

QUEEN  
HF  
1479  
. I5714  
1996/97  
v. 15

15

**Technologies de l'information  
et télécommunications**

# Stratégie canadienne pour le commerce international

**1996-1997**



Equipe Canada • Team Canada

# Stratégie canadienne pour le commerce international

La Stratégie 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                          | 14. Industrie forestière                                                    |
| 2. Aérospatiale et défense                                        | 15. Technologies de l'information et télécommunications                     |
| 3. Agriculture, aliments et boissons                              | <i>Aperçu</i>                                                               |
| 4. Arts et industries culturelles                                 | <i>Matériel et services de télécommunications</i>                           |
| 5. Automobile                                                     | <i>Produits logiciels, services informatiques et nouveaux médias</i>        |
| 6. Bio-industrie                                                  | <i>Géomatique</i>                                                           |
| 7. Services commerciaux, professionnels et d'éducation            | <i>Ordinateurs, matériel périphérique et instruments</i>                    |
| 8. Produits chimiques, matières plastiques, matériaux de pointe   | <i>Composants électroniques</i>                                             |
| 9. Produits et services de construction                           | 16. Produits et services médicaux et de santé                               |
| 10. Biens de consommation                                         | <i>Appareils médicaux</i>                                                   |
| <i>Vêtement</i>                                                   | <i>Produits pharmaceutiques</i>                                             |
| <i>Textiles</i>                                                   | <i>Soins de santé</i>                                                       |
| <i>Chaussure</i>                                                  | 17. Métaux, minéraux et équipement, services et technologies connexes       |
| <i>Articles de sport</i>                                          | 18. Produits pétroliers et gaziers, et matériel d'exploitation de l'énergie |
| <i>Bateaux de plaisance et équipement connexe</i>                 | 19. Matériel et technologies d'exploitation des ressources                  |
| <i>Outils, quincaillerie et articles ménagers</i>                 | <i>Technologies, machines et équipement agricoles</i>                       |
| <i>Meubles résidentiels</i>                                       | <i>Technologies océanographiques et maritimes</i>                           |
| <i>Meubles commerciaux et meubles pour établissements publics</i> | 20. Industrie spatiale                                                      |
| <i>Articles-cadeaux et articles d'artisanat</i>                   | 21. Tourisme                                                                |
| 11. Équipement et services de production d'électricité            | 22. Matériel de transport urbain et ferroviaire                             |
| 12. Industrie de l'environnement                                  |                                                                             |
| 13. Poissons et fruits de mer                                     |                                                                             |

**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.*

# TABLE DES MATIÈRES

Queen  
HF  
1479  
.I5714  
1996/97  
v.15

Aperçu .....	1
Matériel et services de télécommunications .....	5
Produits logiciels, services informatiques et nouveaux médias .....	12
Géomatique .....	15
Ordinateurs, matériel périphérique et instruments .....	18
Composants électroniques .....	21

Industry Canada  
Library - Queen  
  
NOV - 4 1996  
  
Industrie Canada  
Bibliothèque - Queen

**L**e présent fascicule de la Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI) a fait l'objet d'examen et de consultations auprès d'un large échantillon d'entreprises et d'associations du secteur des technologies de l'information et des télécommunications, et les réponses ont été nombreuses. Bien que nous ayons tenu compte de bon nombre de suggestions, nous devons procéder à des analyses et à des consultations plus approfondies, notamment dans le domaine des services, avant de pouvoir élaborer une stratégie d'ensemble pour ce secteur. La présente section jette donc les bases de la discussion sur les priorités en matière d'initiatives et de soutien des pouvoirs publics, en vue d'augmenter le nombre de débouchés commerciaux à l'étranger pour les sociétés canadiennes du secteur.

## Aperçu

Le secteur des technologies de l'information et des télécommunications englobe le matériel et les services de télécommunications, les produits logiciels, les services informatiques et les nouveaux médias, les produits géomatiques, les ordinateurs, le matériel périphérique et les instruments, ainsi que les composants électroniques.

## Situation intérieure

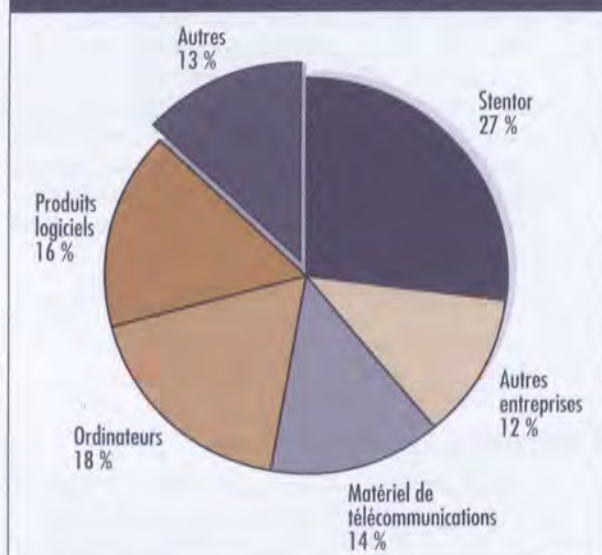
Le secteur des technologies de l'information et des télécommunications revêt une grande importance au Canada; en 1994, ses revenus s'élevaient à 54,6 milliards de dollars. Ce secteur réalise 35 p. 100 de la recherche-développement (R-D) industrielle effectuée au Canada, et emploie 308 000 personnes dans quelque 15 000 entreprises établies un peu partout au Canada. En 1994, il a tiré environ le quart de ses revenus, soit 16 milliards de dollars, des exportations. En 1993, les principaux clients du Canada dans ce domaine étaient les États-Unis (77,5 p. 100), l'Europe (9,1 p. 100) et l'Asie (8,7 p. 100).

La concurrence dans le secteur des technologies de l'information et des télécommunications est vive tant au Canada qu'à l'échelle mondiale. En 1993, les importations représentaient 37 p. 100 de notre marché intérieur, évalué à 60,8 milliards de dollars, et le secteur a accusé un déficit commercial de 10,6 milliards de dollars. L'excédent commercial relativement faible du Canada dans le domaine des télécommunications (195 millions de dollars) n'a pas suffi à compenser les importants déficits commerciaux enregistrés aux chapitres

des ordinateurs et du matériel périphérique (3,5 milliards de dollars), des pièces et composants électroniques (3 milliards de dollars) et des articles électroniques grand public (1,9 milliard de dollars).

Les États-Unis sont le principal partenaire commercial du Canada dans le secteur des technologies de l'information et des télécommunications; en 1993, 77,5 p. 100 de nos exportations ont franchi la frontière canado-américaine, comparativement à 60,8 p. 100 de nos importations. C'est

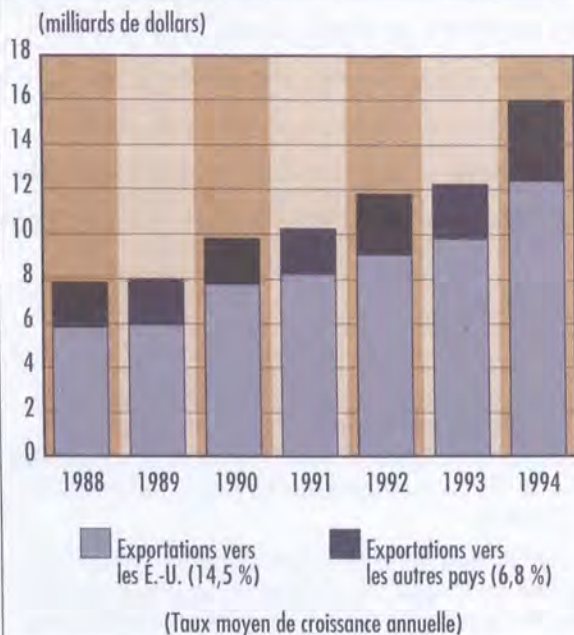
Figure 1  
Les revenus du secteur des technologies de l'information et des télécommunications



Source : Statistique Canada, 1993

Figure 2

Les exportations du secteur canadien des technologies de l'information et des télécommunications vers les États-Unis et vers les autres pays



Source : Statistique Canada

également vers ce marché que se tournent surtout les sociétés canadiennes qui cherchent à investir à l'étranger dans le cadre de coentreprises, de consortiums de R-D ou de prises de participation. Notre dépendance à l'égard des États-Unis s'est accentuée au cours des cinq dernières années, tandis que nous perdions du terrain sur les autres grands marchés. Les échanges commerciaux entre le Canada et l'Union européenne (UE), deuxième partenaire commercial du Canada, sont aussi en perte de vitesse. C'est avec l'Asie que le Canada accuse le plus fort déficit commercial dans le secteur des technologies de l'information et des télécommunications; en 1993, 8,7 p. 100 de nos exportations dans ce domaine étaient destinées à l'Asie, tandis que 26 p. 100 de nos importations provenaient de cette région.

## Contexte international

Le secteur des technologies de l'information et des télécommunications, qui connaît la croissance la plus rapide au monde, devrait dépasser les 3,2 billions de dollars d'ici l'an 2000. On estime à 3 p. 100 la part de marché du Canada.

Selon les prévisions, ce secteur représentera bientôt près de un dollar pour chaque tranche de six dollars du produit national brut mondial. À l'heure actuelle, l'Amérique du Nord détient 47 p. 100 du marché mondial et l'Europe, 32 p. 100. Dans la région de l'Asie-Pacifique, qui représente 18 p. 100 du marché mondial, l'utilisation des technologies de l'information et des télécommunications grimpe à un rythme de 20 p. 100 par année.

Les gouvernements sont de plus en plus nombreux à encourager la déréglementation, la privatisation et la concurrence dans le domaine des télécommunications. Plusieurs pays cherchent également à ouvrir davantage leur marché des télécommunications. En janvier 1998, l'UE aura complètement libéralisé le marché des infrastructures et des services de télécommunications.

Les négociations de l'Uruguay Round dans le cadre de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), qui ont pris fin récemment, ont débouché sur plusieurs ententes favorisant le commerce dans le secteur des technologies de l'information et des télécommunications. Par exemple, l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) contient une annexe sur les télécommunications qui vise à faciliter les échanges commerciaux dans ce secteur de première importance. Par ailleurs, les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (TRIP) assurent le plus haut degré de protection des droits d'auteur en matière de logiciels et contiennent des dispositions pour en garantir le respect. Toutefois, la question de la protection de la propriété intellectuelle demeure un obstacle de taille à l'investissement dans bon nombre de marchés prometteurs.

Tous les sous-secteurs des technologies de l'information et des télécommunications présentent de nombreuses possibilités de coopération en R-D, de coentreprises et d'alliances internationales entre des sociétés canadiennes et étrangères. Le récent Accord de coopération scientifique et technologique entre le Canada et l'Union européenne illustre bien ce point : il permet à Industrie Canada (IC) et au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) de promouvoir les alliances internationales entre des sociétés canadiennes et européennes spécialisées dans les technologies de l'information en vertu des programmes-cadres de R-D de l'UE. Ces alliances constituent une façon parmi d'autres d'accéder au marché européen. De plus, le Canada participe à plusieurs des 11 projets d'autoroute de l'information annoncés en février 1995, au moment de la conférence ministérielle du G-7 sur la société de l'information.

## Principaux enjeux

Les principaux enjeux au plan des échanges commerciaux dans le secteur des technologies de l'information et des télécommunications demeurent l'accès restreint au marché, les normes et autres barrières techniques, les règles d'origine, la protection de la propriété intellectuelle, les barrières réglementaires et la politique sur la concurrence. Le déficit commercial croissant du Canada dans ce secteur, notre dépendance de plus en plus marquée à l'égard du marché américain et la diminution de notre part de marché à l'extérieur de l'Amérique du Nord sont autant de sujets de préoccupation. Pour compenser l'entrée d'articles électroniques grand public, d'ordinateurs, de matériel périphérique et de produits logiciels de masse en provenance de l'étranger, le Canada doit beaucoup accroître ses exportations de matériel de télécommunications, de systèmes géomatiques et de produits logiciels de pointe.

Dans la plupart des sous-secteurs, sauf celui du matériel de télécommunications, les petites et moyennes entreprises (PME) exportatrices ne représentent qu'une faible proportion de l'ensemble dans leur branche respective. Il est possible d'augmenter le nombre de ces dernières et de diversifier davantage nos marchés d'exportation. Toutefois, il existe encore, dans nombre de marchés prometteurs, d'importantes barrières techniques à l'accès au marché.

Au chapitre de l'investissement, les pouvoirs publics et autres intervenants du secteur ont beaucoup à faire pour attirer les investissements étrangers nécessaires à l'expansion durable du secteur canadien des technologies de l'information et des télécommunications.

## Orientation stratégique

Le gouvernement a formé une équipe sectorielle nationale chargée d'étudier les défis découlant des différents besoins des sous-secteurs et d'améliorer la coordination des efforts de promotion du commerce international que déploient les sociétés canadiennes, le gouvernement fédéral et les provinces ainsi que des associations et organismes régionaux. Le gouvernement entend améliorer l'an prochain le partage de l'information au moyen, notamment, de serveurs de listes et de conférences électroniques.

Pour accroître le nombre d'entreprises exportatrices et le volume de nos ventes à l'étranger, les programmes et services gouvernementaux cibleront les PME qui sont sur le point de se lancer sur les marchés internationaux et les entreprises qui souhaitent aborder de nouveaux marchés. En même temps, le gouvernement continuera d'intervenir au nom des grandes entreprises pour ouvrir davantage les principaux marchés étrangers. Il communiquera également aux investisseurs ou associés étrangers éventuels de l'information sur la façon d'investir au Canada et de former des alliances avec des sociétés canadiennes.

Le gouvernement concentrera ses efforts dans trois sous-secteurs où son intervention pourrait être déterminante, soit le matériel et les services de télécommunications; les produits et les services logiciels; la géomatique.

Dans la plupart des sous-secteurs, les États-Unis restent le marché le plus attrayant en raison de sa taille, de sa proximité géographique, des affinités culturelles, des relations déjà établies et de l'influence des médias américains sur les acheteurs de matériel et de services dans le domaine des technologies de l'information et des télécommunications partout dans le monde. Loin d'être homogènes, les États-Unis se divisent en plusieurs marchés géographiques évolués, qui nécessitent des stratégies commerciales différentes. Cette année, l'équipe sectorielle nationale examinera en priorité les activités de promotion commerciale des quelque 12 agents commerciaux canadiens en poste aux États-Unis et spécialisés dans les technologies de l'information et les télécommunications.

Au cours de la prochaine étape de la stratégie, il faudra déterminer les raisons pour lesquelles nous perdons de la vitesse sur les autres marchés. Les mesures de soutien gouvernemental peuvent être regroupées sous les quatre rubriques qui ont servi à classer les orientations stratégiques du gouvernement pour 1996-1997.

## Accès au marché et facilitation des échanges

- Négocier des ententes de reconnaissance mutuelle en matière d'essais et d'homologation.
- Continuer de participer aux organismes de commerce international et régional, notamment l'Organisation mondiale du commerce (OMC), le Forum de coopération économique Asie-Pacifique

(APEC), la Conférence interaméricaine des télécommunications (CITEL), et à des organismes internationaux de normalisation comme l'Union internationale des télécommunications (UIT) et le Software Process Improvement and Capability Determination (SPICE).

- Participer aux programmes internationaux ou étrangers axés sur la technologie (par exemple aux programmes de l'Union européenne et au programme de coopération technique entre le Canada et le Japon).
- Faciliter l'accès au financement offert par les institutions financières internationales (IFI).
- Concentrer les ressources actuelles du gouvernement sur un nombre restreint de projets prometteurs financés par les IFI, où l'industrie fait preuve de leadership et d'un engagement collectif, et coordonner ces ressources.

### **Aide à la formation d'alliances stratégiques**

- Former des alliances stratégiques avec des associations et des organismes étrangers du secteur des technologies de l'information et des télécommunications et assurer de meilleures liaisons grâce aux babillards électroniques.
- En collaboration avec les intervenants de ce secteur, créer des consortiums ou conclure des ententes de partenariat technologique.
- Entreprendre des activités consacrées uniquement au secteur canadien des technologies de l'information et des télécommunications dans les marchés cibles.
- Favoriser la création de réseaux d'organismes du secteur qui participent aux appels d'offres internationaux.
- Continuer de soutenir l'Institut canadien de gestion en télécommunications (ICGET).
- Attirer les investissements en mettant en valeur le Canada et les sociétés canadiennes du secteur.

### **Renseignements sur les marchés**

- Effectuer une analyse comparative des stratégies et des tactiques employées par les sociétés de ce secteur qui réussissent.
- Publier des listes de personnes-ressources (pouvoirs publics et associations sectorielles).

### **Services de soutien au commerce**

- Offrir des programmes de formation et d'expansion des exportations adaptés aux besoins particuliers des sociétés de haute technologie.
- Faire en sorte qu'il y ait des délégués commerciaux crédibles et expérimentés en poste dans les principaux marchés étrangers pour soutenir les sociétés du secteur des technologies de l'information et des télécommunications.
- Publier des documents à jour sur le savoir-faire du Canada et les diffuser sur les principaux marchés étrangers.

### **Renseignements**

Industrie Canada  
Direction du développement  
des affaires internationales  
Secteur du spectre, des technologies  
de l'information et des télécommunications  
300, rue Slater  
Ottawa (Ontario) K1A 0C8  
Tél. : (613) 990-4096  
Télééc. : (613) 990-4215  
Internet : [gagne.claude@ic.gc.ca](mailto:gagne.claude@ic.gc.ca)

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international  
Direction des débouchés commerciaux  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-1908  
Télééc. : (613) 944-0050  
Internet : [robert.speers@extott16.x400.gc.ca](mailto:robert.speers@extott16.x400.gc.ca)

**L'**industrie du matériel de télécommunications fabrique des appareils destinés à la transmission, à la commutation et à la distribution de la voix, de données et d'images vidéo. Elle comprend trois grandes catégories de produits : matériel de réseau public, matériel d'abonné et appareils sans fil. L'industrie fabrique également du matériel utilisé dans la production, la diffusion et la distribution de signaux de radio et de télévision.

Le gouvernement est conscient que, cette année, la SCCI ne fait que résumer les services de télécommunications, et il compte déployer les efforts de planification et d'analyse nécessaires pour que ce sous-secteur, dont l'importance ne cesse de s'accroître, soit traité plus en profondeur.

## Situation intérieure

### Matériel de télécommunications

En 1993, les expéditions manufacturières de cette branche d'activité s'élevaient à 6,4 milliards de dollars, chiffre qui représente environ 3 p. 100 des expéditions mondiales. En comparaison, le marché canadien, évalué à 6,2 milliards de dollars, représentait 3 p. 100 du marché mondial. Il en est résulté un excédent de 195 millions de dollars, alors que nous avions enregistré un déficit de

295 millions en 1989 et un excédent de 716 millions en 1984. En 1993, ce secteur employait 45 925 personnes, une baisse de 3,2 p. 100 par rapport à 1988. On estime que 31 entreprises sont à l'origine de plus de 90 p. 100 de la production et des exportations. Les dépenses de R-D ont totalisé 1,2 milliard de dollars en 1993, ce qui en fait le plus important investisseur industriel en R-D au Canada.

Le Canada a enregistré un léger excédent commercial, qui a progressé chaque année depuis 1992 pour atteindre 195 millions de dollars en 1993.

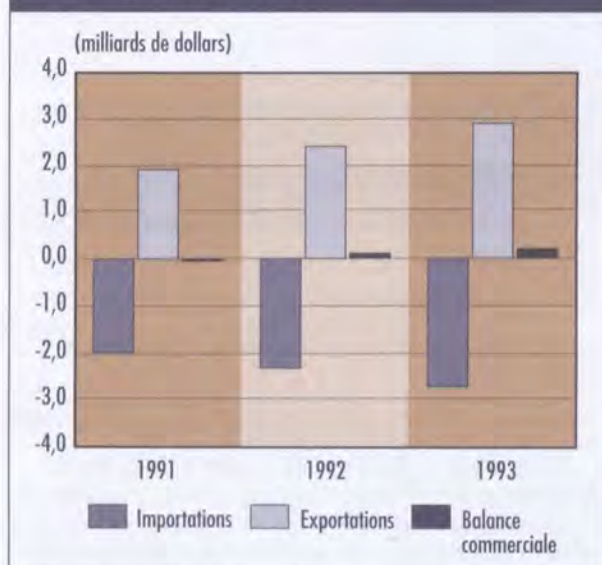
Le financement à des conditions de faveur est essentiel à la progression des exportations dans les pays en développement. Dans les pays ayant leurs propres fournisseurs de matériel de télécommunications, l'expansion de nos exportations repose sur une meilleure accessibilité du marché et sur des technologies de pointe.

En 1993, 62 p. 100 des exportations canadiennes de matériel de télécommunications (3,8 milliards de dollars) étaient destinées aux États-Unis. Venaient ensuite la Chine (478 millions de dollars) et le Royaume-Uni (172 millions de dollars). Le Canada pourra sans doute accroître ses exportations en Asie-Pacifique, en Amérique latine (Mexique, Brésil, Chili, Venezuela et Colombie), en Europe de l'Est et en Afrique.

### Services de télécommunications

En 1993, le secteur des services de télécommunications a enregistré des revenus de 17,4 milliards de dollars et employé 162 000 personnes. Le Canada est le pays le plus avancé sur le plan de la déréglementation dans le domaine des services

**Figure 1**  
Balance commerciale dans le secteur des télécommunications, 1991-1993



Source : Statistique Canada



de télécommunications, les marchés des communications locales et interurbaines étant ouverts à la libre concurrence. Parmi les principaux intervenants, on compte Stentor, consortium formé de grandes sociétés provinciales de téléphone, 50 sociétés de téléphone indépendantes, un certain nombre de fournisseurs de services interurbains (dont Unitel et Sprint Canada), une entreprise de liaisons outre-mer (Télélobe), un exploitant de satellites (Telesat), deux principaux fournisseurs de services de téléphonie cellulaire (Rogers Cantel et Mobilité Canada) et plus de 200 revendeurs.

De nombreux fournisseurs canadiens de services de télécommunications semblent moins dynamiques que leurs homologues européens, américains et asiatiques (par exemple British Telecom, DBP, Telefonica, MCI, Sprint, AT&T, Korea Telecom et les sept compagnies régionales de téléphone aux États-Unis) dans la prospection des marchés étrangers et des retombées qui pourraient en résulter pour les fabricants de matériel. Télélobe Canada est un fournisseur de services canadien qui a adopté une stratégie commerciale dynamique à l'étranger.

## Contexte international

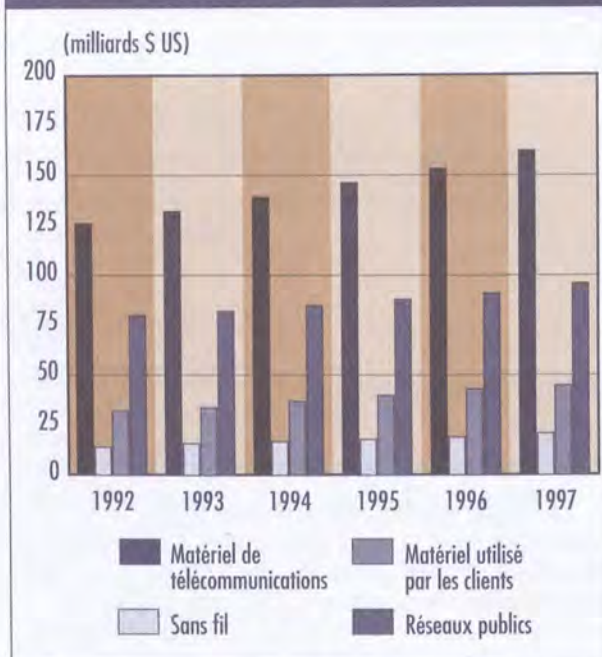
La valeur annuelle du marché mondial du matériel et des services de télécommunications est estimée à 1,5 billion de dollars. Tous les pays membres de l'OCDE dérèglementent et modernisent leurs infrastructures d'information. La plupart des pays en développement accordent la priorité aux télécommunications comme moteur de leur développement économique et social. La Société financière internationale et les filiales de prêt et d'investissement des IFI du secteur privé présentent un nombre croissant de débouchés commerciaux dans les deux domaines. L'an dernier, la Banque mondiale a approuvé des projets d'une valeur de 423 millions de dollars américains dans le secteur des télécommunications.

Les ventes mondiales de matériel de télécommunications ont totalisé 139 milliards de dollars en 1994. On prévoit que les ventes progresseront de 5 p. 100 par année jusqu'en 1997 pour atteindre près de 162 milliards de dollars. L'Amérique du Nord, l'Europe et l'Asie continueront de dominer les achats mondiaux en 1997, malgré un ralentissement du taux de croissance annuelle.

En 1994, c'est le secteur du matériel de communication mobile qui a affiché la plus forte croissance dans le domaine des télécommunications,

Figure 2a

Taille du marché mondial : matériel de télécommunications — appareils sans fil, matériel utilisé par les clients et réseaux publics



Source : Decision Resources

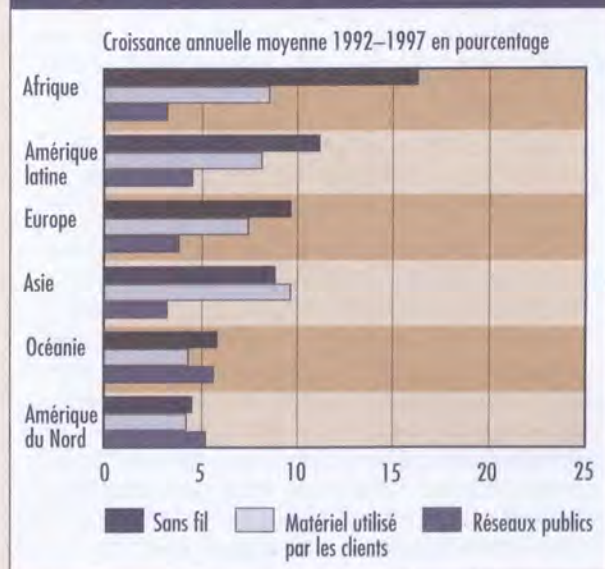
On estime que, d'ici 1998, il y aura 100 millions d'utilisateurs de téléphone cellulaire dans le monde, dont 42 p. 100 aux États-Unis.

Le secteur mondial des télécommunications se transforme rapidement, en raison d'un certain nombre de facteurs :

- une vive concurrence;
- la déréglementation des services de télécommunications;
- les exigences croissantes des utilisateurs;
- l'évolution et la convergence rapides de la technologie;
- la restructuration de l'industrie;
- l'émergence de blocs régionaux d'échanges commerciaux;
- un meilleur accès à l'investissement étranger.

Malgré ces changements, il reste certains problèmes d'accès aux marchés qui ne pourront être résolus que par le biais des relations intergouvernementales ou des organismes multilatéraux comme l'UIT, l'APEC et l'Organisation des États américains (OEA).

**Figure 2b**  
Croissance du marché mondial : matériel de télécommunications — appareils sans fil, matériel utilisé par les clients et réseaux publics



Source : Decision Resources

## Principaux enjeux

Dans le secteur du matériel de télécommunications, les enjeux sont les suivants :

- accès aux marchés et visibilité des sociétés canadiennes sur les principaux marchés;
- nécessité de conclure des partenariats efficaces avec des sociétés étrangères;
- manque de préparation des PME qui veulent exporter ou investir à l'étranger;
- manque d'information utile sur les débouchés commerciaux;
- nécessité de soutenir les PME fondées sur le savoir (par exemple intégrateurs de systèmes);
- obstacles au commerce (par exemple les longs processus d'approbation) qui gênent l'accès aux marchés, en particulier en Asie.

## Orientation stratégique

Pour venir en aide aux sociétés canadiennes, le gouvernement canadien adoptera un certain nombre de stratégies, dont les suivantes : négociation d'ententes de reconnaissance mutuelle à des fins d'homologation de matériel; diffusion d'information en temps utile sur les débouchés

commerciaux qui s'offrent aux entreprises canadiennes; promotion des partenariats stratégiques; élaboration et diffusion de documents sur l'investissement préparés à l'intention des décideurs étrangers et promotion de possibilités d'investissement particulières; interventions tactiques auprès des gouvernements pour promouvoir les intérêts canadiens à l'étranger.

Dans une perspective à plus long terme, le gouvernement :

- examinera d'autres moyens d'encourager les fournisseurs de services canadiens à exporter et à investir à l'étranger;
- mettra l'accent sur l'établissement de relations à long terme avec de nouvelles sociétés de télécommunications dans les pays étrangers;
- étudiera la structure des ententes financières dans le secteur des télécommunications et la coopération entre les établissements de prêts commerciaux, la SEE [Société pour l'expansion des exportations] et les IFI pour offrir des modes de financement novateurs;
- formulera, après étude, une stratégie sur les nouveaux marchés, notamment la télémédecine, la formation à distance et les réseaux à large bande;
- étudiera la question des acquisitions de PME canadiennes en pleine croissance par des sociétés étrangères;
- examinera le potentiel du Canada en matière de services de communications personnelles (SCP) et mobiles.

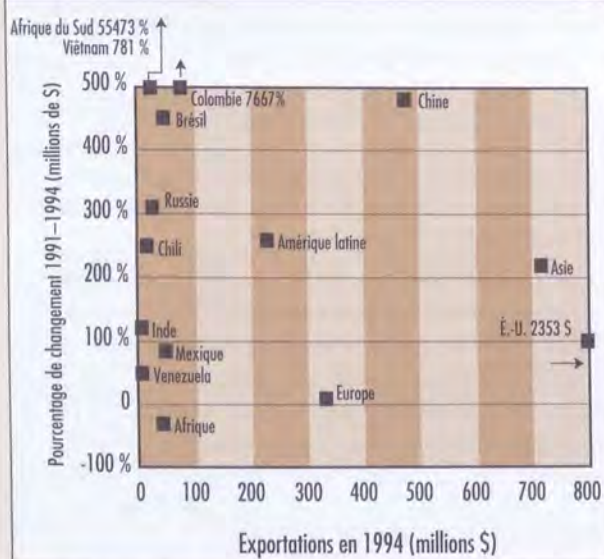
Les résultats recherchés sont les suivants :

- une hausse de la part canadienne du marché mondial du matériel de télécommunications, qui passerait de 3,7 à 4 p. 100 d'ici l'an 2000;
- une augmentation de l'excédent commercial du Canada dans le domaine du matériel de télécommunications, pour qu'il passe de 195 à 900 millions de dollars d'ici la fin du siècle;
- une augmentation de 5 p. 100 de l'emploi dans le secteur du matériel de télécommunications suite à la hausse des exportations, pour qu'il atteigne environ 48 000 emplois.

La figure 3 présente les pays que ciblera le gouvernement canadien d'après des données quantitatives et des consultations menées auprès des secteurs public et privé. Cela ne signifie pas qu'il n'y a ni débouchés ni marchés spécialisés dans d'autres parties du monde.

Figure 3

Croissance des exportations canadiennes de matériel de télécommunications, exprimée en pourcentage



Source : Statistique Canada

## États-Unis

Dans le cas des États-Unis, la stratégie vise à conserver notre part du marché et à prêter assistance aux sociétés canadiennes par les moyens suivants :

- évaluer les changements qui surviennent sur le marché américain et apprendre à profiter des débouchés dans les nouveaux domaines comme les SCP;
- de concert avec les associations professionnelles, diffuser de l'information utile au moment adéquat sur les tendances et les débouchés commerciaux régionaux, à l'intention des entreprises intéressées à faire des affaires avec les États et les administrations locales, les services centraux et les organismes indépendants;
- mettre en œuvre, pour le secteur des télécommunications, un programme de rayonnement des exportations dans cinq régions (Vancouver, Alberta, sud de l'Ontario, Ottawa et Montréal), en commençant par Ottawa et Montréal la première année;
- mettre sur pied des forums et des activités de partenariat pour que les PME canadiennes puissent rencontrer des investisseurs, des représentants, des distributeurs et leurs homologues américains.

## Asie

En Asie, la stratégie vise à doubler les exportations au cours des trois prochaines années et à accroître de 25 p. 100 le nombre de sociétés canadiennes qui exportent vers cette région d'ici deux ans.

Plus précisément, les intervenants de ce secteur :

- étudieront les possibilités d'alliances et de partenariats stratégiques entre les sociétés canadiennes et asiatiques;
- continueront de participer aux différents comités directeurs sur l'accès aux marchés et la libéralisation des échanges commerciaux du Groupe de travail de l'APEC sur les télécommunications. L'objectif comporte deux volets : conclure une première entente de reconnaissance mutuelle pour éliminer le long et coûteux processus d'approbation des importations de matériel de télécommunications; puis une seconde entente sur les règles d'accès au réseau international à valeur ajoutée pour cette région;
- trouveront des moyens d'offrir davantage d'aide canadienne en nature (par exemple la formation à distance ou la télémédecine) sur les marchés prometteurs où la concurrence étrangère est vive;
- continueront de faire appel à la formation offerte par l'ICGET au Canada comme outil de promotion de notre savoir-faire dans le domaine des télécommunications en Asie.

## Chine

La Chine est le plus grand marché potentiel au monde dans le domaine des télécommunications. En 1993, 12 millions de nouvelles lignes téléphoniques y ont été installées, ce qui porte le total à quelque 40 millions. D'ici l'an 2000, la Chine prévoit être dotée de plus de 100 millions de lignes et de 65 millions d'appareils. Le marché des commutateurs centraux, évalué à trois milliards de dollars en 1993, devrait atteindre les cinq milliards à la fin du siècle.

La Chine interdit à des étrangers de gérer ou de détenir une participation dans une entreprise chinoise de services de télécommunications, mais l'accès au marché demeure possible par le biais de coentreprises avec des fabricants de matériel chinois ou par la vente de marchandises assujetties à des droits d'importation.

Les exportations et le nombre de sociétés canadiennes qui exportent vers la Chine devraient doubler au cours des cinq prochaines années.

La stratégie consiste à :

- encourager la Chine à libéraliser le marché des services à valeur ajoutée par le biais de forums bilatéraux et multilatéraux (par exemple l'APEC et l'OMC);
- promouvoir le savoir-faire canadien dans le cadre de séminaires et de missions auxquels participe le ministère chinois des Postes et des Télécommunications;
- exercer une influence sur le cadre réglementaire et politique des télécommunications en Chine et diffuser de l'information à jour à ce sujet.

## Inde

L'Inde a modelé son régime de réglementation du secteur des télécommunications sur le nôtre et, compte tenu de la forte expansion de son infrastructure dans ce domaine, ce pays possède tous les éléments nécessaires pour devenir un marché aussi prometteur que celui de la Chine. Plusieurs fournisseurs canadiens de services de télécommunications préparent actuellement des soumissions, avec leurs associés indiens, pour obtenir des permis d'exploitation dans 21 territoires.

En 1994, les exportations canadiennes vers l'Inde ont totalisé 2,7 millions de dollars, et l'on s'attend à ce qu'elles atteignent 100 millions d'ici l'an 2000.

Pour améliorer la pénétration du marché, la stratégie consiste à :

- mettre sur pied des programmes de sensibilisation aux marchés, des visites ministérielles, des programmes de jumelage, des séminaires, des ateliers et des missions commerciales portant sur un secteur particulier, et améliorer la couverture médiatique;
- intensifier les consultations bilatérales et les relations commerciales avec l'Inde.

## Viêtnam

La modernisation de l'infrastructure des télécommunications est considérée comme prioritaire.

De concert avec le secteur privé, le gouvernement canadien s'efforcera, d'ici l'an 2000, de tripler les exportations dans le domaine des télécommunications vers le Viêtnam.

La stratégie consiste à :

- mettre sur pied des programmes de sensibilisation aux marchés, des visites ministérielles, des séminaires, des ateliers et des missions commerciales portant sur un secteur particulier;
- soutenir les sociétés canadiennes qui participent, par exemple, au projet Canada-Viêtnam sur la technologie de l'information, parrainé par l'Agence canadienne de développement international (ACDI); ce projet permet au pays de se doter d'institutions et d'organismes de réglementation grâce au transfert de technologies et d'installations de fabrication.

## Amérique latine

Les pays jugés prioritaires en Amérique latine sont les suivants :

Pays	Taille du marché en 1993 (millions \$ US)	Croissance annuelle prévue (cinq prochaines années)	Importations (millions \$ US)
Mexique	2 496	10 %	1 523
Chili	310	25 %	260
Venezuela	1 247	25 %	764
Brésil	3 000	20 %	795
Colombie	300	7 %	270

La stratégie a pour objectif de doubler le nombre d'exportateurs canadiens vers l'Amérique latine d'ici 1998 et de former des alliances stratégiques pour qu'ils puissent prendre pied en Amérique latine.

La stratégie consiste à :

- faire en sorte que l'entente de reconnaissance mutuelle sur les données d'essai s'applique au Chili s'il signe l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA);

- rehausser le profil du Canada dans les pays désignés prioritaires grâce à une meilleure coordination entre les ministères, les organismes et l'UIT;
- collaborer avec les Centres de commerce international, le Conseil canadien pour les Amériques et les chambres de commerce canadiennes pour sensibiliser davantage les entreprises aux débouchés commerciaux qui existent dans le domaine des télécommunications en Amérique latine.

## Europe de l'Est et Russie

Suite à l'annonce récente concernant les investissements de l'Europe de l'Est dans son infrastructure de télécommunications, le gouvernement compte axer son intervention dans cette région sur le sous-secteur du matériel de télécommunications.

En l'an 2000, le marché d'Europe de l'Est devrait bien connaître la technologie et le savoir-faire canadiens. On s'attend même à ce que certaines sociétés canadiennes doublent ou triplent leurs ventes dans cette région.

La stratégie consiste à :

- surveiller les réformes économiques, politiques et réglementaires dans les pays d'Europe de l'Est et déterminer les possibilités d'investissement découlant de la privatisation et du dessaisissement des biens publics;
- coopérer avec les associations sectorielles pour diffuser de l'information commerciale stratégique sur les intentions de la République tchèque, de la Hongrie, de la Pologne, des pays baltes, de l'Ukraine et de la Russie en matière de télécommunications, pendant la période 1995-2000;
- améliorer l'accès aux principales sources de financement en Europe, notamment la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), le Redressement économique de la Pologne et de la Hongrie, la Banque mondiale et la Central European Telecommunications Investment Ltd.;
- élaborer un programme efficace de sensibilisation au savoir-faire canadien en Russie en s'appuyant sur les visites effectuées par des hauts fonctionnaires russes, sur la mise en œuvre du protocole d'entente entre le Canada et la Russie et sur le groupe de travail Canada-Russie pour tirer profit de débouchés comme Sovcanstar.

## Europe de l'Ouest

Dans la majorité des pays d'Europe, les télécommunications constituent l'un des secteurs qui connaît la croissance la plus rapide. La libéralisation des services et des infrastructures de télécommunications prévue d'ici 1998 devrait inciter les fabricants canadiens de matériel à établir de bonnes relations avec les exploitants de services de télécommunications dans les divers pays.

La stratégie consiste à :

- profiter de l'Accord de coopération scientifique et technologique entre le Canada et l'Union européenne, qui a été signé récemment, pour améliorer à long terme l'accès aux marchés et conclure les négociations sur les ententes de reconnaissance mutuelle;
- encourager la participation des entreprises aux principales foires commerciales;
- susciter des discussions ouvertes avec les sociétés européennes de télécommunication pour faciliter l'interconnexion de leurs réseaux à large bande avec notre réseau national d'essai;
- mettre sur pied des forums et des activités de partenariat pour que les PME canadiennes puissent rencontrer des investisseurs, des représentants, des distributeurs et leurs homologues européens;
- fournir de l'information commerciale et des renseignements sur les marchés aux sociétés canadiennes prêtes à exporter;
- appuyer les initiatives provinciales ou privées portant sur les stratégies de commercialisation dans les pays d'Europe et encourager la participation aux foires commerciales et à d'autres événements;
- prévoir des mécanismes qui permettront d'établir des relations commerciales à long terme avec les sociétés européennes.

## Afrique

Beaucoup de pays d'Afrique injectent actuellement d'importantes sommes dans la modernisation de leurs infrastructures de télécommunications, créant d'excellentes possibilités d'affaires pour les sociétés canadiennes. On prévoit une hausse spectaculaire des exportations à court terme, et les sociétés canadiennes pourraient facilement tripler leurs ventes au cours des deux ou trois prochaines années.

La stratégie consiste à :

- travailler en étroite collaboration avec les IFI pour aider les administrations africaines à délaïsser leurs monopoles d'État afin de faire place à l'entreprise privée;
- utiliser les fonds spéciaux de fiducie de la Banque mondiale pour offrir l'aide de spécialistes canadiens des politiques et de la réglementation dans le cadre du processus de libéralisation dans les pays cibles;
- forger des alliances avec les organismes de financement d'autres pays qui se sont déclarés prêts à collaborer avec des sociétés canadiennes en Afrique;
- encourager les entreprises canadiennes à participer aux projets financés par des organismes internationaux comme la Banque africaine de développement;
- organiser des séances d'information animées par les responsables de la Banque mondiale et de l'UIT pour inciter les sociétés canadiennes à travailler en Afrique;
- gérer les portefeuilles de placement des spécialistes et des cadres supérieurs de l'UIT de façon à envoyer au moins six spécialistes canadiens dans les pays cibles.

## Afrique du Sud

Les télécommunications constituent l'un des secteurs en pleine croissance d'Afrique du Sud. La progression annuelle de 30 p. 100 est stimulée notamment par la montée en flèche du nombre d'abonnés aux services de téléphonie cellulaire. Bien que le ratio nombre d'appareils-nombre d'habitants soit plus élevé en Afrique du Sud qu'ailleurs sur le continent, il est seulement de 10 téléphones pour 100 habitants, ce qui représente un énorme potentiel dans le domaine de la téléphonie de base. Le retard du reste de l'Afrique dans le domaine des télécommunications stimulera également la croissance, à mesure que l'aide étrangère destinée aux infrastructures téléphoniques de base affluera dans des pays comme la Zambie, le Zimbabwe et le Mozambique. L'Afrique du Sud servira de point d'attache à certaines sociétés nord-américaines qui souhaitent entrer sur ce marché.

La stratégie permettra aux sociétés canadiennes de repérer les intervenants locaux, qu'il s'agisse de représentants ou d'associés, et de respecter les exigences et les normes de Telkom.

## Renseignements

Industrie Canada  
Direction du développement  
des affaires internationales  
Secteur du spectre, des technologies  
de l'information et des télécommunications  
300, rue Slater  
Ottawa (Ontario) K1A 0C8  
Tél. : (613) 991-4903  
Télééc. : (613) 990-3858  
Internet : byron.daniel@ic.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international  
Direction des débouchés commerciaux  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-1908  
Télééc. : (613) 944-0050  
Internet : robert.speers@extott16.x400.gc.ca

**C**e domaine regroupe deux secteurs : celui de la conception des progiciels à l'intention d'une clientèle variée et celui des services informatiques, à savoir notamment la création de logiciels personnalisés, l'intégration de systèmes, la gestion des installations, les services numériques couleurs de prépresse et de production, l'imagerie numérique, l'information et la traduction. Dans les paragraphes qui suivent, il sera également question du secteur des nouveaux médias, où les concepteurs font appel à des données numériquement mémorisées sous diverses formes pour réaliser des applications électroniques pour le commerce, l'entreprise, l'apprentissage, le divertissement et les soins de santé.

Même si les services informatiques ne sont que sommairement étudiés dans la SCCI de cette année, le gouvernement a la ferme intention de faire les efforts nécessaires de planification, d'analyse et de consultation auprès de l'industrie pour examiner de plus près ce secteur d'importance grandissante.

### **Situation intérieure**

Le secteur des produits logiciels et des services informatiques se distingue par le grand nombre de PME qui le composent, même si, pour ses bons résultats sur les plans de l'emploi, du revenu et de l'exportation, elle est redevable à un faible nombre de grands intervenants. Le secteur, qui compte environ 71 000 travailleurs, connaît une expansion exceptionnellement rapide. Les recettes des 100 plus grands producteurs de logiciels ont fait un bond de 38 p. 100 en 1994, pour atteindre 1,5 milliard de dollars; dans le secteur des services, les 50 entreprises de tête ont haussé leur chiffre d'affaires de 25 p. 100, pour un total de 3,9 milliards de dollars.

La réussite de ce secteur repose sur la qualité de ses produits et services.

Industrie Canada estime que 560 entreprises (et environ 7 300 personnes) forment aujourd'hui le domaine des applications multimédia. Ce sous-secteur connaît une expansion accélérée, ici comme à l'étranger. L'avance de la Californie est reconnue de tous, mais le Canada est bien placé dans les domaines de l'animation, de la simulation tridimensionnelle et de la photographie.

Les sociétés canadiennes de produits logiciels et de services informatiques ont des résultats remarquables sur les marchés internationaux. Dans la première catégorie, les 100 meilleures entreprises ont tiré 62 p. 100 de leurs recettes

des exportations. Un bon nombre d'entre elles a également su tirer profit d'alliances stratégiques, surtout pour la distribution, mais aussi pour le développement des produits. Le secteur des services a affiché des exportations de 817 millions de dollars, chiffre dont l'essentiel a été réalisé par les quatre sociétés les plus importantes: SHL Systemhouse, Bell SYGMA, DMR et ISM.

Le plus gros marché étranger pour nos producteurs de logiciels et spécialistes des nouveaux médias se trouve aux États-Unis.

### **Contexte international**

La société d'études de marché INPUT estime à 436 milliards de dollars le chiffre d'affaires total réalisé en 1995 sur le marché mondial des produits logiciels et des services informatiques; la part du Canada est de 2 p. 100. INPUT entrevoit une croissance annuelle de 11 p. 100 au cours des cinq prochaines années, le domaine des produits devant connaître la plus forte expansion. Les meilleurs débouchés à l'étranger résident dans le marché des applications et des logiciels de systèmes, qui vaut à l'heure actuelle 130 milliards de dollars et progresse à un rythme annuel de 12 p. 100.

Les sociétés américaines dominent dans la plupart des segments du marché, quoique les entreprises canadiennes soient dans le peloton de tête dans certains créneaux comme les logiciels

graphiques, le multimédia, les communications, la gestion scolaire, la mise au point de systèmes, les méthodes et outils de gestion des technologies de l'information et la fabrication. Le caractère dynamique de l'industrie, le développement rapide des marchés, les progrès fulgurants de la technologie et le court cycle de vie des produits sont autant de facteurs qui ouvrent de nombreuses possibilités d'expansion. Celles-ci, toutefois, sont actuellement restreintes par l'absence de protection de la propriété intellectuelle dans de nombreux pays.

## Principaux enjeux

Les sociétés de logiciels doivent composer avec les problèmes suivants :

- le piratage;
- l'absence de programmes de commercialisation bien conçus;
- la difficulté d'avoir accès en temps utile à l'information commerciale stratégique;
- le recrutement de distributeurs sur les marchés cibles;
- l'obtention du financement nécessaire pour poursuivre leurs initiatives de commercialisation et de vente à l'échelle internationale, ainsi que la R-D;
- la conclusion de partenariats et d'alliances stratégiques à l'étranger pour accélérer la pénétration des marchés;
- le respect des normes nord-américaines et internationales;
- l'adaptation de leurs applications aux particularités culturelles des marchés étrangers;
- l'acquisition, pour le Canada, d'une position avantageuse dans le secteur d'avenir des services d'informatique et d'imagerie numérique multilingues;
- l'appui aux campagnes de commercialisation du savoir-faire et des produits logiciels utilisant la langue française dans l'ensemble du monde francophone.

## Orientation stratégique

Les initiatives stratégiques du gouvernement viseront précisément les marchés indiqués ci-après.

**États-Unis** (recettes de 77 milliards de dollars en 1995, taux de croissance annuelle composé [TCAC] de 12 p. 100)

Ce pays est le plus grand et le plus sophistiqué des marchés: on n'hésite pas à y adopter des produits nouveaux. La réussite aux États-Unis ouvre aux entreprises canadiennes la porte du marché international; cependant, pour y arriver, celles-ci doivent élaborer un plan de commercialisation qui rejoindra la clientèle ciblée et sélectionner les voies de distribution les plus productives.

La stratégie consistera principalement à aider les nouveaux intervenants, à décrire la situation actuelle des marchés régionaux ou à élaborer des prévisions à leur sujet et à repérer les distributeurs, les revendeurs de produits à valeur ajoutée, les investisseurs et les foires spécialisées qui s'adressent à des marchés particuliers.

**Amérique latine** (recettes de 4,6 milliards de dollars, TCAC de 19 p. 100)

Bien qu'ils soient petits et d'une grande diversité, ces marchés progressent rapidement; les principaux problèmes sont le piratage et les différentes langues utilisées dans le commerce.

La stratégie consistera surtout à diffuser des renseignements sur les débouchés ouverts aux producteurs de logiciels complexes et de grande valeur, dont le prix justifiera un fort investissement dans la commercialisation (y compris l'adaptation) et qui sont plus difficiles à copier.

**Asie-Pacifique** (recettes de 13 milliards de dollars, TCAC de 14 p. 100)

Cet important marché connaît une croissance exceptionnelle, mais il est la proie constante du piratage. Le Japon, en abandonnant les systèmes d'exploitation brevetés au profit de DOS et Windows, a créé des débouchés de 7,3 milliards de dollars pour ces derniers et un potentiel qui peut justifier les coûts d'adaptation. La Chine peut représenter un marché intéressant pour les producteurs de grands programmes complexes qui sont à l'abri de la copie.



Dans cette région, la stratégie est identique à celle qui a été adoptée pour l'Amérique latine, sauf en ce qui concerne le Japon et l'Australie, où l'on se basera plutôt sur le modèle américain.

**Europe de l'Ouest** (recettes de 31,9 milliards de dollars, TCAC de 8 p. 100)

L'Europe est le plus grand importateur de logiciels; elle offre donc d'intéressants débouchés aux producteurs canadiens. Bon nombre de sociétés canadiennes réputées y ont eu d'excellents résultats. Pour réussir en Europe, il faut effectuer des séjours fréquents, respecter ses engagements et assurer des services de soutien fiables à l'échelle locale. L'Europe offre également d'excellentes possibilités d'investissement et des candidats à un partenariat stratégique.

La stratégie consistera principalement à aider les nouveaux intervenants, à décrire la situation actuelle des marchés régionaux ou à élaborer des prévisions à leur sujet, à nouer des relations commerciales en vue de partenariats et à repérer les distributeurs, les revendeurs de produits à valeur ajoutée, les investisseurs et les foires spécialisées qui s'adressent à des marchés particuliers. En outre, l'établissement de liens stratégiques entre des sociétés européennes et canadiennes aidera ces dernières à exploiter de nouveaux marchés prometteurs et les créneaux que cible l'industrie du logiciel.

### **Autres pays d'Europe, Afrique et Moyen-Orient**

Les autres pays d'Europe présentent peu d'intérêt pour la plupart des intervenants, car le piratage y sévit sans relâche. Il en est de même en Afrique et au Moyen-Orient, où les problèmes de diversité linguistique s'ajoutent au piratage et à la petitesse des marchés pour les rendre encore moins attrayants; la seule exception pourrait être l'Afrique du Sud.

La stratégie consistera surtout à surveiller régulièrement les marchés pour repérer les débouchés qui pourraient à l'occasion s'ouvrir dans le domaine des logiciels spécialisés.

## **Renseignements**

Industrie Canada  
Direction générale de l'industrie  
des technologies de l'information  
300, rue Slater  
Ottawa (Ontario) K1A 0C8  
Tél. : (613) 954-3294  
Télec. : (613) 957-4076  
Internet : paterson.dave@ic.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international  
Direction des débouchés commerciaux  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-1908  
Télec. : (613) 944-0050  
Internet : robert.speers@extott16.x400.gc.ca

**L**a géomatique est un secteur technologique axé sur l'acquisition, le stockage, l'analyse, la diffusion et la gestion de données à référence géographique. Les principaux domaines de ce sous-secteur sont les levés de positionnement et les levés géodésiques, la cartographie topographique et thématique, l'arpentage et les levés cadastraux, les levés hydrographiques et la cartographie marine, la télédétection et le traitement d'images ainsi que les systèmes d'information géographique (SIG) et les systèmes, produits et services connexes.

Le terme « géomatique » est couramment utilisé au Canada, et de plus en plus dans d'autres pays, quoique les appellations « SIG » et « télédétection » servent aussi à désigner la même industrie.

## Situation intérieure

- 1 500 entreprises, dont 85 p. 100 sont des PME.
- 15 000 emplois.
- Chiffre d'affaires annuel : un milliard de dollars.
- Exportations : 260 millions de dollars; importations : 260 millions de dollars.
- Forces :
  - une position de pionniers en matière de SIG et de logiciels d'analyse d'images, plus particulièrement en ce qui a trait à la gestion des ressources naturelles et à la surveillance environnementale;
  - la mise en orbite de RADARSAT, en novembre dernier, stimulera les entreprises qui offrent des produits à valeur ajoutée et fera connaître la compétence canadienne en ce domaine;
  - des capacités de calibre international en matière d'intégration des systèmes et de production de données géographiques;
  - la collaboration entre les intervenants canadiens du domaine de la géomatique.
- Principaux marchés :
  - États-Unis et Europe de l'Ouest, notamment pour les ventes au secteur privé par l'intermédiaire de coentreprises et de filiales;
  - Asie (République populaire de Chine, Viêtnam, Inde, Malaisie, etc.) : on peut prévoir d'importantes acquisitions dans le domaine de la géomatique au cours des cinq prochaines

années, surtout pour la mise en place d'infrastructures et dans le cadre des programmes environnementaux (voir la stratégie canadienne pour l'Inde);

– Amérique latine : les ventes devraient passer de 650 millions à 2,5 milliards de dollars de 1993 à 1998; on prévoit des débouchés dans le cadre de la privatisation des terres;

– autres marchés prometteurs : Europe centrale et orientale, Moyen-Orient, Communauté des États indépendants (CEI); on prévoit des débouchés dans les domaines de la surveillance environnementale et de la privatisation des terres.

## Contexte international

- Le marché mondial, évalué à dix milliards de dollars, progresse à un rythme annuel de 20 p. 100.
- Principaux fournisseurs du marché mondial : États-Unis et Canada, 43 p. 100, Europe, 31 p. 100, Extrême-Orient, 15 p. 100, autres pays, 11 p. 100.

## Tendances

Les trois domaines dans lesquels la géomatique est le plus utile (gestion des ressources naturelles, amélioration et entretien de l'infrastructure et gestion environnementale) continueront de dominer sur le marché mondial pendant les cinq années qui viennent. Le rôle qu'y joue la géomatique s'affirmera considérablement grâce aux applications multimédia, à la réalité virtuelle

et au perfectionnement des interfaces utilisateur, qui rendront la technique plus facilement compréhensible pour les profanes.

Voici certaines tendances technologiques notables :

- mise en service d'une technologie peu coûteuse, compacte et à grande capacité de traitement et de stockage des données, qui pourrait occasionner une croissance exponentielle des systèmes de table;
- intégration de données hétérogènes et mise en place de bases de données réparties, à interface directe;
- mise au point de systèmes intégrés de gestion des données;
- apparition d'interfaces utilisateur faisant appel au multimédia;
- adaptation accrue d'une norme commune concernant l'échange de données géographiques numériques à l'échelle mondiale;
- plus grand accès aux images de télédétection aérienne et spatiale en vue d'obtenir des données à haute résolution pour des applications opérationnelles;
- mise en service d'une technologie peu coûteuse et de grande précision pour les systèmes de localisation GPS.

Voici les tendances commerciales mondiales qu'envisagent les dirigeants du secteur :

- utilisation accrue de données géographiques intégrées dans des systèmes d'information de gestion d'entreprise;
- l'Amérique du Nord demeurera le plus grand marché;
- les pouvoirs publics demeureront les principaux clients;
- la croissance des marchés européens et asiatiques demeurera rapide;
- on enregistrera une croissance marquée sur la scène commerciale;
- on assistera à la formation de consortiums nationaux ou internationaux aux fins de financement;
- la formation de partenariats entre le secteur privé et le secteur public sera nécessaire afin de mettre en œuvre des solutions géomatiques complètes dont puissent bénéficier plusieurs organismes;

- le coût élevé de l'alimentation des bases de données continuera de freiner le taux de croissance rapide prévu pour les SIG;
- le maintien de la demande au chapitre de l'information, en sus de la demande de données pures;
- les applications environnementales constitueront des débouchés importants.

## Concurrence

Les gouvernements et les sociétés publiques dominent le marché mondial. Dans le domaine des levés et de la cartographie traditionnels, les principaux rivaux des sociétés canadiennes sont des entreprises des États-Unis, de la France, du Royaume-Uni, des Pays-Bas, de la Scandinavie et, ces derniers temps, du Japon, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande. On peut aussi s'attendre bientôt à une plus vive concurrence des entreprises de Corée, d'Inde et de Pologne, où l'on fait appel à une technologie de pointe tout en disposant d'une main-d'œuvre à bon marché. Au chapitre des applications innovatrices de la géomatique, de nouveaux concurrents apparaissent qui ont pour stratégie de perfectionner des produits et des services de plus large portée.

## Principaux enjeux

Dans l'avenir, il faudra mettre au point de nouvelles méthodes de financement, répondre plus rapidement aux attentes de l'industrie et créer des liens structurels viables.

Les autres enjeux sont les suivants :

- l'obtention de données fiables sur le marché international;
- une meilleure diffusion de l'information;
- le financement de la commercialisation internationale, dont le coût est très élevé, notamment aux plans de la collecte de renseignements commerciaux et des longs délais de développement des projets;
- la diversité des marchés, des pratiques commerciales et des particularités culturelles sur le marché mondial;
- le regroupement et la présentation des compétences canadiennes en matière d'architecture de données, en vue de leur exportation par les gouvernements, les banques et les sociétés d'assurances, de services téléphoniques et de câblodistribution;

- la hausse de la demande en matière d'information sur les régions côtières;
- une meilleure sensibilisation du marché international aux capacités et compétences des fournisseurs canadiens.

## Orientation stratégique

Un partenariat coordonné entre le secteur public et le secteur privé aidera à garantir une pénétration stratégique et ciblée du marché mondial de la géomatique, notamment dans les pays en développement. Le succès récent qu'ont connu des consortiums canadiens industrie-gouvernement dans l'obtention de contrats de géomatique au Mexique et en Arabie saoudite est un excellent exemple d'une telle approche. La récente mise sur orbite du satellite RADARSAT confèrera au Canada une grande crédibilité dans le domaine de l'acquisition, du traitement et de l'utilisation des images spatiales obtenues par radar à ouverture synthétique.

La stratégie consistera principalement à :

- perfectionner les connaissances en géomatique dans les missions canadiennes à l'étranger (Ressources naturelles Canada [RNCan], MAECI, ministère des Pêches et Océans [MPO], Association canadienne des entreprises de géomatique [ACEG]);
- renforcer les mécanismes de communication servant à partager des renseignements sur les marchés et de l'information commerciale (MAECI, RNCan, IC, MPO, ACEG, etc.);
- soutenir les initiatives destinées à améliorer la pénétration des marchés et à accroître de 20 p. 100 la part canadienne des exportations mondiales de ce secteur au cours des deux prochaines années (Géomatique Canada, etc.);
- promouvoir une participation industrie-gouvernement aux projets internationaux à l'aide de structures commerciales appropriées, comme des réseaux commerciaux souples (RNCan, MPO, Corporation commerciale canadienne [CCC], SEE, MAECI, ACEG);
- augmenter le soutien sous forme de financement de projets et de financement des exportations commerciales (MAECI, CCC, SEE, ACIDI, RNCan).

## Bibliographie

- *GIS Markets and Opportunities*. Prévisions pour 1994-1998, Daratech Inc., Cambridge (MA), 1994.
- *GIS Markets and Opportunities*. Daratech Inc., Cambridge (MA), 1995.
- *GIS World Source Book 1995*. GIS World Inc., Fort Collins (CO).
- *Geomatics Markets and Opportunities in Latin America*. Étude préparée pour Industrie Canada, Ottawa, 1993.
- *Stratégie de la compétitivité pour l'industrie canadienne de la géomatique*. Groupe de travail sur la compétitivité pour l'industrie de la géomatique, Ottawa, 1993.
- *A Survey of Opportunities for the Canadian Geomatics Industry in the U.S. Federal and State Governments*. Ambassade du Canada, Washington (DC), 1993.
- *Profil de l'industrie — 1990-1991 — Géomatique*. Industrie Canada, Ottawa, 1991.
- Document stratégique 1996-1997 sur le secteur spatial.

## Renseignements

Géomatique Canada  
Expansion des affaires  
615, rue Booth  
Ottawa (Ontario) K1A 0E9  
Tél. : (613) 996-7644  
Télec. : (613) 943-8838  
Internet : pchagarl@nrca.gc.ca

Association canadienne des entreprises  
de géomatique  
1204-170, avenue Laurier  
Ottawa (Ontario) K1P 5V5  
Tél. : (613) 232-8770  
Télec. : (613) 232-4908  
Internet : giac@globalx.net

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international  
Direction des débouchés commerciaux  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-8086  
Télec. : (613) 944-0050  
Internet : jeffrey.tracey@extott16.x400.gc.ca

**L'**industrie des ordinateurs et du matériel périphérique fabrique une vaste gamme de produits utilisés dans diverses applications informatiques, dont les suivants : systèmes d'ordinateurs (gros ordinateurs, ordinateurs personnels, postes de travail, etc.), matériel périphérique (imprimantes, traceurs, lecteurs optiques, etc.), matériel de stockage informatique (disques durs, lecteurs de disquettes, unités de disque optique, piles de disques, etc.), cartes de processeurs garnies et sous-systèmes d'informatique sans boîtier (cartes vidéo, cartes audio, cartes de commande de processus, cartes d'interface de réseau local, cartes d'interface de réseau de télécommunication, autres cartes qui accroissent le rendement des matériels périphériques, etc.) et terminaux d'ordinateur (sans microprocesseur central).

L'industrie des instruments regroupe des entreprises produisant pratiquement tous les types d'appareils de mesure, de détection, d'enregistrement et de contrôle utilisés dans la plupart des activités du commerce, de l'industrie, du transport, de l'exploration et de la recherche. Les produits vont des simples thermostats bimétalliques aux dispositifs à haute technologie tels que les appareils de mesure optiques ou électroniques assistés par ordinateur.

## Situation intérieure

### Ordinateurs et matériel périphérique

Ce secteur regroupe près de 300 établissements de fabrication, dont 113 emploient plus de dix personnes.

Le déficit de la balance commerciale canadienne pour ces produits est en hausse graduelle. En effet, la progression des exportations ne suffit pas à compenser l'augmentation des importations.

Industrie Canada a récemment réalisé un sondage auprès des fabricants d'ordinateurs et de matériel périphérique. Voici les principaux résultats de ce sondage :

- plus de la moitié des fabricants canadiens d'ordinateurs sont de petites entreprises (moins de dix employés);
- le déficit actuel de ce secteur est d'environ 3,5 milliards de dollars;
- les exportations vont aux États-Unis dans une proportion de 75 p. 100 et sont effectuées, pour environ 65 p. 100, par un petit nombre de multinationales;

- les expéditions des PME représentaient approximativement 18 p. 100 de celles du secteur en 1985; cette proportion avait atteint 34 p. 100 en 1991;
- environ 60 p. 100 des PME n'exportent pas; celles qui exportent font affaires avec des entreprises auxquelles aucun lien ne les unit;
- dans le cas des multinationales, 75 p. 100 des échanges internationaux se font au sein de l'entreprise;
- les entreprises exportatrices qui appartiennent à des intérêts canadiens ont une marge bénéficiaire qui dépasse de 67 p. 100 celle des sociétés qui s'intéressent moins aux marchés étrangers;
- parmi les raisons invoquées pour justifier le peu d'intérêt pour les marchés étrangers, on mentionne surtout le désir de mieux maîtriser les marchés canadien et américain, le prix élevé des études de marché et le manque de capitaux;
- parmi les exportateurs, 57 p. 100 font appel à des représentants établis aux États-Unis; les autres ont créé des bureaux de vente;

**Figure 1a**  
Répartition géographique des ventes d'ordinateurs, de matériel périphérique et de pièces fabriqués au Canada



Source : Statistique Canada  
Sondage Industrie Canada

- les méthodes les plus fréquemment utilisées sont la vente directe aux acheteurs industriels, aux revendeurs de produits à valeur ajoutée, aux fabricants d'équipement d'origine (FEO) et aux distributeurs;
- les renseignements dont on a le plus besoin relativement aux marchés étrangers ont trait aux modalités locales d'homologation des produits, aux FEO locaux, à la concurrence, aux grands distributeurs, aux conférences et foires commerciales et aux atouts de l'industrie locale;
- les marchés les plus convoités et pour lesquels l'aide gouvernementale pourrait être disponible sont ceux de l'Europe de l'Ouest, des États-Unis et de la région Asie-Pacifique.

### Instruments

- 362 entreprises canadiennes dont l'instrumentation constitue le principal facteur de production.
- Expéditions d'une valeur de 2,6 milliards de dollars.
- Au-delà de 18 000 emplois.
- Plus de 1 000 entreprises fabriquent au moins un produit associé au secteur.

**Figure 1b**  
Répartition géographique des exportations canadiennes d'ordinateurs, de matériel périphérique et de pièces



Source : Statistique Canada  
Sondage Industrie Canada

Les États-Unis absorbent 75 p. 100 des exportations et sont à l'origine de 71 p. 100 des importations. L'Europe suit avec 13 p. 100 des exportations canadiennes.

L'industrie canadienne des instruments peut soutenir la concurrence mondiale dans certains domaines comme les produits destinés à des applications géophysiques et géologiques, les systèmes de contrôle et de surveillance environnementale, les systèmes de sécurité et d'alarme, la télédétection, le matériel laser et la spectroscopie. Chacun de ces domaines est en expansion.

### Contexte international

- Dans le domaine du matériel informatique, les recettes devraient progresser au rythme annuel composé de 6,2 p. 100; les échanges internes des entreprises en seront le principal moteur.
- Dans le secteur des ordinateurs personnels, on prévoit un accroissement annuel d'au moins 11 p. 100 d'ici 1997; les expéditions, dans le monde entier, devraient alors avoisiner les 100 milliards de dollars.

**Tableau 2**  
**Le marché de l'ordinateur à l'étranger en 1993**  
**(millions SUS)**

Marché	Marché total	Marché des importations
États-Unis	58 000	32 000
Japon	40 000	3 700
Allemagne	19 500	18 500
Royaume-Uni	14 144	13 000
France	11 346	5 356
Italie	7 950	4 110
Espagne	4 800	4 600
Canada	4 257	3 883
Australie	3 780	2 692
Brésil	3 500	500
Corée	3 309	1 406
Suisse	3 200	2 995
Pays-Bas	3 200	5 400
Taïwan	1 865	1 435
Suède	1 724	1 566
Belgique	1 654	1 583
Autriche	1 632	1 948
Danemark	1 450	1 400
Malaisie	1 300	1 134
Chine	1 300	800
Thaïlande	1 250	1 107
Hong Kong	1 236	1 067
Singapour	1 150	2 100
Finlande	1 120	880
Irlande	973	587
Norvège	850	794
Inde	835	250
Mexique	798	550
Portugal	766	750

Source : Département Américain de Commerce

Les estimations de la figure 2 portent sur les systèmes informatiques et le matériel périphérique, à l'exclusion des pièces et composants d'ordinateurs.

Dans le domaine des ordinateurs et du matériel périphérique, la stratégie consistera à :

- porter de 40 à 65 p. 100 la proportion de PME qui exportent aux États-Unis, grâce à la prestation de services de commercialisation des

exportations : produits d'information, aide à la participation aux foires commerciales, organisation de rencontres sur place avec des acheteurs et distributeurs éventuels, etc. (IC, MAECI);

- accroître le nombre d'entreprises (et notamment de PME) exportant ailleurs dans le monde (IC, MAECI).

Pour mieux suivre les progrès du Canada sur la scène internationale, on s'efforcera d'approfondir et de mieux cibler l'analyse des marchés intérieur et mondial de l'informatique, notamment :

- en améliorant la qualité des données sur le commerce international provenant du Système harmonisé (SH) et de la classification type des industries (CTI);
- en poursuivant l'étude de la compétitivité de l'industrie canadienne du matériel informatique;
- en faisant la distinction entre l'apport des multinationales et celui des PME dans les échanges internationaux;
- en analysant la pénétration des marchés étrangers.

Pour mesurer les progrès, on observera régulièrement les échanges commerciaux dans ce secteur plutôt que d'évaluer le succès des missions d'exploration des sociétés. Les entreprises peuvent participer à ce plan et influencer sur le soutien gouvernemental en fournissant aux missions à l'étranger des renseignements au sujet du calibre des foires commerciales et des possibilités qu'elles offrent, des réseaux de distribution et des agents commerciaux.

## Renseignements

Industrie Canada  
 Direction générale de l'industrie  
 des technologies de l'information  
 300, rue Slater, 18<sup>e</sup> étage  
 Ottawa (Ontario) K1A 0C8  
 Tél. : (613) 954-3291  
 Téléc. : (613) 952-8419

Ministère des Affaires étrangères  
 et du Commerce international  
 Direction des débouchés commerciaux  
 125, promenade Sussex  
 Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
 Tél. : (613) 996-1908  
 Téléc. : (613) 944-0050  
 Internet : robert.speers@extoll16.x400.gc.ca

**L**es composants électroniques englobent les cartes de circuit imprimé, les connecteurs, les condensateurs, les résistances, les commutateurs, les relais, les transformateurs, les semi-conducteurs et un certain nombre d'autres dispositifs électroniques non classés ailleurs. Ils constituent la pierre angulaire de l'industrie électronique. La demande de composants est fonction des ventes dans des secteurs comme les télécommunications, les ordinateurs, l'électronique grand public, les produits de défense, l'industrie de l'automobile et les produits médicaux.

### Situation intérieure

L'industrie des composants est un secteur dynamique axé sur l'exportation, qui compte environ 300 entreprises et emploie quelque 17 000 personnes. La production canadienne, dont environ 80 p. 100 est exportée, est évaluée à approximativement 3,85 milliards de dollars.

Le Canada importe actuellement pour environ 5,5 milliards de dollars de composants électroniques, qui proviennent à 85 p. 100 des États-Unis. Les autres fournisseurs sont le Japon, la Corée, Taïwan, Hong Kong, la Chine et l'Allemagne.

L'industrie canadienne connaît une très belle réussite à l'échelle internationale dans le domaine des composants électroniques haut de gamme, mais la concurrence du Japon et des États-Unis est très forte. Pour les produits de moins haute technicité, le Canada n'est pas en mesure de soutenir la concurrence de pays comme le Mexique, la Chine, Singapour, la Corée et Taïwan.

Les forces du Canada dans le secteur des composants électroniques sont concentrées dans les domaines indiqués ci-après.

### Cartes de circuit imprimé

En 1994, les exportations ont atteint 614 millions de dollars et les importations, 925 millions. Environ 40 entreprises canadiennes fabriquent des cartes de circuit imprimé; les cinq plus grandes répondent à plus de 80 p. 100 de la demande du marché et ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 450 millions de dollars en 1994.

### Semi-conducteurs

En 1994, les exportations ont atteint près de 2 milliards de dollars et les importations, 6 milliards. Le marché mondial est évalué à

environ 70 milliards de dollars américains.

Chez Nortel, la fabrication de produits de micro-électronique répond aux besoins internes de la société mère et de ses filiales. Chez MITEL, la production est destinée à la fois à un usage interne et aux marchés commerciaux. Gennum Corporation exploite la seule usine de circuits bipolaires au silicium du Canada. La société C-MAC est également une entreprise importante. Outre ces entreprises, l'industrie canadienne regroupe environ 30 établissements de moindre envergure qui se spécialisent dans des créneaux particuliers ou dans les services de conception et d'essai.

### Condensateurs

En 1994, les exportations de condensateurs ont atteint 24 millions de dollars et les importations, 184 millions. Les condensateurs pastilles sont notamment utilisés dans les appareils téléphoniques, les ordinateurs, les caméras vidéo, les téléviseurs et les produits automobiles.

### Résistances

En 1994, les exportations de résistances ont atteint 7 millions de dollars et les importations, 98 millions.

### Connecteurs

En 1994, les exportations de connecteurs ont atteint 387 millions de dollars et les importations, 1,6 milliard. Pour les fabricants canadiens, il s'agit d'un créneau en expansion, qui offre des perspectives encourageantes, notamment dans le domaine de la fibre optique, et aussi dans ceux des circuits imprimés et des connecteurs pour applications spéciales.



## Composants magnétiques

En 1994, les exportations de produits comme les transformateurs électriques, les convertisseurs statiques et les bobines d'induction ont atteint 431 millions de dollars et les importations, 685 millions. Beaucoup de fabricants canadiens se spécialisent dans la production de blocs d'alimentation pour ordinateurs, de matériel de télécommunications et de divers autres produits de FEO. Plusieurs exportent aussi des produits de commutation.

## Contexte international

On s'attend à ce que l'industrie des composants électroniques progresse à un rythme annuel de 8 à 12 p. 100 d'ici la fin du siècle. Cette expansion sera favorisée principalement par les secteurs de l'informatique, du matériel de communication, de l'électronique grand public et de l'automobile. De nos jours, les clients exigent des produits qui offrent un rendement supérieur, une plus grande fiabilité et une miniaturisation sans cesse plus poussée, à un coût de moins en moins élevé. Les tendances en matière d'achat de composants à l'échelle mondiale reposent sur la supériorité technologique, le coût, la livraison et la fiabilité. Certaines variables influent sur les coûts de production, notamment le coût de la main-d'œuvre, des matériaux, des immobilisations, et les coûts liés à l'application de la réglementation en matière de sécurité des employés et à la protection de l'environnement. Pour conserver leur compétitivité sur le marché mondial, les fabricants canadiens doivent accorder une attention particulière à ces variables.

Depuis 1994, les fournisseurs canadiens de composants tirent profit de l'entrée en vigueur de l'ALENA, qui prévoit un traitement tarifaire préférentiel pour toutes les marchandises « originaires » d'Amérique du Nord qui sont échangées entre le Canada, les États-Unis et le Mexique. Les règles d'origine pour le matériel de télécommunications devraient assurer l'exécution, en Amérique du Nord, d'une part plus importante du travail d'assemblage et permettre ainsi une augmentation du nombre de composants achetés à l'intérieur du continent.

## Principaux enjeux

Les principaux enjeux sont les suivants :

- surpasser la concurrence étrangère pour attirer des investisseurs disposés à construire au Canada des installations de fabrication de puces;
- avoir accès aux technologies de pointe, aux équipements industriels avancés et aux usines étrangères de fonte du silicium;
- empêcher le départ à l'étranger d'ingénieurs qualifiés et de spécialistes canadiens de la commercialisation;
- entretenir d'étroites relations de travail avec la clientèle;
- former des partenariats et des alliances pour la fabrication et la vente de produits et de services conçus en fonction de débouchés particuliers, surtout quand l'intégration des systèmes est nécessaire.

## Orientation stratégique

Pour contribuer à la réussite des entreprises canadiennes sur la scène internationale, les activités de l'industrie viseront les objectifs suivants :

- amener des investisseurs étrangers à construire des usines de fabrication de puces au Canada;
- continuer à cibler en priorité le marché américain, puis l'Europe et le Mexique pour les exportations de composants électroniques;
- continuer à appuyer le Consortium stratégique en micro-électronique (CSM) et à travailler de concert avec cet organisme sans but lucratif créé pour aider l'industrie canadienne de la micro-électronique à dépasser le milliard de dollars de ventes d'ici l'an 2001;
- favoriser le maintien de la prestation de services de recherche de fournisseurs et de partenaires par l'Association canadienne de la technologie de l'information (ACTI).

## Bibliographie

On peut se procurer auprès d'Industrie Canada des guides décrivant les compétences des sociétés membres.

## Renseignements

Industrie Canada  
Direction générale de l'industrie  
des technologies de l'information  
300, rue Slater  
Ottawa (Ontario) K1A 0C8  
Tél. : (613) 954-3348 (composants passifs)  
Tél. : (613) 954-2868 (composants actifs)  
Télec. : (613) 952-8419

Programme de développement des fournisseurs  
Association canadienne de la technologie  
de l'information  
Tél. : (613) 599-4233  
Télec. : (613) 592-2093

Consortium stratégique en micro-électronique  
Tél. : (613) 592-8155  
Télec. : (613) 592-2093

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international  
Direction des débouchés commerciaux  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-1908  
Télec. : (613) 944-0050  
Internet : robert.speers@extott16.x400.gc.ca

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
<b>Afrique et Moyen-Orient</b>				
Partenariat stratégique	En permanence	Riyad	RNCan	(613) 996-2810
Atelier sur le programme <i>Globe SAR</i>	1 <sup>er</sup> avril 1996	Amman	RNCan	(613) 947-1227
Symposium sur les applications de la télédétection	1 <sup>er</sup> avril 1996	Riyad	RNCan	(613) 995-9941
Mise à jour des renseignements commerciaux et des rapports d'information	1 <sup>er</sup> avril 1996	Johannesburg	MAECI	(613) 944-6590
Conférence internationale sur la géomatique : mission de l'Arabie Saoudite	26 mai 1996	Ottawa	MAECI	(613) 944-5984
Citelcom en Côte-d'Ivoire : mission	27 mai 1996	Abidjan	MAECI	(613) 944-6579
Mission technologique du Maroc	17 juin 1996	Montréal, Ottawa, Toronto	MAECI	(613) 944-0396
Exposition sur l'informatique et les télécommunications en Afrique de l'Est : stand d'information	14 juill. 1996	Nairobi	MAECI	(613) 944-6586
<i>Softworld '96</i> : mission de l'Afrique du Sud	12 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 944-6590
Mission sur les télécommunications et les techniques de pointe	10 oct. 1996	Le Caire	MAECI	(613) 944-6994
Télécom Tunisie : stand d'information	20 oct. 1996	Tunis	MAECI	(613) 944-8124
<i>Intercom '97</i> : mission du Nigéria	20 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 944-6579
<i>Intercom '97</i> : mission de l'Afrique du Sud	20 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 944-6590
<i>Intercom '97</i> : mission du Maroc	20 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 944-0396
<i>Intercom '97</i> : mission de l'Arabie Saoudite	20 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 944-5984
<i>CeBIT '97</i> : mission de l'Égypte	6 mars 1997	Hanovre	MAECI	(613) 944-6994
<i>Telkom '97</i> : stand d'information	15 mars 1997	Johannesburg	MAECI	(613) 944-6590
<b>Asie-Pacifique Sud</b>				
Système d'information géographique (SIG) : partenariat stratégique	En permanence	Bangkok	RNCan	(613) 996-2810
Applications environnementales de la géomatique en Asie : atelier	1 <sup>er</sup> avril 1996	à déterminer	RNCan	(613) 996-7644
Études de marché sur les TI	1 <sup>er</sup> avril 1996	Jakarta	MAECI	(613) 992-0959
Étude de marché sur les logiciels du Système d'information géographique (SIG)	1 <sup>er</sup> mai 1996	Bangkok	MAECI	(613) 995-7662
<i>SIIM '96</i> : mission de la Nouvelle-Zélande	1 <sup>er</sup> juin 1996	Toronto	MAECI	(613) 996-4309
<i>CommunicAsia/BroadcastAsia '96</i> : mission	4 juin 1996	Singapour	IC	(604) 666-1407
<i>CommunicAsia</i> : stand d'information	4 juin 1996	Singapour	MAECI	(613) 996-5824
Conférence internationale sur la géomatique : mission de la Thaïlande	11 juin 1996	Ottawa	MAECI	(613) 995-7662
Réunion des ministres des télécommunications de l'APEC : mission	1 <sup>er</sup> sept. 1996	Australie	IC	(613) 991-4903
Mise à jour de l'étude de marché sur les télécommunications	1 <sup>er</sup> sept. 1996	Bangkok	MAECI	(613) 995-7662

Nota : La date et le lieu des événements sont sujets à modification.

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Symposium canadien sur les télécommunications	16 oct. 1996	Bangkok	MAECI	(613) 995-7552
Conférence sur la télédétection	1 <sup>er</sup> nov. 1996	Kuala Lumpur	RNCan	(613) 947-1214
<i>Telecom '96</i> — Viêtnam : stand d'information	3 déc. 1996	Ho Chi Minh-Ville	MAECI	(613) 995-8744
<i>Intercom '97</i> : mission de l'Australie	1 <sup>er</sup> févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-7652
<i>Intercom '97</i> : mission de la Nouvelle-Zélande	10 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 996-4309
Exposition solo sur la haute technologie (catalogues)	10 févr. 1997	Haiphong, Danang	MAECI	(613) 995-8744
<b>Europe centrale, Europe de l'Est et Communauté des États indépendants</b>				
Mission sur les télécommunications	14 avril 1996	Varsovie, Poznan	MAECI	(613) 996-7107
Mission NEXOS en Europe de l'Est sur l'informatique	1 <sup>er</sup> sept. 1996	Budapest, Prague, Varsovie	MAECI	(613) 996-7107
<i>Softworld '96</i> : mission de la Hongrie	15 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-6435
<i>Softworld '96</i> : mission de la Pologne	15 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission de la Pologne	21 févr. 1997	Vancouver	IC	(613) 990-4216
<b>Asie de l'Est</b>				
Séminaire sur les télécommunications rurales	1 <sup>er</sup> avril 1996	Beijing	IC	(613) 990-4232
Séminaire sur le financement	1 <sup>er</sup> avril 1996	Beijing	IC	(613) 990-4232
Séminaire sur la gestion du spectre relativement aux technologies de transmission sans fil	1 <sup>er</sup> avril 1996	Beijing	IC	(613) 990-4232
Communication de données : mission en Chine	1 <sup>er</sup> avril 1996	Beijing	IC	(613) 990-4232
<i>Golden Projects</i> : étude de marché	1 <sup>er</sup> avril 1996	Chine	MAECI	(613) 996-6987
Exercice sur l'information commerciale et les services d'information	1 <sup>er</sup> avril 1996	Séoul	MAECI	(613) 995-8744
Étude de marché sur la télédétection et les SIG	1 <sup>er</sup> avril 1996	Beijing	MAECI	(613) 996-6987
Séminaire sur les alliances stratégiques dans le domaine de la géomatique	22 avril 1996	Séoul	MAECI	(613) 995-8744
Mission du Pakistan sur les télécommunications	22 avril 1996	Vancouver, Toronto, Montréal	MAECI	(613) 992-0952
<i>Computer '96</i> : stand d'information	1 <sup>er</sup> mai 1996	Hong Kong	MAECI	(613) 995-8606
Partenariat pour l'intégration de l'informatique et de la téléphonie	1 <sup>er</sup> mai 1996	Hong Kong	IC	(613) 954-3187
Mission de la Corée sur la géomatique	1 <sup>er</sup> mai 1996	Vancouver, Toronto, Montréal	MAECI	(613) 995-8744
Étude de marché sur l'autoroute électronique et la technologie multimédia	1 <sup>er</sup> mai 1996	Séoul	MAECI	(613) 995-8744
Profil du marché des télécommunications	1 <sup>er</sup> mai 1996	Hong Kong, Chine méridionale	MAECI	(613) 996-2463

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
<i>CATA Globe Runner Conference</i> : mission de Taïwan en coentreprise	6 mai 1996	Toronto	MAECI	(613) 995-8744
Intégration informatique : mission en Chine	14 mai 1996	Beijing, Shanghai	MAECI	(613) 995-6962
Salon informatique <i>Computex</i> : stand d'information	5 juin 1996	Taipei	MAECI	(613) 997-8744
APEC : réunion du groupe de travail sur les télécommunications : mission	1 <sup>er</sup> juill. 1996	Taipei	IC	(613) 991-4903
Étude sur l'industrie de l'instrumentation	1 <sup>er</sup> juill. 1996	Séoul	MAECI	(613) 995-8744
Exposition sur les applications informatiques : stand d'information	29 juill. 1996	Taipei	MAECI	(613) 995-8744
Exposition sur les télécommunications : stand d'information	1 <sup>er</sup> août 1996	Taipei	MAECI	(613) 995-8744
<i>Softworld '96</i> : mission de Hong Kong	16 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-8606
<i>Softworld '96</i> : mission de la Corée du Sud	16 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-8744
<i>Softworld '96</i> : mission des Philippines	16 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-7659
Exposition sur l'électronique : stand d'information	1 <sup>er</sup> oct. 1996	Taipei	MAECI	(613) 995-8744
Communications Inde : stand d'information	22 oct. 1996	New Delhi	MAECI	(613) 996-5903
Mission sur les télécommunications	31 oct. 1996	Colombo	MAECI	(613) 992-0952
Atelier sur les applications environnementales de la géomatique	1 <sup>er</sup> nov. 1996	New Delhi	RNCAN	(613) 996-7644
<i>Expocomm '96</i> — Chine : stand d'information	5 nov. 1996	Beijing	MAECI	(613) 996-6987
<i>Broadcast, Cable &amp; Satellite Show</i> — Inde : stand d'information	6 déc. 1996	New Delhi	MAECI	(613) 996-5903
Étude de marché sur les satellites	1 <sup>er</sup> janv. 1997	Taipei	MAECI	(613) 995-8744
<i>Intercom '97</i> : mission de Taïwan	1 <sup>er</sup> févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-8744
Exposition de Taipei sur l'électronique (printemps) : stand d'information	20 févr. 1997	Taipei	MAECI	(613) 995-8744
Mission en Asie de l'Est sur l'autoroute électronique	1 <sup>er</sup> mars 1997	Séoul	MAECI	(613) 995-8744
Expositions au moyen de catalogues : promotion	3 mars 1997	Calcutta, Madras, Hyderabad	MAECI	(613) 996-5903
<b>Japon</b>				
Séminaires sur les échanges entre le Canada et le Japon dans le domaine des télécommunications	1 <sup>er</sup> févr. 1997	à déterminer	MAECI	(613) 996-2460
Mission du Japon sur les moyens de télécommunication	1 <sup>er</sup> sept. 1997	Ontario, Québec, Colombie-Britannique	MAECI	(613) 996-2460

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
<b>Amérique latine et Antilles</b>				
Mission sur l'industrie géomatique de l'Atlantique	1 <sup>er</sup> avril 1996	Mexico, Monterrey	IC	(506) 851-6421
Rapport sur le marché du matériel et des logiciels	1 <sup>er</sup> avril 1996	São Paulo	MAECI	(613) 996-5549
Mission sur la géomatique	1 <sup>er</sup> avril 1996	Lima	MAECI	(613) 996-4199
Étude de marché sur les TI — Repérage de partenaires	1 <sup>er</sup> avril 1996	Buenos Aires	MAECI	(613) 996-5549
Séminaire en Amérique latine sur les applications géomatiques	1 <sup>er</sup> avril 1996	à déterminer	IC	(613) 992-1094
Cours TEMIC — mission du Chili	1 <sup>er</sup> avril 1996	Chili, à déterminer	MAECI	(613) 996-4199
Mission du Mexique sur le Système d'information géographique (SIG)	18 mai 1996	Ottawa, Calgary, Vancouver	MAECI	(613) 995-0460
<i>Comexpo '96</i> : mission	20 mai 1996	Caracas	MAECI	(613) 996-5548
<i>America's Telecom '96 Conference</i> : stand national	1 <sup>er</sup> juin 1996	Rio de Janeiro	MAECI	(613) 996-5358
<i>Softel '96</i> : kiosque national	10 juill. 1996	Santiago	MAECI	(613) 996-4199
<i>Softworld '96</i> : mission du Venezuela	10 juill. 1996	Toronto	MAECI	(613) 996-5548
<i>COMSOC</i> : stand d'information	10 août 1996	San José	MAECI	(613) 996-6129
<i>FENASOFT '96</i> : mission	1 <sup>er</sup> sept. 1996	São Paulo	MAECI	(613) 996-5548
<i>Softworld '96</i> : mission de l'Argentine	1 <sup>er</sup> sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 996-5549
<i>COMDEX/Sucesu Sao Paulo '96</i> : mission	10 sept. 1996	São Paulo	MAECI	(613) 996-5549
<i>Telexpo/Compuexpo</i> : stand d'information	10 oct. 1996	Bogota	MAECI	(613) 996-5548
<i>CompuExpo</i> : stand d'information	1 <sup>er</sup> janv. 1997	Guadalajara	MAECI	(613) 995-0460
<i>COMDEX</i> : mission et stand d'information	26 févr. 1997	Mexico	MAECI	(613) 995-0460
<i>Intercom '97</i> : mission du Brésil	15 mars 1997	Vancouver	MAECI	(613) 996-5549
<i>Telexpo '96</i> — Brésil : mission	27 mars 1997	São Paulo	MAECI	(613) 996-5549
Rapport sur le marché des télécommunications	1 <sup>er</sup> avril 1997	São Paulo	MAECI	(613) 996-5549
<i>Technology/Technotron</i> : stand national	1 <sup>er</sup> avril 1997	Lima	MAECI	(613) 996-4199
<b>Marchés multiples</b>				
Participation canadienne aux projets pilotes du G-7 : partenariat stratégique	En permanence	Ottawa	IC	(613) 954-3289
Conseil consultatif de l'autoroute électronique : partenariat stratégique	En permanence	Ottawa	IC	(613) 954-3289
Réunion d'affaires internationale portant sur l'Internet	En permanence	Ottawa	IC	(613) 990-4096
Infrastructure nationale de données spatiales — Développement de la technologie	En permanence	Ottawa	RNCan	(613) 996-2810
<i>COMDEX '96</i> : kiosque du Nouveau-Brunswick sur le logiciel	à déterminer	Toronto	Nouveau-Brunswick	(506) 444-5265

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Expertise relative au CD-ROM des sociétés multimédias canadiennes	1 <sup>er</sup> avril 1996	Ottawa	IC	(613) 941-5245
Rapport sur les alliances stratégiques dans le domaine des technologies de l'information	1 <sup>er</sup> avril 1996	Ottawa	MAECI	(613) 995-0796
Principaux marchés du logiciel : études	1 <sup>er</sup> avril 1996	Ottawa	IC	(613) 954-3294
Raisons justifiant un investissement dans la technologie multimédia : promotion	1 <sup>er</sup> avril 1996	à déterminer	MAECI	(613) 995-0796
Conférence du G-7 sur la société d'information : mission	1 <sup>er</sup> mai 1996	à déterminer	IC	(613) 990-4112
<i>CATA Globe Runner Conference</i> : partenariat stratégique	6 mai 1996	Toronto	IC	(613) 990-4096
Conférence internationale sur la géomatique	26 mai 1996	Ottawa	IC	(613) 996-0441
Cours TEMIC : visiteurs étrangers	1 <sup>er</sup> juin 1996	Montréal, Ottawa, Vancouver	IC	(613) 991-4903
<i>INET '96</i> : conférence internationale portant sur l'Internet	25 juin 1996	Montréal	IC	(613) 954-3289
Exposition de l'Ontario sur les logiciels : acheteurs étrangers	1 <sup>er</sup> sept. 1996	Toronto	IC	(613) 954-3294
<i>Softworld '96</i> : partenariat stratégique	15 sept. 1996	Halifax	IC	(613) 954-3294
Alliances 96 — Foire commerciale	1 <sup>er</sup> nov. 1996	Montréal	IC	(613) 990-4096
<i>Intercom '97</i> : stand d'information	24 févr. 1997	Vancouver	IC	(604) 666-1407
<b>États-Unis</b>				
Réseau technologique canadien : série de conférenciers	1 <sup>er</sup> avril 1996	Détroit	MAECI	(613) 944-9475
Rapport sur les études de cas de réussites aux États-Unis	1 <sup>er</sup> avril 1996	Vancouver	MAECI	(613) 944-9440
Étude de marché et répertoire sur la géomatique	1 <sup>er</sup> avril 1996	Boston	MAECI	(613) 944-6576
Étude sur l'information commerciale relative aux ressources gouvernementales	1 <sup>er</sup> avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-8821
Étude de marché sur l'informatique dans le secteur public en 1996-1997	1 <sup>er</sup> avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-8821
Étude de marché sur les télécommunications sur la côte médiane américaine de l'Atlantique	1 <sup>er</sup> avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-6576
Mission américaine sur la technologie multimédia	1 <sup>er</sup> avril 1996	Vancouver	MAECI	(613) 944-9475
Ateliers sur les possibilités de partenariat dans le domaine de la technologie multimédia	1 <sup>er</sup> avril 1996	Vancouver, Calgary	MAECI	(613) 944-9475
Bulletin sur les nouveaux médias	1 <sup>er</sup> avril 1996	New York, San Francisco	MAECI	(613) 944-9475
Étude sur les transferts technologiques entre l'Ohio et l'Indiana	1 <sup>er</sup> avril 1996	Détroit	MAECI	(613) 944-9475
Mission en Nouvelle-Angleterre sur l'industrie du logiciel (médias)	1 <sup>er</sup> avril 1996	Boston	MAECI	(613) 944-9440

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Étude de marché sur les logiciels	1 <sup>er</sup> avril 1996	Boston	MAECI	(613) 944-9440
Partenariat stratégique aux États-Unis : séminaires	1 <sup>er</sup> avril 1996	Princeton (New Jersey)	MAECI	(609) 252-0777
Apports technologiques — Activités	1 <sup>er</sup> avril 1996	Détroit	MAECI	(613) 944-9475
Programme de partenariat dans le domaine de la technologie	1 <sup>er</sup> avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-8821
Mission sur les partenariats dans le domaine de la technologie	1 <sup>er</sup> avril 1996	Chicago	MAECI	(613) 944-9440
Projets des entreprises de télécommunication et de télédistribution : étude	1 <sup>er</sup> avril 1996	Détroit	MAECI	(613) 944-6576
Séminaire sur l'investissement dans les centres téléphoniques	1 <sup>er</sup> avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-6576
Répertoire des alliances stratégiques dans le domaine des télécommunications : étude	1 <sup>er</sup> avril 1996	Boston	MAECI	(613) 944-6576
Mission américaine sur la bureautique (logiciels)	1 <sup>er</sup> avril 1996	Alberta	Alberta	(403) 427-6075
Séminaires techniques présentés par des entreprises canadiennes de télécommunication	1 <sup>er</sup> mai 1996	Silicon Valley	MAECI	(613) 944-6576
Rapport sur le marché de la géomatique dans le secteur public	1 <sup>er</sup> mai 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-6576
Conférence technologique gouvernementale : mission	1 <sup>er</sup> mai 1996	Los Angeles	MAECI	(613) 944-9440
Mission sur les partenariats stratégiques dans le domaine des jeux multimédias	1 <sup>er</sup> mai 1996	Los Angeles	MAECI	(613) 944-9475
<i>CATA Globe Runner Conference</i> : mission des États-Unis	13 mai 1996	Ottawa	MAECI	(613) 944-9440
Réunion portant sur les partenariats dans le domaine de la technologie multimédia	1 <sup>er</sup> juin 1996	Boston	MAECI	(613) 944-9475
Séminaires sur la conclusion de partenariats	1 <sup>er</sup> juin 1996	San José, Los Angeles	MAECI	(613) 944-9440
Ateliers sur les possibilités de partenariat dans le domaine du logiciel	1 <sup>er</sup> juin 1996	Vancouver, Edmonton	MAECI	(613) 944-6576
<i>COMDEX '96</i> (printemps) : stand national	3 juin 1996	Chicago	MAECI	(613) 944-9440
Étude de marché sur la transmission sans fil	15 juin 1996	San Diego	MAECI	(613) 944-6576
<i>Supercom '96</i> : stand national	24 juin 1996	Dallas	MAECI	(613) 944-6576
Débouchés pour les entreprises multimédias dans le Sud de la Californie : étude	1 <sup>er</sup> juill. 1996	San Francisco	MAECI	(613) 944-9475
<i>Canapple '96</i> : mission	11 août 1996	New York	MAECI	(613) 944-9475
Réunions portant sur les partenariats dans le domaine du logiciel	1 <sup>er</sup> sept. 1996	New York	MAECI	(613) 944-9440
Séminaires sur les partenariats et les alliances stratégiques dans le domaine des télécommunications	3 sept. 1996	New York	MAECI	(613) 944-6576
Réunion portant sur les partenariats relativement à l'Internet	9 sept. 1996	San Francisco	MAECI	(613) 994-9475



Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
<i>Softworld '96</i> : mission des États-Unis	12 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 944-9440
<i>National Association of State Telecommunications Directors</i> : stand d'information	21 sept. 1996	Philadelphie	MAECI	(613) 944-6576
Exposés sur les investissements	1 <sup>er</sup> oct. 1996	San José, Menlo Park	MAECI	(613) 944-9475
Exposition sur les télécommunications dans le Midwest : mission	1 <sup>er</sup> oct. 1996	Fort Wayne	MAECI	(613) 944-6576
Enquête sur les intentions d'achat d'équipement de télécommunications et de matériel à larges bandes : étude	1 <sup>er</sup> oct. 1996	Pittsburgh	MAECI	(613) 944-6576
<i>Multimedia Live-Expo</i> : réunion portant sur les partenariats	2 oct. 1996	San Francisco	MAECI	(613) 944-9475
Mission NEEF sur les didacticiels	1 <sup>er</sup> nov. 1996	Boston	IC	(506) 851-6421
Mission du Midwest sur l'Internet	1 <sup>er</sup> nov. 1996	Ontario, Québec	MAECI	(313) 567-2340
<i>COMDEX '96</i> (automne) : stand national	11 nov. 1996	Las Vegas	MAECI	(613) 944-9440
Foire commerciale <i>CMA Telecom</i> : stand national	15 nov. 1996	New York	MAECI	(613) 944-6576
Conférence sur la technologie éducative — <i>TIES</i>	2 déc. 1996	Minneapolis	MAECI	(613) 944-9440
Dynamique de l'exportation de logiciels : atelier	1 <sup>er</sup> janv. 1997	Alberta	Alberta	(403) 427-6075
Mission des fabricants de produits multimédias des États-Unis	1 <sup>er</sup> janv. 1997	Canada, à déterminer	MAECI	(613) 944-9475
<i>Intermedia</i> : mission du Canada Atlantique	1 <sup>er</sup> févr. 1997	San Francisco, Seattle	IC	(902) 426-7249
Mission sur la présentation des médias	1 <sup>er</sup> févr. 1997	Silicon Valley	MAECI	(613) 944-9478
Mission du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse sur la technologie multimédia	1 <sup>er</sup> févr. 1997	Boston	IC	(902) 426-7249
Mission sur l'appariement d'entreprises dans le domaine de la transmission sans fil	1 <sup>er</sup> févr. 1997	Los Angeles	MAECI	(613) 944-6576
Activités d'appariement dans l'Utah	10 févr. 1997	Salt Lake City	MAECI	(613) 994-9475
Programme d'alliances stratégiques dans le domaine des logiciels au Colorado	15 févr. 1997	Denver	MAECI	(613) 944-9440
Mission de partenariat aux États-Unis sur l'intégration de l'informatique et de la téléphonie	1 <sup>er</sup> mars 1997	à déterminer	MAECI	(613) 944-6576
<b>Europe de l'Ouest et Union européenne</b>				
Programme européen d'alliances stratégiques	En permanence	à déterminer	MAECI	(613) 995-0796
Mission de l'Italie sur la réalité virtuelle et les médias interactifs	1 <sup>er</sup> avril 1996	Montréal, Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
Mission de l'Italie sur l'autoroute électronique et les services de réseau de pointe	1 <sup>er</sup> mai 1996	Ottawa, Toronto, Montréal	MAECI	(613) 995-6435

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Mission sur le marché du logiciel	1 <sup>er</sup> mai 1996	Helsinki	MAECI	(613) 995-4730
Mission de l'Italie sur la politique en matière de télécommunications	1 <sup>er</sup> mai 1996	Ottawa, Toronto, Montréal	MAECI	(613) 995-6435
<i>Voice '96</i> : stand d'information	1 <sup>er</sup> juin 1996	Cologne	MAECI	(613) 995-8296
Salon canadien de la technologie de pointe : mission de l'Autriche	1 <sup>er</sup> sept. 1996	Toronto	MAECI	(613) 995-6435
Congrès international sur la radiodiffusion : stand national	12 sept. 1996	Amsterdam	MAECI	(613) 995-6435
<i>Softworld '96</i> : mission de la Finlande	15 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-6435
<i>Softworld '96</i> : mission des Pays-Bas	15 sept. 1996	Halifax	MAECI	(613) 995-5435
Mission de partenariat au Royaume-Uni sur l'intégration de l'informatique et de la téléphonie	1 <sup>er</sup> oct. 1996	Londres	MAECI	(613) 995-0796
<i>HET Instrumentation Fair '96</i> : stand d'information et séminaire	7 oct. 1996	Utrecht	MAECI	(613) 995-6453
<i>Orbit</i> : stand d'information	8 oct. 1996	Basel	MAECI	(613) 995-6435
<i>SMAU '96</i> : stand national	18 oct. 1996	Milan	MAECI	(613) 995-6435
<i>Electronika '96</i> : mission NEXOS	1 <sup>er</sup> nov. 1996	Munich	MAECI	(613) 943-0611
Mission NEXOS sur l'informatique	1 <sup>er</sup> nov. 1996	Espagne, Portugal, à déterminer	MAECI	(613) 995-6435
Forum TI : stand d'information et séminaire	10 févr. 1997	Paris	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission de l'Autriche	21 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission de la Finlande	21 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission de l'Italie	21 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission de la Norvège	21 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission du Royaume-Uni	21 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
<i>Intercom '97</i> : mission de la Suède	21 févr. 1997	Vancouver	MAECI	(613) 995-6435
<i>CeBIT '97</i> : mission NEXOS	1 <sup>er</sup> mars 1997	Hanovre	MAECI	(613) 943-0611
<i>CeBIT '97</i> : stand national	13 mars 1997	Hanovre	MAECI	(613) 995-6435
<i>Electronika '97</i> : stand national	12 nov. 1997	Munich	MAECI	(613) 992-7001

Pour obtenir des renseignements détaillés et à jour sur les activités indiquées ci-dessus et sur celles concernant d'autres secteurs, veuillez consulter le Compendium de la SCCI. Cette compilation électronique des activités mises sur pied par les gouvernements fédéral et provinciaux est continuellement mise à jour. On peut y accéder par le site Internet du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, à l'adresse suivante : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>

v.15

# Acronymes et sigles utilisés dans la Stratégie canadienne pour le commerce international

(Cette liste ne comprend pas les acronymes et sigles utilisés dans la Stratégie canadienne pour le commerce international)

		DATE DUE	DATE DE RETOUR
ACDI	Agence de consultations internationales		Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur
ACN	Association canadienne de normes		Industrie Canada
AAC	Agriculture		institution financière internationale
ALE	Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis		Organisation internationale de normalisation
ALENA	Accord de libre-échange entre le Canada, les États-Unis et le Mexique		ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
ASEAN	Association des nations du Sud-Est asiatiques		ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec
APEC	Organisation pour la coopération économique		ministère de la Défense nationale
APECA	Agence de coopération économique du Canada		ministère des Pêches et des Océans
BFDRQ	Bureau fédéral de développement régional		Organisation de coopération et de développement économiques
BMD	banque mondiale		Organisation mondiale du commerce
CCC	Corporation canadienne de commerce extérieur		Organisation du Traité de l'Atlantique Nord
CCCE	Comité canadien de commerce extérieur		Programme de développement des marchés d'exportation
CEI	Communauté économique internationale		produit intérieur brut
CCI	Centre de commerce international		petite et moyenne entreprise
CNR	Conseil national de recherches		Programme des Nations Unies pour l'environnement
COAI	Centre de coopération internationale		produit national brut
CRDI	Centre de recherches pour le 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	SCCI	Stratégie canadienne pour le commerce international
ESN	Équipe sectorielle nationale	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

CARR McLEAN

38-296



INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA



111744

## Acronymes et le commerce international

(Cette liste ne comprend pas les acronymes utilisés dans le document)

## canadienne pour

ACDI	Agence canadienne de développement international	GCSCE	Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur
ACN	Association canadienne de normalisation	IC	Industrie Canada
AAC	Agriculture et Agroalimentaire Canada	IFI	institution financière internationale
ALE	Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis	ISO	Organisation internationale de normalisation
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain	MAECI	ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
ASEAN	Association des nations de l'Asie du Sud-Est	MAPAQ	ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec
APEC	Organisation de coopération économique Asie-Pacifique	MDN	ministère de la Défense nationale
APECA	Agence de promotion économique du Canada atlantique	MPO	ministère des Pêches et des Océans
BFDRQ	Bureau fédéral de développement régional, Québec	OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
BMD	banque multilatérale de développement	OMC	Organisation mondiale du commerce
CCC	Corporation commerciale canadienne	OTAN	Organisation du Traité de l'Atlantique Nord
CCCE	Comité consultatif sur le commerce extérieur	PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
CEI	Communauté des États indépendants	PIB	produit intérieur brut
CCI	Centre de commerce international	PME	petite et moyenne entreprise
CNR	Conseil national de recherches	PNUE	Programme des Nations Unies pour l'environnement
COAI	Centre des occasions d'affaires internationales	PNB	produit national brut
CRDI	Centre de recherches pour le 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	SCCI	Stratégie canadienne pour le commerce international
ESN	Équipe sectorielle nationale	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



INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA



111744



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

Canada