

Réponse automatique

par télécopieur : 1-800-401-3201

Centre des services aux entreprises du
Canada/Nouvelle-Écosse — Halifax

1-800-668-1010

Téléphone : 902-426-8604

Télécopieur : 902-426-6530

Réponse automatique

par télécopieur : 902-426-3201

Réponse automatique

par télécopieur : 1-800-401-3201

Centre des services aux entreprises du Canada/
Terre-Neuve — St-Jean, Terre-Neuve

1-800-668-1010

Téléphone : 709-772-6022

Télécopieur : 709-772-6090

Réponse automatique

par télécopieur : 709-772-6030

Activités intersectorielles

Le Plan de promotion du commerce extérieur comprend cet Aperçu et 23 stratégies sectorielles industrielles distinctes en plus d'une liste d'activités proposées. On peut trouver une liste de ces secteurs au dos de la couverture avant de la présente publication.

Voici une liste des activités internationales de développement des entreprises qui ne touchent aucun secteur précis, mais qui sont de nature intersectorielle.

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Activités intersectorielles				
Afrique et Moyen-Orient				
Foire internationale du Caire — kiosque d'information	avril 1995	Le Caire	MAECI	613-994-6694
Commission économique mixte Canada-Israël	avril 1995	Jérusalem	MAECI	613-944-6994
« Faire affaires en Israël » — Guide pour les exportateurs	avril 1995	Tel Aviv	MAECI	613-944-6994
Guide sur l'Afrique du Sud pour les exportateurs — mise à jour	juin 1995	Johannesburg	MAECI	613-944-6590
Transport Expo '95 — kiosque d'information	sept. 1995	Johannesburg	MAECI	613-944-6590
Foire internationale de Damas — kiosque d'information	sept. 1995	Damas	MAECI	613-944-6346
Foire commerciale internationale de Téhéran — stand national	oct. 1995	Téhéran	MAECI	613-944-7029
Mission du Conseil des chambres de commerce de l'Arabie saoudite	oct. 1995	diverses villes canadiennes	MAECI	613-944-5984
Étude des débouchés sur le marché de l'Afrique du Sud	oct. 1995	diverses villes	MAECI	613-944-6590
SAITEX 95 — kiosque d'information	nov. 1995	Johannesburg	MAECI	613-944-6590
Asie et Pacifique Sud				
Ristek 95 — kiosque d'information (technologie des sciences et de la recherche)	mai 1995	Jakarta	MAECI	613-992-0959
Salon des catalogues	sept. 1995	Manille	MAECI	613-995-7659
Salon des catalogues	nov. 1995	Khulna	MAECI	613-992-0952
Conférence-programme	6 févr. 1996	Manille	MAECI	613-995-7659
Canada				
Programme de primes d'excellence aux exportateurs du Canada	fév. 1995	Fredericton, Nouveau-Brunswick	MAECI	613-996-2274
Europe centrale et de l'Est et Communauté des États indépendants				
Mission multisectorielle en Bulgarie	mai 1995	Sofia	MAECI	613-992-1449
Corel — conférence mondiale et exposition	juin 1995	Ottawa	INDCAN	613-954-3294
Foire internationale de Poznan sur les biens de placement — kiosque d'information	juin 1995	Poznan, Pologne	MAECI	613-996-7107
Mission multisectorielle vers l'extrême-Est de la Russie	sept. 1995	Sibérie	MAECI	613-996-6429

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Foire industrielle TIB 95 — stand national	oct. 1995	Bucarest	MAECI	613-992-1449
Asie de l'Est				
Études des tiers marchés — Canada-Corée	mai 1995	Séoul	MAECI	613-995-8744
Salons des catalogues	sept. 1995	diverses villes de l'Inde	MAECI	613-996-5903
Exposition solo sur la haute technologie canadienne	oct. 1995	Shanghai	MAECI	613-995-6962
Semaine du Canada : mission	oct. 1995	Pusan, Corée	MAECI	613-995-8744
Mission de l'Aftak (agents commerciaux à l'étranger de la Corée)	mars 1996	Vancouver et Toronto	MAECI	613-995-8744
Amérique latine et Antilles				
Foire commerciale de Porto Rico — stand national	avril 1995	San Juan	MAECI	613-944-9479
Mission : projets financés par les IFI	18 avril 1995	diverses villes des Antilles	INDCAN	514-283-8795
Canada Expo 95 — salon solo	nov. 1995	Sao Paulo	MAECI	613-996-5549
Mission des services de consultants et des maisons de commerce	nov. 1995	Kingston, Jamaïque	MAECI	613-943-8807
États-Unis				
Administrations des ports de New York et du New Jersey — débouchés commerciaux	avril 1995	New York, NY	MAECI	613-944-9441
Étude sur les marchés publics de l'État du New Jersey	avril 1995	New York	MAECI	613-944-9441
Vitrine sur le partenariat entre entreprises	avril 1995	New York	MAECI	609-452-0777
Bulletin sur l'investissement	avril 1995	Ottawa	MAECI	613-944-9485
Missions de nouveaux exportateurs venant du Manitoba, de la Saskatchewan et de l'Alberta	avril 1995	Minneapolis	MAECI	613-944-6577
Missions de nouveaux exportateurs à Seattle	avril 1995	Seattle	MAECI	613-944-6577
Mise à jour du répertoire sur les logiciels et le multimédia	avril 1995	Boston	MAECI	617-262-3760
Profil des entreprises de services financiers de Nouvelle-Angleterre	avril 1995	Boston	MAECI	617-262-3760
Salon des services alimentaires du Nord-Est — stand national	24 avril 1995	Boston	MAECI	617-262-3760
Mission commerciale à la conférence sur les marchés publics de l'Ouest des États-Unis	mai 1995	Los Angeles, Cal.	MAECI	613-944-9441
Étude de marché — Nouveaux secteurs sur le marché du gouvernement fédéral des États-Unis	mai 1995	Washington, D.C.	MAECI	613-944-9441
<i>National Restaurant Association</i> — stand national et mission	20 mai 1995	Chicago	MAECI	613-944-9474
Forum sur le capital de risque	juin 1995	New York	MAECI	212-596-1655
Mission d'investisseurs de New York	juin 1995	Toronto et Ottawa	MAECI	212-596-1655
Mission de nouveaux exportateurs : procédures et marchés transfrontaliers	juin 1995	Fargo, ND	INDCAN	204-983-4586
Mission sur le développement économique	juin 1995	Boston	MAECI	613-944-7348

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	billard 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		

INDUSTRIE CANADA
INDUSTRY CANADA

INDUSTRY CANADA / INDUSTRIE CANADA



222513



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada