

QUEEN
HF
1479
.I5714
1996/97
v.5

5

Automobile

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.

L

industrie de l'automobile se divise en deux sous-secteurs.

- 1) Fabricants d'équipement d'origine : assemblage d'automobiles, de camions légers et de remorques; pièces et composants de véhicules; pneus et chambres à air.
- 2) Fabricants de pièces de rechange et fournisseurs de services d'entretien d'automobiles : fournisseurs de pièces de rechange, d'accessoires et d'équipement d'entretien et de réparation, distributeurs et installations de réparation et d'entretien.

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

Queen
HF
1479
I5714
1996/97
v. 5

Situation intérieure

- L'industrie de l'automobile est la plus importante (15 p. 100) du secteur manufacturier canadien et celle qui affiche les exportations les plus élevées au Canada. Elle emploie près de 550 000 personnes, et la valeur totale de ses expéditions en 1994 s'élevait à 65 milliards de dollars. Ses exportations, dont 95 p. 100 étaient destinées aux États-Unis, totalisaient 60 milliards de dollars.
- L'industrie est entièrement intégrée et rationalisée à l'échelle de l'Amérique du Nord et elle est compétitive sur la scène internationale. Elle ne cesse de s'améliorer sur les plans de la qualité, de la productivité et de la livraison, même

si, de façon générale, les forces du Canada dans ce secteur ne sont pas bien connues sur les marchés étrangers.

- Les 15 usines canadiennes d'assemblage, dont la valeur des expéditions s'établissait à 45 milliards de dollars, ont produit 2,3 millions de véhicules en 1994. La plupart des usines ont des mandats de fabrication de produits très populaires et ces usines sont soit nouvelles, soit modernisées, soit en expansion. Les décisions d'investissement et de marketing sont prises à l'extérieur du Canada et il s'y fait très peu de recherche-développement (R-D).

Figure 1
Parts du marché canadien des véhicules légers

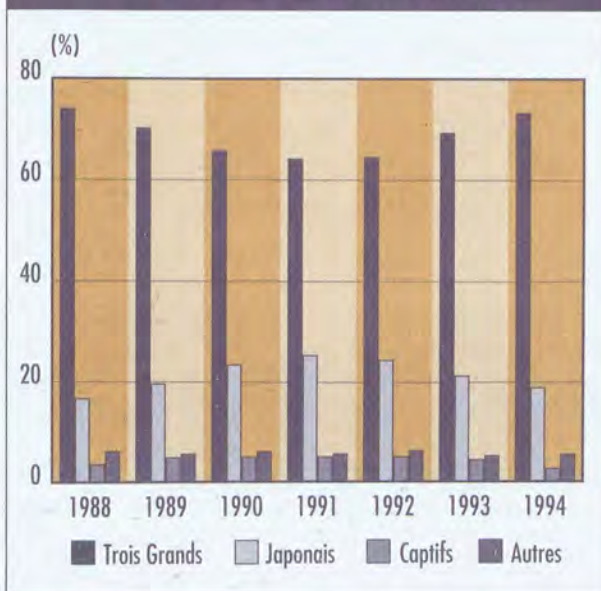
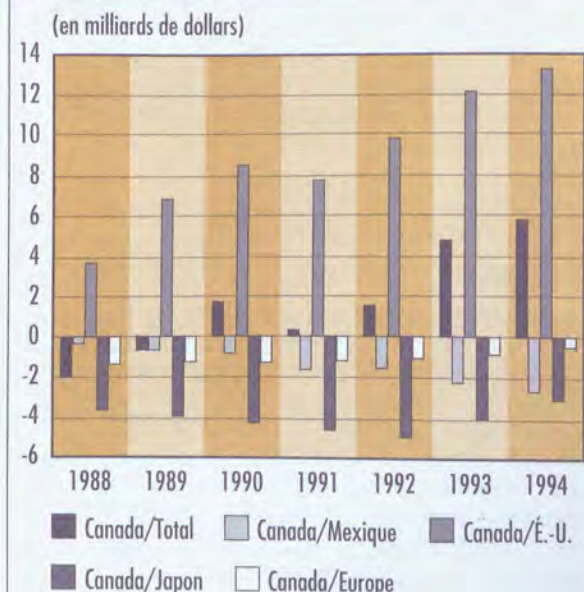


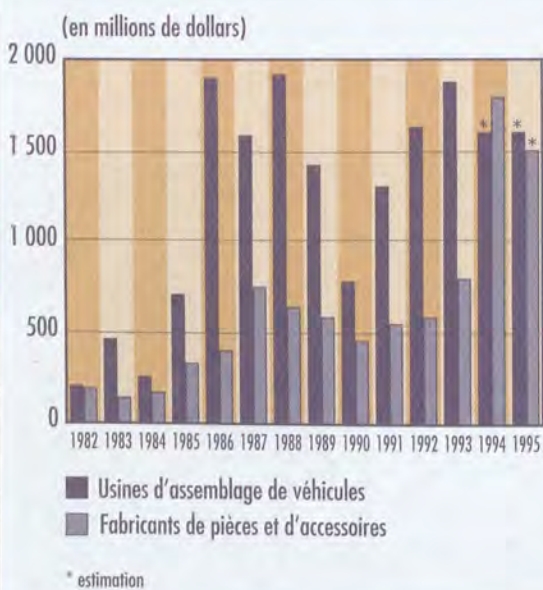
Figure 2
Balance commerciale du Canada avec ses principaux partenaires commerciaux pour l'industrie automobile



- Les ventes de véhicules légers se chiffraient à 1,3 million de dollars en 1994. La part de marché des trois Grands s'établissait à 73,2 p. 100 et celle des constructeurs japonais, à 18,9 p. 100 (voir la figure 1). L'industrie de l'automobile a affiché un excédent commercial de 5,8 milliards de dollars (voir la figure 2) et les nouvelles dépenses en capital des fabricants continuent d'être élevées (voir la figure 3).

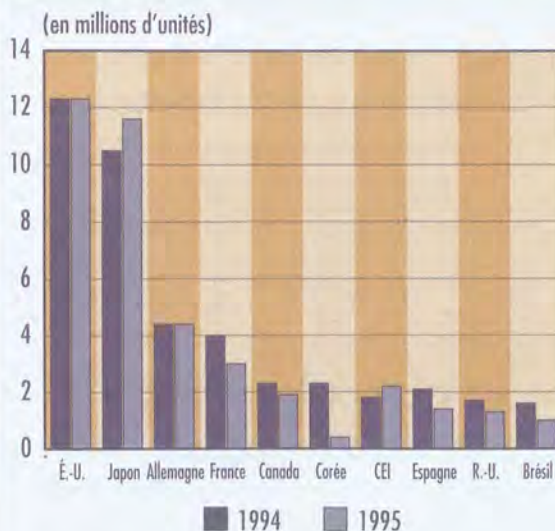
- La valeur des expéditions des fabricants d'équipement d'origine et des fabricants de pièces de rechange et d'accessoires totalisait 18,4 milliards de dollars en 1994. Les ventes et les services des fabricants de pièces de rechange étaient évalués à 21 milliards de dollars. Le Canada possède de solides capacités en matière de fabrication d'équipement de garage, de réparation et de diagnostic, et son secteur de l'outillage est très étendu.

Figure 3
Dépenses en capital de l'industrie canadienne de l'automobile



- Ces dernières années, le sous-secteur de l'équipement d'origine a connu une croissance importante et a amélioré sa productivité. Un certain nombre de fabricants de premier niveau sont actifs sur la scène internationale, mais la plupart exercent leurs activités aux deuxième (sous-assemblage) et au troisième (composants discrets) niveaux, où ils utilisent des procédés

Figure 4
Les dix principaux producteurs de véhicules légers dans le monde en 1994 comparativement à 1995



et de la technologie de pointe. Le sous-secteur des pièces au Canada a, dans certains domaines, besoin de plus de compétences et de technologies.

- Les principaux marchés de l'industrie canadienne de l'automobile sont le Japon, l'Europe, le Mexique et les États-Unis et, dans une moindre mesure, la Chine, le Brésil et l'Inde.

Contexte international

- Dans l'ensemble, l'industrie de l'automobile a expédié 47 millions de véhicules produits par 28 grandes entreprises d'assemblage bénéficiant de l'appui de 2 500 fabricants de pièces d'automobiles de premier niveau, de 30 000 entreprises de deuxième niveau et de plus de 200 000 entreprises de troisième niveau. On compte au Canada plus de 50 000 concessionnaires d'automobiles et 500 000 ateliers de réparation indépendants.

- Les fabricants sont sans cesse contraints de restructurer leur organisation, de réduire leurs coûts et d'accroître leur compétitivité. Ils doivent en outre s'adapter à la mondialisation, à la relocalisation des centres de production, à l'évolution des régimes tarifaires, de la technologie et de la réglementation, entre autres dans le domaine de l'environnement, et au fusionnement des fournisseurs.

- Les entreprises d'assemblage nord-américaines se concentrent plus sur leur principal domaine d'activité, ce qui crée des débouchés puisqu'elles font davantage appel à des tiers pour la fabrication de pièces; pour demeurer compétitives, les multinationales concluent des alliances stratégiques.

- La conclusion d'accords commerciaux internationaux et la réduction des obstacles aux échanges continuent de modifier les avantages concurrentiels de nombreux pays. Compte tenu de la mise en œuvre réussie de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) en 1994, de l'accession possible du Chili à cet accord, des efforts de libéralisation du commerce dans l'hémisphère occidental et du resserrement possible des liens commerciaux avec l'Europe, il faudra continuer d'évaluer les implications stratégiques de ces alliances.

- La concurrence à l'échelle internationale sera de plus en plus forte tant pour les entreprises d'assemblage que pour les fabricants de pièces, en particulier parce que les nouveaux pays s'efforcent de développer leur économie et que beaucoup d'entre eux se servent de l'industrie de l'automobile pour stimuler leur croissance. Les obstacles aux échanges devraient être réduits encore davantage, ce qui créera de nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes.

États-Unis

- Les États-Unis sont le plus important marché de l'industrie canadienne de l'automobile (équipement d'origine et pièces de rechange) : ils représentent plus de 90 p. 100 (14 milliards de dollars) de la totalité des expéditions. Les secteurs américain et canadien de l'automobile sont entièrement intégrés. Les entreprises canadiennes ont tendance à considérer les États-Unis comme faisant partie de leur marché « intérieur », mais l'inverse n'est pas toujours vrai.

- L'établissement récent et l'expansion, en Amérique du Nord, d'usines d'assemblage appartenant à des intérêts européens et japonais offrent de nouveaux débouchés aux fournisseurs. De plus, l'accord conclu récemment entre les États-Unis et le Japon sur les

automobiles et les pièces d'automobiles devrait améliorer les relations commerciales entre ces deux pays et ouvrir des débouchés pour les fabricants canadiens.

Japon

- Au Japon, les trois dernières années ont été caractérisées par un repli attribuable à la baisse de l'activité sur le marché intérieur et au fléchissement des bénéfices des sociétés. Le retour à la rentabilité dépendra vraisemblablement de la restructuration de l'industrie japonaise, qui amène les entreprises à s'adapter à l'augmentation du coût de leurs activités au pays, à réduire leur capacité excédentaire tant pour l'assemblage que pour la fabrication de pièces, et à rechercher de nouveaux marchés.

- L'infrastructure de production des véhicules japonais, déjà bien établie en Amérique du Nord, continue de prendre de l'ampleur (17 p. 100 de la capacité nord-américaine). L'accord récent conclu entre les États-Unis et le Japon prévoit un meilleur accès au marché japonais et une déréglementation de celui-ci. Les mesures proposées amélioreront les débouchés extérieurs pour l'équipement d'origine, les pièces et accessoires de rechange et les véhicules de fabrication nord-américaine, elles profiteront à l'approvisionnement en pièces en Amérique du Nord et favoriseront de nouveaux investissements. L'industrie de l'automobile doit continuer à entretenir des liens étroits avec l'industrie japonaise.

Europe

- La chute récente de la valeur des devises nord-américaines a amélioré la compétitivité des fabricants canadiens d'équipement d'origine et de pièces de rechange, stimulé les exportations vers les trois Grands et les activités de premier niveau en Europe, et favorisé de nouveaux investissements et la collaboration commerciale.

- Le volume des échanges entre le Canada et l'Europe dans le secteur de l'automobile est relativement faible, les importations surpassant toujours de beaucoup les exportations (1,6 milliard et 450 millions de dollars, respectivement).

- Certains fabricants européens de pièces d'automobiles (en particulier en Allemagne, en Autriche, en Suède, en France et en Italie) cherchent activement des partenaires nord-américains pour renforcer leur position comme fournisseurs potentiels sur la scène mondiale.

Mexique

- À long terme, la capacité du marché mexicain devrait augmenter de plus de 50 p. 100 pour passer à quelque deux millions d'unités par année, et les ventes de pièces devraient atteindre 20 milliards de dollars. L'élimination progressive des dispositions du décret mexicain sur l'automobile, très protectionniste, offrira de nombreuses possibilités, aussi bien aux entreprises d'assemblage qu'aux fabricants de pièces, sur les plans du commerce, de l'approvisionnement et de l'investissement.
- Les fournisseurs canadiens doivent affronter la concurrence en offrant les composants à forte valeur ajoutée les moins chers et de la meilleure qualité qui soit. Les États-Unis sont le principal concurrent du Canada sur le marché mexicain. La faible valeur du peso favorisera la recherche de fournisseurs de pièces et de véhicules au Mexique tout en décourageant les exportations vers le marché mexicain des véhicules.

Nouveaux marchés

- L'industrie canadienne a cerné un certain nombre de nouveaux marchés, qui présentent un potentiel à long terme. Pour le sous-secteur de l'équipement d'origine, ces marchés sont le Brésil, l'Inde et la Chine, et, dans une moindre mesure, l'Europe de l'Est, l'Indonésie et la Malaisie. Pour le sous-secteur des pièces de rechange, ce sont d'abord le Brésil, l'Inde, la Malaisie, l'Indonésie et l'Europe de l'Est, puis l'Afrique du Sud et le Moyen-Orient.

Brésil

- Le Brésil possède une importante industrie de l'automobile, et des intérêts européens, japonais et américains y ont fait des investissements substantiels dans les sous-secteurs de l'assemblage d'automobiles et de la fabrication de pièces. Le Brésil est le dixième producteur de véhicules au monde (1,58 million d'unités). En 1994, la valeur des expéditions de l'industrie de l'automobile se chiffrait à 36 milliards de dollars américains, dont 14,8 milliards en pièces.

- Le gouvernement brésilien a commencé à libéraliser son industrie automobile, qu'il protégeait jusqu'ici, en partie pour régler ses problèmes de balance des paiements. Ainsi, les droits à l'importation auxquels sont assujettis les véhicules ont été haussés (ils sont actuellement de 70 p. 100) et ceux qui s'appliquent aux pièces d'origine ont été réduits (ils sont de 2 p. 100).

- En attendant les résultats d'analyses actuellement en cours, des débouchés à court terme ont été repérés pour les fournisseurs canadiens de pièces d'origine. Des études permettront d'établir un plan d'action pour l'industrie canadienne.

Chine

- Le marché chinois de l'automobile devrait progresser de 9 p. 100 par année pendant les dix prochaines années, pour atteindre environ 3 millions d'unités d'ici l'an 2000 et 5,5 millions d'unités en 2010.
- Les trois Grands prévoient établir des usines en Chine et s'attendent à ce que leurs fournisseurs de pièces actuels collaborent avec eux à cet égard.
- Le gouvernement chinois joue un rôle important dans le développement de l'industrie et s'attend à ce que les fournisseurs essaient de trouver des partenaires sur place pour transférer les capacités de production en Chine. Des analyses plus poussées s'imposent.

Inde

- En Inde, on assiste à une augmentation rapide du pouvoir d'achat, à une libéralisation du crédit, à une baisse des taux d'intérêt, à une réduction des droits et à une plus grande facilité de crédit aux consommateurs. Par conséquent, le marché indien de l'automobile devrait s'accroître fortement et le parc automobile, doubler d'ici l'an 2001.
- Non seulement les multinationales comme General Motors, Peugeot, Ford, Daimler-Benz et Daewoo ont des visées stratégiques sur l'Inde en tant que marché proprement dit, mais elles ciblent également ce pays dans leurs efforts de mondialisation. Selon les résultats d'une évaluation initiale du marché indien de l'automobile, il existe certains débouchés pour les entreprises canadiennes d'équipement d'origine et de pièces de rechange, en particulier dans le cadre de coentreprises avec des entreprises indiennes.

- De nombreux règlements commerciaux indiens ont été assouplis, notamment le critère des 51 p. 100 de propriété indienne, mais ces règlements, conjugués aux droits à l'importation de 50 p. 100 appliqués sur les pièces d'automobiles, font encore obstacle à l'investissement.

Principaux enjeux

- Le gouvernement devra maintenir un cadre d'action industriel et commercial favorable au développement de l'industrie automobile et faire en sorte que le Canada continue d'attirer les investissements dans l'activité manufacturière, la mise au point de technologies et l'établissement de la R-D. Il devra aussi améliorer les débouchés en matière d'approvisionnement et accroître les échanges.
- L'industrie doit continuer d'acquérir de nouvelles compétences en matière de technologies et de conception, et tirer profit des débouchés qu'offrent les stratégies mises en œuvre par les entreprises d'assemblage à l'échelle régionale et nationale.
- Il faut mettre en évidence, auprès des principaux partenaires commerciaux et sur les nouveaux marchés, le profil de l'industrie canadienne de l'automobile de façon à ce que les négociants et investisseurs potentiels connaissent bien les capacités du Canada.
- On procède actuellement à l'harmonisation des données commerciales et d'autres statistiques qui présentent des divergences pour améliorer l'utilité des analyses et assurer une comparabilité juste et complète de ces données à l'échelle nord-américaine. Les normes relatives aux émissions et à la sécurité en Amérique du Nord devraient également être harmonisées avec celles qui sont en vigueur ailleurs dans le monde.
- Il faudrait réaliser des analyses stratégiques continues et diffuser, en temps opportun, des renseignements pertinents auprès de l'industrie afin de contribuer à l'expansion des entreprises.

Orientation stratégique

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

Coopération entre l'industrie et le gouvernement (tous les sous-secteurs)

- Les divers comités consultatifs sur l'automobile (CCA) entreprendront en collaboration avec les intervenants compétents des travaux sur les sujets suivants :
 - rationalisation et harmonisation des données commerciales et autres statistiques sectorielles à l'échelle de l'Amérique du Nord avec les partenaires de l'ALENA (CCA/Comité international, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international [MAECI], Industrie Canada [IC], Association des fabricants de pièces d'automobiles du Canada [AFPA], Association des industries de l'automobile du Canada [AIA], Association des fabricants internationaux d'automobiles du Canada [AIAMC], Japan Automobile Manufacturers Association [JAMA]);
 - harmonisation des normes relatives aux émissions et à la sécurité en Amérique du Nord (CCA/Comité des normes et de la réglementation, Transports Canada [TC], IC, Environnement Canada [EC]);
 - analyse des besoins en matière de formation (CCA/Comité du perfectionnement des ressources humaines, Développement des ressources humaines Canada [DRHC], IC, missions).
- Afin d'améliorer les analyses et d'accroître l'activité commerciale des fabricants canadiens de pièces d'automobiles, un plan de travail sera élaboré et mis en œuvre dans le but de diffuser plus largement les renseignements stratégiques sur l'industrie automobile (CCA/Comité international, MAECI, IC, AFPA, AIA, Ontario, Québec).
- Pour mettre davantage en valeur les capacités du sous-secteur canadien des pièces d'automobiles sur les marchés établis et les nouveaux marchés, de la publicité sera faite dans les médias, des brochures « toujours d'actualité » seront publiées, on incitera l'industrie à jouer un rôle de premier plan à l'occasion d'activités internationales, et on accueillera des représentants des médias du Japon et d'Europe (MAECI, IC, AFPA, AIA, Ontario, Québec).
- Afin que les fabricants d'équipement d'origine et les fabricants de pièces de rechange puissent profiter de tous les débouchés qui s'offrent sur le plan des approvisionnements, des échanges commerciaux et des investisse-

ments, des consultations bilatérales et multilatérales périodiques seront entamées avec les principaux intervenants du Japon, d'Europe et des États-Unis pour échanger de l'information et discuter des questions à mesure qu'elles se présentent, et un plan de travail sera mis en place (MAECI, IC, missions).

Fabricants d'équipement d'origine

Expansion des marchés d'approvisionnement et du commerce

- Pour évaluer le potentiel de l'offre et des exportations de véhicules, d'équipement d'origine et de pièces de rechange, on procédera à des analyses et à des études sur les comportements des nouvelles entreprises d'assemblage en matière d'achat de pièces et de composants, on obtiendra des missions des renseignements sur les marchés et on organisera des visites stratégiques dans les usines d'assemblage. Une mission de fabricants de pièces d'automobiles se rendra également au Japon (MAECI, IC, AFPA, AIA, missions).
- Pour encourager le resserrement des liens entre les fournisseurs canadiens et les entreprises japonaises d'assemblage en Amérique du Nord, des visites d'entreprises et des séminaires techniques seront organisés dans des endroits stratégiques, afin que l'approvisionnement en pièces d'origine au Canada passe de 1,4 à 2 milliards de dollars au cours des deux prochaines années (MAECI, IC, Association canadienne de l'emballage [ACE], AFPA, missions).
- Pour mettre en valeur l'industrie canadienne de l'automobile et faire connaître les capacités des fabricants d'équipement d'origine (approvisionnement et exportations), on fera de la promotion sur des marchés en participant à des foires commerciales au Japon, en Allemagne et aux États-Unis et en participant à une réunion d'affaires internationale au Japon (MAECI, IC, AFPA, Ontario, Québec, missions).
- Afin d'analyser toute l'ampleur des débouchés en matière d'approvisionnement et d'investissements et d'obtenir plus de renseignements sur le commerce, les réseaux de distribution et les associations industrielles, les visites continueront sur les nouveaux marchés, en particulier la Chine et le Brésil. Un plan d'action sera élaboré, au besoin, en vue d'une participation à Automec'97, au Brésil (MAECI, IC, AFPA, AIA, missions).

Investissements et acquisition de techniques de pointe

- Des analyses continues et des visites sont prévues dans des usines d'assemblage au Canada pour promouvoir l'attribution de mandats de fabrication importants aux usines du pays, poursuivre les investissements favorisant l'expansion des usines d'assemblage en fonction des besoins du marché, et discuter de la capacité des entreprises d'assemblage d'aider le sous-secteur de l'équipement d'origine dans ses activités de conception (IC, Ontario, Québec, missions).
 - Attirer des fabricants de pièces de premier niveau (intégration de systèmes) dans les sous-secteurs où le Canada a des lacunes à combler, et stimuler les investissements de ces fabricants dans de nouveaux sous-secteurs complémentaires, par exemple la fabrication de matériel électronique pour automobiles et de pièces du groupe motopropulseur, en favorisant les partenariats, les coentreprises, la fabrication sous licence et la conclusion d'alliances, en particulier avec des fabricants du Japon, d'Allemagne, de France et d'Autriche, et ce, par le biais d'une mission de partenariat étrangère et de visites ciblées dans des entreprises canadiennes établies au Canada et à l'étranger (MAECI, IC, missions).
 - Pour faire connaître les apports technologiques, on préparera des documents d'analyse. Des ateliers techniques et des ateliers de diagnostic seront tenus afin d'améliorer les méthodes de fabrication. On fera ressortir les politiques et les programmes publics adaptés aux besoins en matière de technologie (IC, ACE, Ontario, Québec, missions).
 - Pour accroître les investissements étrangers, on continuera de surveiller et de comparer la compétitivité du climat d'investissement au Canada à celui d'autres pays, et de diffuser des documents de promotion des investissements. On envisagera la tenue au Canada de séminaires d'information où seraient invités des conférenciers des territoires pertinents (MAECI, IC, AFPA, AIA, Ontario, Québec).
- ### **Recherche et développement**
- Accroître la R-D au Canada en faisant davantage connaître les avantages fiscaux accordés par le Canada dans ce domaine et les laboratoires nationaux et provinciaux par le biais des médias et de programmes bilatéraux de mise au point de technologies (IC, MAECI, Ontario, Québec).

Fabricants de pièces de rechange et fournisseurs de services d'entretien d'automobiles

Expansion des marchés d'approvisionnement et du commerce

- Accroître les débouchés pour les fabricants canadiens de pièces de rechange en participant à des salons internationaux de l'automobile aux États-Unis, au Mexique et en Europe, en repérant des réseaux de distribution, en participant à des expositions de vente par catalogue et en accueillant des missions d'acheteurs du Japon et d'ailleurs à l'occasion de salons à Toronto et à Montréal. L'accent sera mis sur les nouveaux débouchés qui se présentent en Amérique du Nord, dans les régions où des normes et des lois sur les émissions et la sécurité sont en vigueur ou prévues, et sur la mise en valeur du savoir-faire canadien dans le domaine de l'entreposage, des systèmes de distribution et de la gestion des stocks (MAECI, IC, AIA, missions).
- Recueillir, analyser et diffuser de l'information commerciale sur les nouveaux débouchés, c'est-à-dire rédiger des documents, tenir des séminaires et organiser des visites d'évaluation du marché en Amérique latine, en Inde et dans les pays de la région du Pacifique (MAECI, IC, AIA, missions).
- Développer les capacités des nouveaux exportateurs de manière à ce qu'ils puissent mieux saisir les occasions qui se présentent; à cette fin, des séminaires seront organisés et des renseignements seront diffusés par les missions (MAECI, IC, AIA).

Investissements et acquisition de techniques de pointe

- Promouvoir, à l'échelle internationale, les capacités des fabricants canadiens et encourager les investissements américains et européens dans les gammes de produits complémentaires en participant à des foires commerciales, en encourageant la formation de coentreprises et la fabrication sous licence et en publiant des répertoires d'exportateurs de pièces de rechange et de services d'entretien d'automobiles (MAECI, IC, AIA).
- Observer la mise au point de nouveaux procédés et de nouvelles technologies de production (en particulier en Europe) ainsi que les développements du point de vue du conditionnement concurrentiel (MAECI, AIA, missions).

- Pour améliorer les capacités et la compétitivité canadiennes dans le sous-secteur des pièces de rechange et des services d'entretien, un groupe de l'industrie examinera la question du conditionnement, et le groupe Systèmes intelligents de fabrication Canada se penchera sur le traitement et la fabrication (AIA, ACE).

Renseignements

Association des fabricants de pièces d'automobiles
195 The West Mall, Suite 516
Toronto (Ontario) M9C 5K1
Tél. : (416) 620-4220
Télé. : (416) 620-9730

Association des industries
de l'automobile du Canada
1272, rue Wellington
Ottawa (Ontario) K1Y 3A7
Tél. : (613) 728-5821
Télé. : (613) 728-6021

Industrie Canada
Direction générale du transport routier
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3445
Télé. : (613) 952-8088

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction des débouchés commerciaux
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Tél. : (613) 943-2153
Télé. : (613) 943-8820

Ministère du Développement économique,
du Commerce et du Tourisme
Bureau de l'industrie automobile
Gouvernement de l'Ontario
900 Bay Street
Toronto (Ontario) M7A 2E1
Tél. : (416) 325-6849
Télé. : (416) 325-6885

Ministère de l'Industrie, du Commerce,
de la Science et de la Technologie
Gouvernement du Québec
710, place d'Youville, 5^e étage
Québec (Québec) G1R 4Y4
Tél. : (418) 691-5954
Télé. : (418) 643-6669

AUTOMOBILE

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Afrique et Moyen-Orient				
Exposition de l'AIA : mission d'Arabie saoudite	13 avril 1996	Montréal	MAECI	(613) 944-5984
Automechanika '96 : mission d'Arabie saoudite	10 sept. 1996	Francfort	MAECI	(613) 944-5984
Asie de l'Est				
Mission de l'Inde relative aux pièces d'automobile	1 ^{er} juin 1996	Ontario, Québec	MAECI	(613) 996-5903
Japon				
Séminaires de l'AFPA-CAP : ateliers sur les diagnostics automobiles et programme de sensibilisation au gaspillage	1 ^{er} avril 1996	Ontario, Québec	AFPA	(416) 620-4220
Exposition de l'AIA : mission de journalistes du Japon	13 avril 1996	Montréal	MAECI	(613) 955-1678
Mission de l'AFPA sur les pièces d'automobile	1 ^{er} mai 1996	Tokyo, Nagoya	AFPA	(416) 620-4220
AFPA : réunion d'affaires Canada-Japon	13 mai 1996	Canada, Japon	AFPA	(416) 620-4220
Séminaires de l'AFPA-CAP : Faire des affaires au Japon	1 ^{er} oct. 1996	Toronto	AFPA	(416) 620-4220
Salon de l'automobile 1997 de Tokyo : stand national	1 ^{er} oct. 1996	Tokyo	IC	(613) 954-3445
Séminaire technique sur les véhicules automobiles	31 oct. 1996	Nagoya	Ontario	(416) 325-6861
Amérique latine et Antilles				
Mission du Mexique sur le partenariat	1 ^{er} avril 1996	Ontario, Québec	IC	(613) 954-3436
PAACE '96 : stand national	24 juill. 1996	Mexico	MAECI	(613) 995-0460
PAACE '96 : mini-mission et séminaire	24 juill. 1996	Mexico	IC	(613) 954-3436
États-Unis				
Répertoire d'exportation de l'industrie automobile	1 ^{er} avril 1996	Ottawa	MAECI	(613) 944-7486
Exposition de l'AIA : mission des États-Unis	13 avril 1996	Montréal	MAECI	(613) 944-7486
University of Michigan Briefing on the Automotive Industry	1 ^{er} août 1996	Acme (Michigan)	MAECI	(613) 944-7486
SEMA 1996 : stand national	19 nov. 1996	Las Vegas	MAECI	(613) 944-7486
Society of Automotive Engineers (SAE) Show : stand national	26 févr. 1997	Détroit	MAECI	(613) 944-7486

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

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
<i>Mid-America Trucking Show '97</i> : stand national	23 mars 1997	Louisville (Kentucky)	MAECI	(613) 944-7486
Europe de l'Ouest et Union européenne				
Mission d'Autriche sur le partenariat	1 ^{er} avril 1996	Ontario, Québec	IC	(613) 954-3725
Mission sur l'automobile en Europe de l'Ouest	1 ^{er} avril 1996	Diverses villes	IC	(613) 952-5161
Mission de journalistes d'Allemagne et d'Autriche	1 ^{er} avril 1996	Ontario, Québec	IC	(613) 954-3725
Mission d'Italie sur les pièces d'automobile	1 ^{er} juin 1996	Ontario, Québec	MAECI	(613) 992-7001
<i>Automechanika '96</i> : stand national	1 ^{er} sept. 1996	Francfort	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>

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

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

		DATE DUE DATE DE RETOUR	
ACDI	Agence canadienne de consultations internationales		Agences de consultations sectorielles du commerce extérieur
ACN	Association canadienne de normalisation		Industrie Canada
AAC	Agriculture Canada		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		Ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec
APEC	Organisation économique de l'Asie-Pacifique		Ministère de la Défense nationale
APECA	Agence de promotion du Canada au Mexique		Ministère des Pêches et des Océans
BFDRQ	Bureau fédéral régional, Québec		Organisation de coopération et de développement économiques
BMD	Banque mondiale		Organisation mondiale du commerce
CCC	Corporation canadienne de crédit		Organisation du Traité de commerce de l'Amérique Nord
CCCE	Comité consultatif du commerce extérieur		Programme de développement des marchés d'exportation
CEI	Communauté économique européenne		Produit intérieur brut
CCI	Centre de conseil en commerce international		Petit et moyenne entreprise
CNR	Conseil national de recherches		Programme des Nations Unies pour l'environnement
COAI	Centre des opérations internationales	CARR McLEAN	38-296 Produit national brut
CRDI	Centre de recherches pour le développement international	KAJAN	Centre de 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



Acronymes et sigle le commerce internat

(Cette liste ne comprend p

Stratégie 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





Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada