

QUEEN
HF
1479
.I5714
1996/97
v.7

7

**Services commerciaux,
professionnels et d'éducation**

Stratégie canadienne pour le commerce international

1996-1997



Équipe 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
2. Aérospatiale et défense
3. Agriculture, aliments et boissons
4. Arts et industries culturelles
5. Automobile
6. Bio-industrie
7. Services commerciaux, professionnels et d'éducation
8. Produits chimiques, matières plastiques, matériaux de pointe
9. Produits et services de construction
10. Biens de consommation
 - Vêtement*
 - Textiles*
 - Chaussure*
 - Articles de sport*
 - Bateaux de plaisance et équipement connexe*
 - Outils, quincaillerie et articles ménagers*
 - Meubles résidentiels*
 - Meubles commerciaux et meubles pour établissements publics*
 - Articles-cadeaux et articles d'artisanat*
11. Équipement et services de production d'électricité
12. Industrie de l'environnement
13. Poissons et fruits de mer

14. Industrie forestière
15. Technologies de l'information et télécommunications
 - Aperçu*
 - Matériel et services de télécommunications*
 - Produits logiciels, services informatiques et nouveaux médias*
 - Géomatique*
 - Ordinateurs, matériel périphérique et instruments*
 - Composants électroniques*
16. Produits et services médicaux et de santé
 - Appareils médicaux*
 - Produits pharmaceutiques*
 - Soins de santé*
17. Métaux, minéraux et équipement, services et technologies connexes
18. Produits pétroliers et gaziers, et matériel d'exploitation de l'énergie
19. Matériel et technologies d'exploitation des ressources
 - Technologies, machines et équipement agricoles*
 - Technologies océanographiques et maritimes*
20. Industrie spatiale
21. Tourisme
22. Matériel de transport urbain et ferroviaire

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.

Queen
HF
1479
I5714
1996/97
v.7

Le secteur des services commerciaux, professionnels et d'éducation couvre un large éventail de sous-secteurs : comptabilité, génie-conseil, consultation en gestion, services scientifiques, architecture, construction, géomatique, services juridiques, conception, services du personnel, éducation et formation commerciales, sécurité, services financiers, informatique, communications, transports et logistique, maisons de commerce, distribution (gros et détail) et soins de santé. Ces services sont en général vendus aux entreprises plutôt qu'aux consommateurs¹.

Situation intérieure

Globalement, les services représentent environ les deux tiers du produit intérieur brut (PIB) du Canada, près des trois quarts de l'emploi et environ 90 p. 100 des nouveaux emplois. Les services commerciaux et professionnels connaissent la plus forte croissance et représentent aujourd'hui plus de 40 p. 100 de la production totale de services.

Les recettes canadiennes tirées des services commerciaux et professionnels ont augmenté sensiblement depuis 1980. C'est pourquoi aujourd'hui les gains, qui ont atteint plus de 12 milliards de dollars, représentent le volet le plus important du compte canadien des invisibles et sont au deuxième rang des gains que le Canada tire des exportations.

Néanmoins, par rapport au PIB, les exportations canadiennes de services accusent un retard sur celles d'autres pays.

Conscientes de la nécessité de participer à la concurrence mondiale pour assurer leur survie et leur croissance, de nombreuses entreprises de services ont établi une présence sur les marchés internationaux. Le Canada peut s'enorgueillir de quelques multinationales d'envergure, mais les fournisseurs canadiens de services sont le plus souvent des petites et moyennes entreprises (PME), et de nombreux exportateurs de services sont des praticiens autonomes.

Ces petites entreprises de services ont une importance cruciale pour la réussite du Canada car ce sont elles qui sont les plus actives sur les marchés d'exportation.

Mais les entreprises canadiennes sont à même de faire encore mieux sur les marchés internationaux. Afin de rehausser leur position en matière d'exportation, les entreprises canadiennes doivent mieux se renseigner sur l'exportation et bien s'y préparer, pour les raisons suivantes :

- il arrive souvent que des exportateurs en puissance n'aient pas connaissance des occasions qu'offre le commerce international des services commerciaux et professionnels;
- peu d'entre eux savent comment pénétrer ces marchés étrangers;
- de nombreuses entreprises ne disposent pas de l'information commerciale requise et n'ont pas la compétence nécessaire en matière de mise en marché.

Au cours des dix dernières années, les exportations de services aux entreprises ont été très fructueuses :

- les exportations de services aux entreprises ont progressé à un taux annuel moyen de près de 10 p. 100, soit deux fois le taux de croissance des exportations de marchandises;
- les exportations canadiennes de services aux entreprises sont plus diversifiées que les exportations de marchandises;
- la plupart des exportations de services sont destinées aux États-Unis (60 p. 100, comparativement à plus de 80 p. 100 pour les marchandises);

¹ Plusieurs industries de services sont étudiées plus en détail dans d'autres fascicules. Les communications, l'informatique et la géomatique sont étudiées dans le fascicule intitulé « Technologies de l'information et télécommunications ». Les services de protection de l'environnement sont abordés dans « Industrie de l'environnement », les soins de santé dans « Produits et services médicaux et de santé », et les services de construction de logements dans « Produits et services de construction ».



- un nombre grandissant d'entreprises canadiennes réussissent sur d'autres marchés étrangers;
- les marchés clés, selon la part des exportations, sont le Royaume-Uni (7 p. 100), l'Europe de l'Ouest (10 p. 100) et le Japon (3 p. 100).

Les projets financés par les institutions financières internationales (IFI) constituent un autre marché important pour les entreprises canadiennes; ce marché est évalué à quelque 40 milliards de dollars américains :

- jusqu'ici, le Canada a eu peu de succès pour obtenir des contrats liés aux projets financés par les IFI;
- entre 1991 et 1994, le Canada s'est classé entre le 10^e et le 12^e rang parmi les pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) pour ce qui est de l'obtention globale des contrats liés aux projets financés par les IFI;
- les consultants canadiens ont beaucoup mieux réussi, arrivant au quatrième rang parmi les pays de l'OCDE.

Les consultants canadiens peuvent jouer un rôle central dans la mise en œuvre des solutions de l'« Équipe Canada »² pour présenter des soumissions et décrocher des contrats. Leur succès peut aider à promouvoir et à accroître les liens entre les consultants et les fournisseurs principaux ainsi que les fournisseurs secondaires.

L'aide au développement étranger, qui n'est pas liée au financement par les IFI, constitue une autre source de contrats :

- les projets de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) constituent une méthode clé pour positionner les fournisseurs canadiens sur les marchés internationaux;
- d'autres pays donateurs, comme le Japon, cherchent des associés étrangers;

- les entreprises canadiennes qui réussissent peuvent aider les donateurs étrangers dans le cadre de la réalisation de leurs projets dans les pays bénéficiaires.

Globalement, les points forts du Canada, au niveau des services, comprennent le génie-conseil, la géomatique, les communications, les soins de santé, la consultation en gestion, l'éducation et la formation, les maisons de commerce, les services environnementaux, les laboratoires d'essai indépendants, les projets d'immobilisations et les services de construction³.

Contexte international

Les services à forte concentration de savoir représentent actuellement la composante du commerce international qui connaît la plus forte croissance et ils constituent, de plus en plus, le moyen qui permet aux économies avancées de réussir sur le marché international :

- on estime que les services commerciaux et professionnels représentent 20 p. 100 du commerce mondial;
- leur taux de croissance annuelle moyen s'établit à environ 8 p. 100;
- la part du marché des services occupée par le Canada est inférieure à 2 p. 100, comparativement à sa part du commerce global des marchandises qui s'élève à environ 4 p. 100.

Les principaux exportateurs de services commerciaux et professionnels comprennent :

- les États-Unis suivis de la France, de l'Allemagne, de l'Italie, du Royaume-Uni et du Japon, qui représentent environ 50 p. 100 du commerce mondial;
- d'autres pays comme la Corée, le Brésil, l'Inde et le Mexique, qui apparaissent comme de sérieux concurrents.

² Pour mieux répondre aux besoins des entreprises, le gouvernement applique de nouvelles méthodes, fondées sur un partenariat du type « Équipe Canada » avec les provinces et le secteur privé, en vue d'aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence à l'échelle internationale.

³ Comme la présente stratégie groupe une gamme étendue de secteurs de services sous le titre « Services commerciaux, professionnels et d'éducation », l'approche utilisée est générique. Les versions ultérieures de la *Stratégie canadienne pour le commerce international* devraient contenir des sections augmentées portant sur les secteurs de services qui sont les plus prometteurs à l'échelle internationale. Des aperçus de ces stratégies sont inclus dans l'annexe.

Les principaux importateurs de services sont notamment :

- les États-Unis, les pays de la ceinture du Pacifique, l'Amérique latine, l'Asie du Sud, l'Afrique et le Moyen-Orient;
- l'Europe de l'Est, qui constitue un marché naissant.

Au cours des huit prochaines années, les Négociations commerciales multilatérales de l'Uruguay Round devraient permettre de réaliser un commerce additionnel s'élevant à un billion de dollars, le commerce des services commerciaux et professionnels représentant au moins 200 milliards de dollars de cette somme. Les dispositions relatives au traitement national, à la transparence et à la nation la plus favorisée (NPF), tant de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) que de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), offriront aux fournisseurs de services canadiens des débouchés sur les marchés étrangers ainsi que des défis sur le marché intérieur.

Principaux enjeux

Les entreprises de services canadiennes font face à de nombreux défis pour renforcer leur présence à l'étranger et augmenter leurs ventes d'exportation. Il leur faudra notamment :

- augmenter les capacités d'exportation des diverses PME du secteur;
- recenser les PME qui sont en mesure d'exporter;
- accroître les compétences et la préparation à l'exportation des entreprises de services qui ne sont pas encore prêtes à s'aventurer sur les marchés étrangers;
- encourager la création de partenariats et d'alliances stratégiques entre les entreprises du Canada et celles de l'étranger;
- élaborer des méthodes efficaces pour mieux faire connaître les entreprises canadiennes sur les marchés étrangers et pour rehausser leur crédibilité;
- assurer la communication rapide de l'information commerciale sur les marchés étrangers aux entreprises de services;

- mieux exploiter les possibilités offertes tant par les projets de développement financés par des IFI que par les autres projets importants;
- continuer d'améliorer l'accès aux marchés en participant à l'OMC et à l'ALENA et s'assurer que les accords sont effectivement mis en œuvre.

Orientation stratégique

Les mesures suivantes seront appliquées pour accroître les exportations des entreprises canadiennes de services.

Aptitude à affronter les marchés internationaux

- Améliorer les compétences des exportateurs de services en matière d'exportation par des ateliers, des guides pratiques et des cours de formation structurés (ministère des Affaires étrangères et du Commerce international [MAECI], Industrie Canada [IC], Tribune d'étude de la formation en matière de commerce international [TEFCI], associations industrielles).

Partenariats

- Améliorer les relations en matière de technologie et de mise en marché, entre les fournisseurs canadiens de produits et de services (IC).
- Inciter les entreprises canadiennes et étrangères à former des alliances sur des marchés cibles (IC, MAECI/missions à l'étranger).

Établissement de réseaux

- Améliorer la formation de réseaux entre des entreprises du même secteur (IC, Corporation commerciale canadienne [CCC], associations industrielles).

Profil et crédibilité

- Concevoir et appliquer de nouveaux programmes de promotion du commerce à l'intention des exportateurs de services afin de mieux faire connaître le savoir-faire canadien et d'établir sa crédibilité sur les marchés étrangers.

(recours aux médias locaux, présentation des capacités par la participation à des conférences ainsi que par des exposés techniques et commerciaux) (MAECI/divisions géographiques/missions à l'étranger).

Renseignements commerciaux

- Obtenir l'engagement des associations des industries de services et des entreprises œuvrant dans ce domaine afin qu'elles prennent les mesures suivantes :
 - déterminer l'intérêt de leurs membres pour l'exportation et leurs priorités commerciales (MAECI, IC);
 - définir les besoins en information commerciale (MAECI, IC);
 - aider leurs membres dans leurs activités d'exportation et leur offrir la formation dont ils ont besoin (MAECI);
 - élaborer des stratégies sectorielles (IC).
- Fournir des renseignements commerciaux et des systèmes de réseaux par des moyens électroniques, y compris Internet, des babillards électroniques, des bases de données de fournisseurs, etc. (MAECI, IC).
- Produire des statistiques industrielles afin de fournir, en temps opportun, une mesure des résultats d'exportation (Statistique Canada, MAECI, IC, Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur [GCSCE], associations industrielles).

Financement

- Améliorer l'accès au financement pour les petits exportateurs de services (MAECI, SEE [Société pour l'expansion des exportations]).

Projets internationaux

- Doubler la part du Canada des contrats financés par les IFI d'ici l'an 2000, par les moyens suivants :
 - apprendre aux entreprises comment travailler avec les IFI (MAECI);
 - fournir des renseignements sur les projets financés par les IFI au moyen de babillards électroniques et d'Internet (IC);

– viser une convergence du secteur et du marché avec les programmes de l'ACDI et de la SEE, d'une façon conforme aux recommandations du Groupe de travail interministériel sur les marchés publics des IFI (MAECI, IC, ACDI, SEE).

- Entreprendre des missions ciblées en fonction des priorités déterminées par les industries liées aux projets d'immobilisations, particulièrement celles qui encourageront la création de consortiums et favoriseront les liens en aval entre entreprises de services et fabricants de produits (MAECI/missions à l'étranger).

Accès aux marchés

- Tout mettre en œuvre pour améliorer l'accès aux marchés dans les secteurs prioritaires pour le Canada dans le cadre de l'OMC (en particulier, les architectes et les ingénieurs-conseils) (MAECI, associations industrielles, GCSCE).
- Constituer des dossiers et entreprendre les démarches appropriées dans les cas où l'accès prévu dans le cadre de l'OMC et de l'ALENA est refusé en pratique (MAECI, IC, GCSCE, associations industrielles, entreprises).

Initiatives propres à un secteur

Plusieurs secteurs de services possèdent un savoir-faire considérable en matière d'exportation et ont commencé à élaborer des stratégies à cet égard.

Génie-conseil

L'industrie du génie-conseil est depuis toujours l'une des industries de services canadiennes les plus fortes et les plus concurrentielles à l'échelle internationale. Les entreprises de ce secteur fournissent des services associés normalement à l'élaboration et à la construction de projets d'immobilisations. Ces services comprennent la préparation d'études de faisabilité, la planification et la réalisation de projets détaillés avec les activités connexes, y compris la gestion de projet et de la construction et la gestion opérationnelle.

Les consultants canadiens ont connu un succès considérable dans l'obtention de contrats pour des projets financés par les IFI. Ils peuvent jouer un rôle central dans la mise en œuvre des solutions de type « Équipe Canada » en vue de présenter des soumissions et décrocher des contrats. Leur succès peut aider à promouvoir et à accroître les liens entre les consultants et les fournisseurs principaux ainsi que les fournisseurs secondaires.

Débouchés et défis

L'importance relative des marchés internationaux continuera de croître compte tenu du ralentissement de la demande intérieure traditionnelle pour les services de génie-conseil. Les entreprises dépendront donc, de plus en plus, des marchés étrangers pour assurer leur croissance et leur survie. Toutefois, le succès des entreprises sur les marchés étrangers sera généralement proportionnel à leur réussite au pays.

Pour les entreprises canadiennes de génie-conseil, la prospérité sur le marché d'exportation, à court et à moyen terme, dépendra plus que jamais de l'expansion de leurs activités sur les marchés en croissance de l'Amérique latine, de l'Asie, de l'Inde, des États-Unis et du Moyen-Orient. En supposant que les obstacles liés au financement puissent être surmontés, l'Europe de l'Est offrira aussi des débouchés. Naturellement, la concurrence qui existe déjà sur ces marchés s'intensifiera. D'autres possibilités se présenteront

par suite du recours croissant à des contrats de conception-construction et à la méthode « clés en main » qui offrent aux clients des solutions globales et qui réduisent les problèmes d'intégration que connaissent les méthodes traditionnelles de gestion de projets. Les projets spécialisés réalisés selon le principe CPET (construction-possession/exploitation-transfert) représentent un nouveau territoire pour la majorité des entreprises et consortiums canadiens. Il est urgent que l'on s'attaque au manque de savoir-faire dans ce domaine, si l'on veut que les entreprises traditionnelles axées sur la conception s'adaptent aux nouvelles réalités du marché.

Les changements radicaux qui se sont produits dans le milieu des entreprises et sur les marchés ont forcé les entreprises de génie-conseil à être plus souples et à réagir davantage à l'évolution de la situation et des affaires dans le monde. De plus en plus, les bons exportateurs de services de génie devront adopter une organisation qui reflète leur excellente compréhension du commerce d'exportation et l'expérience qu'ils auront acquise à l'étranger.

Initiatives sectorielles

Les mesures suivantes aideront les entreprises canadiennes de génie-conseil à accroître leurs résultats à l'exportation.

- L'Association des ingénieurs-conseils du Canada (AICC) est en train de constituer un Comité de mise en œuvre des ressources humaines dans le but d'appliquer les recommandations contenues dans l'étude de Développement des ressources humaines Canada (DRHC); cette étude porte sur les questions relatives aux ressources humaines qui ont une influence sur l'industrie canadienne du génie-conseil. Les travaux qui seront effectués entraîneront l'élaboration et la présentation, conjointement avec d'autres participants, de modules de formation visant à répondre à ces besoins, y compris celui des compétences requises pour exporter avec succès.
- L'AICC et le MAECI étudient aussi la possibilité de poursuivre l'élaboration d'un programme qui permettrait de détacher des ingénieurs-conseils auprès des IFI, comme on le fait dans le cadre du programme qui existe déjà avec la Banque mondiale.

- Des représentants de l'AICC visiteront certaines IFI afin de mieux faire connaître les ingénieurs-conseils canadiens et pour se renseigner plus à fond sur les projets financés par les IFI.

- L'AICC, avec l'appui d'Industrie Canada, transfère le répertoire de ses membres d'un support papier à des CD-ROM pour améliorer la commercialisation des services de ces entreprises à l'échelle mondiale.

- Industrie Canada, conjointement avec l'AICC, terminera un cadre de compétitivité sectorielle sur l'industrie du génie-conseil afin d'en arriver, avec l'intervention éventuelle de groupes clés, à un consensus parmi les intervenants de l'industrie sur les questions liées à la compétitivité et à l'exportation.

- Dans la foulée de l'étude réalisée par le gouvernement et l'AICC sur la structuration et le financement des projets d'immobilisations internationaux, Industrie Canada a parrainé une étude de suivi sur le rôle des ingénieurs-conseils pour ce qui est de fournir des solutions intégrées aux projets d'immobilisations internationaux et sur la question de l'assurance de cautionnement.

- L'AICC encouragera les ingénieurs-conseils à demander à faire partie des premiers réseaux d'entreprises mis sur pied dans le cadre du Programme national de réseaux d'entreprises, qui est administré par la Chambre de Commerce du Canada. Ces réseaux visent à accroître la compétitivité internationale des PME en les aidant à former des groupes qui peuvent plus facilement faire concurrence aux entreprises plus grandes et plus diversifiées.

Industrie des projets d'immobilisations et industries connexes

L'industrie des projets d'immobilisations comprend de nombreux secteurs, qui font appel à des entreprises de services et d'outillage dans de nombreuses disciplines, y compris le génie-conseil, la géomatique, l'éducation et la formation, l'architecture, la construction et les industries connexes comme l'énergie, les mines, la santé, les télécommunications et les transports.

Le marché mondial des projets d'immobilisations (financés par les IFI et par le secteur privé) dépasse 150 milliards de dollars américains chaque année, ce qui offre des débouchés extérieurs énormes aux consultants et aux

fournisseurs de biens et d'outillage canadiens. Actuellement, le Canada décroche moins de 1 p. 100 du marché global des projets d'immobilisations internationaux.

Le Groupe de travail interministériel sur les marchés publics des IFI a été créé en avril 1994 suite à des études montrant que les entreprises canadiennes, particulièrement les fabricants et les fournisseurs de biens d'équipement, ne recherchaient pas et n'obtenaient pas de contrats des IFI au même niveau que leurs homologues des pays de l'OCDE. Entre 1991 et 1994, le Canada s'est classé entre le 10^e et le 12^e rang parmi les pays de l'OCDE en ce qui a trait à l'ensemble des achats financés par les IFI.

Le Groupe de travail a déposé son rapport en juin 1995. Celui-ci renfermait 25 recommandations pour lesquelles le Cercle d'efficacité des projets d'immobilisations élabore une stratégie et des activités de mise en œuvre. Le Cercle d'efficacité, dont les membres proviennent du MAECI, d'IC, de l'ACDI, du ministère des Finances, de la SEE et de la CCC, travaillera en étroite collaboration avec le secteur privé.

Orientation stratégique

Les stratégies s'appliqueront à quatre grands domaines.

Produits d'information

- Industrie Canada élaborera la Matrice des capacités d'approvisionnement pour les projets d'immobilisations, une base de données complète des capacités d'approvisionnement du Canada, afin de cibler des projets d'immobilisations et d'infrastructure internationaux financés par les IFI. La matrice sera accessible sur le site Internet d'IC et par d'autres médias électroniques.

- Le Groupe de travail, avec l'aide de l'industrie, a élaboré une matrice pays-secteur qui permet d'apparier les occasions qu'offrent les projets financés par les IFI dans 23 pays avec les intérêts prioritaires et les points forts du Canada dans cinq secteurs industriels principaux. Le Cercle d'efficacité révisera et mettra à jour la matrice avec la collaboration de l'industrie. Les secteurs où le Canada possède une compétence particulière reconnue comprennent l'énergie, les télécommunications, les transports, la santé et l'environnement.

- Industrie Canada élaborera une matrice de la capacité de financement dans laquelle on relèvera des groupements de capitaux privés et d'autres sources de formules nouvelles de financement et d'assurance du risque pour les projets d'immobilisations internationaux.
- Industrie Canada effectuera une analyse des meilleures pratiques des entreprises du pays et des concurrents étrangers dans les industries de projets d'immobilisations et les industries connexes. Les résultats de cette analyse seront diffusés dans l'industrie.

Promotion des fournisseurs canadiens

- Industrie Canada et le MAECI feront la promotion de la Matrice des capacités d'approvisionnement pour les projets d'immobilisations comme moyen d'accroître la compétitivité des entreprises canadiennes à l'échelle internationale. La matrice aidera à promouvoir l'établissement de liens et la conclusion de partenariats transfrontaliers, et (ou) entre industries, à augmenter la participation des fournisseurs canadiens de matériel et de matériaux, à encourager une approche du type « Équipe Canada » pour la formation de consortiums et à trouver des associés éventuels pour répondre à des appels d'offre.
- Le Cercle d'efficacité collaborera avec les équipes de fournisseurs en place dans le secteur pour la réalisation de projets portant, entre autres, sur les aéroports, les ports, les télécommunications, l'énergie et les industries environnementales.

Comment accroître la part du Canada des achats financés par les IFI

- Industrie Canada et le MAECI renforceront le réseau de spécialistes en IFI pour favoriser une coopération et une intégration étroites entre tous les intervenants qui, au niveau gouvernemental, s'occupent des projets financés par les IFI et entre les administrations publiques et l'industrie à diverses étapes d'un projet financé par les IFI.
- Le Cercle d'efficacité fournira aux IFI, aux organismes qui exécutent des projets dans les pays débiteurs et à d'autres organismes susceptibles de financer des projets, des renseignements et des conseils sur les capacités d'approvisionnement des sociétés canadiennes.

- Le Cercle d'efficacité suivra les initiatives relatives aux projets clés des IFI dans les secteurs à financement prioritaire, il déterminera les groupements de biens et de matériel et évaluera, à l'aide de renseignements fournis par l'industrie, les possibilités de participation des fournisseurs canadiens à ces projets.
- Le Cercle d'efficacité surveillera les tendances sur le marché des projets d'immobilisations financés par les IFI, il élaborera un système de renseignements commerciaux et suivra les activités des concurrents internationaux.
- L'ACDI publiera des listes trimestrielles de ses projets bilatéraux, qu'il s'agisse de projets en réserve ou de projets en cours.

Groupement de projets d'immobilisations internationales

- Industrie Canada et le MAECI organiseront des séminaires pour apprendre aux sociétés canadiennes comment accéder aux marchés financés par les IFI et pour les informer sur la nature changeante des marchés des projets d'immobilisations internationaux, marchés sur lesquels on assiste à une prolifération de projets réalisés selon les formules construction-possession-exploitation ou construction-possession/exploitation-transfert, qui comportent un financement direct par le secteur privé et une participation au capital-actions.
- Industrie Canada fournira de la formation et de l'aide pour la création de consortiums.

Services de construction – logement

L'industrie canadienne des services de logement est étudiée en détail dans le fascicule intitulé « Produits et services de construction » de la *Stratégie canadienne pour le commerce international*.

Consultation en gestion

Le secteur de la consultation en gestion est une industrie diversifiée dont les intervenants exercent leurs activités dans un environnement dynamique et fournissent des conseils et des avis sur une gamme étendue de questions fonctionnelles et sectorielles. Travaillant étroitement avec les clients

afin de les aider à cerner et à analyser les problèmes auxquels fait face la gestion et de recommander des solutions, les consultants œuvrant dans ce domaine sont de plus en plus engagés pour concrétiser les solutions proposées.

Débouchés

Il n'existe virtuellement pas de réglementation qui s'applique aux marchés pour les conseillers en gestion, et la majorité des économies de marché ont déjà une industrie établie de conseillers en gestion. Bien qu'entre 40 et 50 firmes de conseil technique transnationales dominent le marché mondial, qui s'élève à 30 milliards de dollars américains, les marchés sont encore caractérisés par une prolifération de PME et de praticiens autonomes. Les fusions, les coentreprises et les acquisitions se poursuivent à mesure que les entreprises traditionnelles et autres acquièrent le savoir-faire fonctionnel et sectoriel en matière de consultation ou la présence géographique nécessaires sur un marché mondial en croissance. On observe, parmi de nombreuses grandes entreprises, une tendance à adopter des pratiques industrielles mondiales avec des systèmes d'information et les produits associés nécessaires pour répondre aux exigences des clients.

Le marché international évolue constamment, et les conseillers en gestion fournissent, de plus en plus, des services intégrés. Les domaines en croissance comprennent la technologie de l'information et ses applications aux pratiques commerciales, à l'approvisionnement à l'extérieur et à la consultation en matière de ressources humaines. Dans certains secteurs, les clients cherchent d'autres formules pour le versement des honoraires afin que leurs conseillers en gestion participent au succès ou à l'échec des projets.

Avec beaucoup moins que 1 p. 100 du marché mondial, l'industrie canadienne fragmentée n'est pas un exportateur important, mais l'intérêt pour le marché de l'exportation augmente. Bien que les exportations se fassent dans de nombreuses régions géographiques, l'intérêt se concentre sur la ceinture du Pacifique et sur les Amériques.

Principaux enjeux

Non seulement l'industrie doit-elle tenir compte des enjeux déjà mentionnés, mais elle est aussi aux prises avec les difficultés suivantes :

- être à la fine pointe de la technologie;
- prendre de l'ampleur avec des affiliations internationales limitées ou inexistantes;
- continuer à connaître du succès tout en s'en remettant au savoir-faire de quelques employés essentiels;
- constituer des réseaux de connaissances, acquérir une spécialisation et établir une masse critique dans des marchés clés;
- élaborer des stratégies qui permettent de différencier les entreprises l'une de l'autre.

Initiatives sectorielles

Comme les PME canadiennes n'ont pas les antécédents, ni la présence sur le marché d'un bon nombre de leurs concurrents étrangers et compte tenu du fait que les marchés mondiaux de la consultation en gestion sont dominés par des entreprises internationales, la meilleure approche pour ces PME consiste à viser des créneaux, constituant une masse critique sur les marchés au moyen de partenariats et d'alliances avec des concurrents du pays et de l'étranger.

L'expansion des exportations est possible, particulièrement dans les pays en développement où les marchés ne sont pas aussi saturés que ceux du Canada et des États-Unis. Toutefois, la concurrence est féroce. La croissance et la prospérité en Asie laissent entrevoir des occasions intéressantes mais, pour répondre aux besoins de ce marché et d'autres, il faut avoir les ressources et le savoir-faire que l'on peut obtenir par des partenariats.

Les mesures suivantes seront mises en application pour accroître le rendement à l'exportation des entreprises canadiennes de consultation en gestion.

- L'Institut des conseillers en management du Canada et Industrie Canada offriront une série de séminaires sur la façon de se préparer à exporter et une série d'ateliers, de séminaires et d'activités promotionnelles pour faire ressortir la nécessité de former des alliances et des partenariats.
- Industrie Canada et le MAECI enrichiront les produits d'information de « Une approche mondiale » afin qu'ils comprennent plus de renseignements propres à un pays pour des marchés clés.

Services d'éducation et de formation

Près de la moitié (46 p. 100) des entreprises canadiennes qui offrent des services d'éducation et de formation sont actives sur les marchés étrangers. Certains producteurs de didacticiels dépendent presque entièrement des marchés étrangers, dont ils tirent jusqu'à 90 p. 100 de leurs recettes. Bien que les exportateurs aient tendance à être des sociétés de formation bien établies, la majorité d'entre eux sont petits (66 p. 100 comptent cinq employés ou moins). De nombreuses entreprises font concurrence pour obtenir des contrats à l'étranger en formant des partenariats et des alliances et en comptant sur des associés travaillant à contrat. Néanmoins, elles ont besoin de l'aide du gouvernement afin de maximiser les débouchés extérieurs et de réussir à l'étranger.

Débouchés et défis

À l'échelle mondiale, la demande de services d'éducation et de formation est de plus en plus manifeste. Dans l'ex-Union Soviétique ainsi qu'en Europe centrale et en Europe de l'Est, le perfectionnement des ressources humaines est un élément important pour assurer une transition stable vers la démocratie et l'économie de marché. La Chine recherche des talents étrangers pour l'aider à développer son économie de marché et, en particulier, elle désire attirer des experts de l'étranger dans les domaines techniques, scientifiques et de la gestion. Dans la région de l'Asie-Pacifique, l'établissement de centres d'enseignement du Canada devrait fournir un point central pour la commercialisation des services canadiens d'éducation et de formation.

Traditionnellement, les services canadiens d'éducation et de formation ont pénétré le marché international dans le cadre de projets d'aide et de développement appuyés par l'ACDI et par les IFI. Comme la Banque mondiale et d'autres IFI affectent une plus grande partie de leurs ressources aux services d'éducation, cette tendance devrait se poursuivre. En même temps, la concurrence croissante pour les services de formation internationaux a encouragé les fournisseurs canadiens à rechercher des débouchés par eux-mêmes et à trouver de nouveaux marchés pour leurs services. Les entreprises canadiennes de formation sont actives sur les marchés commerciaux de l'OCDE, 66 p. 100 des exportateurs vendant sur le marché

américain. D'autres régions géographiques qui offrent un bon potentiel, particulièrement à plus long terme, comprennent l'Amérique latine, y compris le Mexique, et le Moyen-Orient.

Le Canada exporte aussi des services d'éducation en attirant des étudiants étrangers dans ses établissements d'enseignement. Ce recrutement est un élément important des exportations de services d'éducation parce qu'il augmente les chances qu'a le Canada de créer des liens positifs à long terme avec des pays dont des ressortissants ont étudié dans ses établissements. On reconnaît depuis longtemps que la présence d'étudiants étrangers au Canada constitue un facteur qui favorise les objectifs du pays dans les domaines de l'aide, du commerce et de la politique étrangère.

Les trousseaux utilisés pour l'éducation et la formation facilitent l'exportation d'autres produits et services canadiens. Des relations commerciales plus étendues et à plus long terme bénéficient de la capacité du Canada à fournir la formation pour les produits exportés dans des domaines comme le génie-conseil, les transports, l'exploitation de services publics d'électricité et les télécommunications. À mesure que les partenaires commerciaux du Canada perfectionnent leurs ressources humaines et leurs infrastructures industrielles, il y aura une demande accrue pour que des services d'éducation et de formation soient inclus dans la stratégie d'exportation du Canada.

Initiatives sectorielles

L'obtention, en temps opportun, de renseignements commerciaux constitue l'un des besoins les plus pressants du secteur de l'éducation et de la formation commerciales. Pour mieux servir les quelque 3 000 établissements de formation que l'on retrouve au Canada, Industrie Canada a élaboré un certain nombre de produits d'information, notamment le babillard et le service de courrier électroniques (COMET) ainsi que les produits INSIGHT, qui donnent aux fournisseurs canadiens de l'information sur les débouchés et sur d'autres domaines. De plus, à mesure que les missions commerciales du MAECI à l'étranger fournissent de l'information sur le marché, Industrie Canada sera en mesure de diffuser ces renseignements à grande échelle au Canada au moyen de COMET, d'Internet et d'autres médias électroniques.

Le MAECI et la Fondation Asie-Pacifique augmenteront le nombre de centres d'enseignement du Canada dans la région de l'Asie-Pacifique afin de mieux faire connaître le Canada et de favoriser la commercialisation des services d'éducation dans la région.

Services de géomatique

Les entreprises canadiennes se sont taillé une part de la demande mondiale croissante visant l'information géographique et l'information relative à l'espace. Sur le plan international, les entreprises canadiennes ont profité de leur réputation enviable au niveau du savoir-faire technologique et technique qu'elles ont acquis, en partie, grâce à des projets d'aide au développement réalisés pour l'ACDI.

La géomatique connaît aujourd'hui une révolution technologique qui modifie les produits et services pouvant être livrés aux clients. Ces changements technologiques touchent les systèmes de logiciels, la télédétection ainsi que l'utilisation et la mise à jour de bases de données numériques, autant de domaines de compétence canadienne.

Le secteur de la géomatique peut aussi être considéré comme un instrument stratégique susceptible de stimuler les exportations d'autres produits et services, par exemple la gestion des ressources naturelles, le développement et l'entretien d'infrastructures et la gestion de l'environnement.

Industrie Canada, conjointement avec l'Association canadienne des entreprises de géomatique, produira un cadre de compétitivité sectorielle portant sur l'industrie de la géomatique afin d'établir, entre les différents intervenants de l'industrie et avec l'intervention éventuelle de groupes clés, un consensus sur les questions de compétitivité et d'exportation.

Les industries canadiennes de services ont acquis un savoir-faire qui renforce les industries primaires traditionnelles du Canada. Comme l'atteste la croissance des exportations des services de géomatique, les Canadiens réussissent aussi dans l'exportation de services qui rendent compte de l'immensité du territoire canadien et des difficultés qu'il présente. Parmi les services qui sont en demande dans d'autres pays, on trouve les services d'exploration et de levés, les services d'ingénierie, les services environnementaux et les

transports ainsi que les communications par voie de terre, surtout dans les régions où la population est clairsemée.

Les services de géomatique sont décrits plus en détail dans le fascicule intitulé « Technologies de l'information et télécommunications » de la *Stratégie canadienne pour le commerce international*.

Maisons de commerce

Les maisons de commerce sont des organismes qui ajoutent de la valeur aux transactions conclues entre un fournisseur dans un pays et un acheteur dans un autre pays. Cet élément de valeur ajoutée peut inclure le financement, l'information commerciale, la promotion des exportations, les négociations avec les acheteurs, et pour établir les prix, la consultation en matière culturelle et à propos des pratiques commerciales, l'expédition et la documentation ainsi que l'acceptation des risques pour les produits franco à bord (FAB) à la sortie de l'usine. Les maisons de commerce sont des organismes souples qui offrent leurs services aux fournisseurs canadiens en plus d'exercer des activités commerciales à leur propre compte.

Au Canada, le secteur des maisons de commerce est diversifié et compte entre 800 et 1 000 entreprises. Leur taille varie d'une seule personne à plusieurs centaines d'employés. Les maisons de commerce canadiennes sont actives sur presque tous les marchés du monde. Leur point fort, sur les marchés naissants et en développement, se situe dans les produits à valeur ajoutée et, sur les marchés établis, il est au niveau des marchandises. Les maisons de commerce du Canada ont exporté plus de 22 milliards de dollars de marchandise, ce qui représente 60 p. 100 des exportations canadiennes non destinées aux États-Unis.

Débouchés et défis

L'industrie des maisons de commerce fait face à plusieurs défis; elle doit notamment améliorer son image auprès du public et sensibiliser ce dernier à l'importance de son rôle et de sa fonction. L'industrie a déterminé que l'information et la diffusion des renseignements, tant auprès du secteur public que du secteur privé, sont des éléments clés qui lui permettront de faire face à ces défis. Elle a commencé à agir dans ce sens

en prenant de l'expansion et avec la mise en place d'associations régionales de maisons de commerce au Québec, en Ontario et dans l'Ouest du Canada. Ces associations représentent et font connaître leurs membres et travaillent à promouvoir le commerce et les fournisseurs.

Les maisons de commerce sont en mesure, à cause de leur vaste expérience, de leur savoir-faire et de leurs relations, d'améliorer considérablement les résultats à l'exportation du Canada. De nombreuses maisons de commerce sont limitées par des questions de financement; des améliorations à ce chapitre et en ce qui a trait au fonds de roulement leur permettraient d'accroître leurs activités et pourraient avoir une incidence positive, à court terme, sur les exportations du Canada vers des marchés non traditionnels. L'Association québécoise travaille actuellement à une initiative portant sur les questions de financement qui, si elle réussit, pourrait être appliquée partout au Canada.

Initiatives sectorielles

Les activités suivantes aideront à améliorer le contexte dans lequel évoluent les maisons de commerce au Canada, ce qui permettra d'accroître les exportations du pays.

- Le MAECI, de concert avec les associations régionales de maisons de commerce et d'autres ministères fédéraux et provinciaux, parraine les foires commerciales « Les marchés mondiaux à votre portée » visant à établir des réseaux entre les maisons de commerce et les fournisseurs. L'une de ces foires a eu lieu à Calgary (en décembre 1995), alors que d'autres se tiendront à Vancouver (en décembre 1996) et à Montréal (en avril 1997). Ces événements visent à encourager les PME à se servir des maisons de commerce comme véhicules d'exportation, et à aider ces maisons à trouver de nouveaux fournisseurs. Plus de 1 000 fabricants et 750 maisons de commerce ont participé aux six foires qui ont déjà eu lieu à travers le Canada. Les enquêtes réalisées après les foires montrent que ces activités ont permis de réaliser pour plus de 70 millions de dollars de nouvelles exportations à court terme.
- Le MAECI ainsi que l'Association québécoise collaborent à l'organisation d'une mission de maisons de commerce en Afrique du Sud en mars 1996. La mission, à laquelle participeront entre 15 et 20 maisons de commerce, étudiera

les débouchés d'exportation et les possibilités d'échanges avec des pays tiers en collaboration avec des associés sud-africains.

- Le MAECI et les trois associations régionales de maisons de commerce continueront d'organiser les « Forums nationaux des maisons de commerce » conjointement avec les événements « Les marchés mondiaux à votre portée », en vue de s'attaquer aux problèmes et de tenir des ateliers sur des sujets importants et qui intéressent les maisons de commerce partout au Canada.
- Le MAECI continuera de travailler avec les associations de maisons de commerce afin d'élaborer un code d'éthique et pour promouvoir l'accréditation des maisons de commerce par l'Organisation internationale de normalisation (ISO).
- Le MAECI continuera de collaborer avec les associations de maisons de commerce afin d'organiser, chaque année, des missions dans les Antilles, au Moyen-Orient et dans d'autres régions.

Transport routier

L'industrie du transport routier est divisée en deux composantes importantes : les transporteurs privés et les voituriers publics. Le segment des voituriers publics offre, au pays et à l'échelle internationale, un service d'envoi en camion complet (ECC) et d'envoi de détail. Pour ses activités à l'échelle mondiale, l'industrie fait concurrence à l'industrie américaine du transport routier, laquelle est active sur presque tous les marchés canadiens qui expédient des marchandises vers des destinations internationales.

Au cours des dernières années, le secteur des voituriers publics a occupé plus de 70 000 personnes et a obtenu des produits d'exploitation annuels dépassant 8,5 milliards de dollars. En fonction de la valeur des marchandises transportées, le transport routier est le principal mode de transport utilisé dans le commerce du Canada avec les États-Unis. En 1994, les camions ont transporté 107 milliards de dollars d'exportations canadiennes et 111 milliards de dollars d'importations, soit presque 73 p. 100 du commerce nord-sud.

Débouchés et défis

L'industrie canadienne du transport routier continuera d'être à la fois un facteur important et le bénéficiaire de la mise en œuvre de l'ALENA. Les camionneurs canadiens sont en train d'élaborer d'autres plans pour faire leur entrée au Mexique ou pour former des alliances stratégiques avec d'autres transporteurs. Une pénétration accrue des marchés américain et mexicain dépendra de la résolution de problèmes relatifs aux normes au niveau des comités de mise en œuvre de l'ALENA, ainsi que d'autres questions portant sur la réglementation, comme le cabotage (p. ex. où une restriction des transports s'applique à l'intérieur d'un pays).

Le transport routier canadien fait face à de nombreux défis, y compris la disponibilité de travailleurs qualifiés, la fiscalité, l'incorporation des réserves et des bénéfices ainsi que l'adoption de nouvelles technologies. Ce transport routier doit continuer d'améliorer son rendement financier et sa compétitivité par rapport aux transporteurs américains. Bien que son rendement financier se soit amélioré, il n'a pas encore atteint celui des grands transporteurs américains.

Initiatives sectorielles

Les mesures suivantes contribueront à accroître le commerce international de l'industrie canadienne du transport routier.

- Transports Canada et le MAECI continueront de travailler avec leurs homologues américains et mexicains sur les normes et les questions de mise en œuvre de l'ALENA.
- L'Association canadienne du camionnage, le MAECI, Industrie Canada et Transports Canada dirigeront une mission dans le sud des États-Unis et au Mexique afin de rencontrer des camionneurs mexicains, des expéditeurs mexicains du secteur des maquiladoras, ainsi que des expéditeurs américains des États frontaliers.
- L'Association canadienne du camionnage, le MAECI et Industrie Canada prépareront des ateliers sur le transport et (ou) sur l'exportation vers le Mexique et vers le sud des États-Unis.

- Le MAECI, de concert avec des camionneurs, des transitaires, des sociétés de logistique ainsi que leurs associations, prépareront et présenteront des ateliers sur la prise de décision en matière de transport pour atteindre des marchés d'exportation. Les ateliers seront complétés par du matériel d'éducation et de promotion.

Renseignements

Industrie Canada
Secteur des services et grands projets
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Tél. : (613) 954-2990
Télec. : (613) 952-9054

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction des industries de services
et des transports
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Tél. : (613) 992-0484
Télec. : (613) 996-1225

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Afrique et Moyen-Orient				
Séminaires de la Banque africaine de développement	1 ^{er} avril 1996	Montréal, Toronto	MAECI	(613) 944-6579
Étude du marché des services d'éducation : mise à jour	1 ^{er} avril 1996	Mozambique, Zimbabwe, à déterminer	MAECI	(613) 944-6586
Mission à la Banque africaine de développement	13 mai 1996	Abidjan	MAECI	(613) 944-6579
Promotion de livres éducatifs canadiens	1 ^{er} juill. 1996	Harare	MAECI	(613) 944-6586
ASTEX '96 : mission sur les produits et services de sécurité canadiens	27 oct. 1996	Riyad	MAECI	(613) 944-5984
Education Road Show : promotion	10 janv. 1997	Riyad, Djeddah	MAECI	(613) 944-5984
Asie-Pacifique Sud				
Stratégie médiatique pour le secteur de l'éducation : promotion	1 ^{er} avril 1996	Kuala Lumpur	MAECI	(613) 996-5824
Mission de la Malaisie sur l'éducation	1 ^{er} août 1996	Diverses villes	MAECI	(613) 996-5824
Exposition solo canadienne sur l'éducation	1 ^{er} nov. 1996	Kuala Lumpur	MAECI	(613) 996-5824
Europe centrale, Europe de l'Est et Communauté des États indépendants				
Foire de Brno sur l'ingénierie : stand d'information	1 ^{er} sept. 1996	Brno	MAECI	(613) 996-2147
Asie de l'Est				
Programme de déménagement de sièges sociaux	1 ^{er} avril 1996	Hong Kong	MAECI	(613) 996-2463
Information commerciale sur le secteur des services	1 ^{er} avril 1996	Séoul	MAECI	(613) 996-2807
Étude de marché sur la technologie des services financiers	1 ^{er} mai 1996	Hong Kong, Guangzhou	MAECI	(613) 996-2463
Profil du marché de la formation dans le secteur privé	1 ^{er} mai 1996	Hong Kong	MAECI	(613) 996-2463
Mission d'étude de Hong Kong sur les ressources humaines	15 sept. 1996	Vancouver	MAECI	(613) 996-2463
Séminaire sur l'investissement dans les industries basées sur la connaissance	1 ^{er} oct. 1996	Hong Kong	MAECI	(613) 996-2463
Mission de la Corée sur les services financiers	25 oct. 1996	Montréal, Toronto, Vancouver	MAECI	(613) 996-2807
Exposition solo sur les services financiers	1 ^{er} nov. 1996	Bombay	MAECI	(613) 996-5903

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

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Amérique latine et Antilles				
Foire du livre de Guadalajara : stand national	25 nov. 1996	Guadalajara	MAECI	(613) 995-8804
Mission aux États-Unis et au Mexique sur le camionnage	4 févr. 1997	Mexique, sud des États-Unis, à déterminer	MAECI	(613) 996-0688
<i>EDUCANADA '97 Mexico</i> : exposition solo	25 mars 1997	Mexico	MAECI	(613) 995-0460
Marchés multiples				
Base de données de l'Alberta sur l'éducation et la formation et répertoires connexes	1 ^{er} avril 1996	Edmonton	Alberta	(403) 427-6416
Atelier sur les projets éducatifs et les projets de formation des institutions financières internationales (IFI)	7 avril 1996	Alberta, à déterminer	Alberta	(403) 427-6416
<i>National Petroleum Show (NPS)</i> : atelier sur l'éducation et la formation	11 juin 1996	Calgary	Alberta	(403) 427-6416
NASBITE Canada : conférence nationale	1 ^{er} sept. 1996	Alberta	Alberta	(403) 427-6075
L'exportation à votre porte — La filière des maisons de commerce : exposition solo	1 ^{er} déc. 1997	Edmonton	Alberta	(403) 427-6429
États-Unis				
Bulletin sur les services commerciaux et professionnels : débouchés aux États-Unis	1 ^{er} avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-9478
Secteur américain des services professionnels : intervenants canadiens aux conférences et aux expositions commerciales	1 ^{er} avril 1996	États-Unis, à déterminer	MAECI	(613) 944-9478
Secteur des services professionnels : ateliers aux États-Unis	1 ^{er} avril 1996	États-Unis, à déterminer	MAECI	(613) 944-9478
Mise à jour du recueil de fiches d'information sur le secteur des services	1 ^{er} avril 1996	Ottawa	MAECI	(613) 944-9478
Secteur des services : étude sur les sources d'investissement et la formation de capital	1 ^{er} avril 1996	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-2375
Mission sur la conception architecturale et le design d'intérieur	16 avril 1996	Pittsburgh	MAECI	(613)-944-7486
Commerce entre le Canada et les États-Unis dans une optique pratique : atelier	1 ^{er} août 1996	Sweetgrass (Montana), Coultts (Alberta)	Alberta	(403) 427-6075

Activité	Date	Lieu	Ministère	Téléphone
Séminaire sur l'expansion des exportations vers les États-Unis	1 ^{er} déc. 1996	Toronto	MAECI	(613) 944-9478
Architectes et ingénieurs dans les marchés à grande activité : mission	1 ^{er} janv. 1997	Salt Lake City, Las Vegas	MAECI	(613) 944-7486
Services d'éducation (étape 2) : partenariat stratégique	1 ^{er} janv. 1997	Washington (DC)	MAECI	(613) 944-9478
Stratégie médiatique pour la promotion des services (étape 2)	1 ^{er} janv. 1997	Détroit	MAECI	(613) 944-9478
Activités d'appariement des services d'éducation commerciaux	1 ^{er} févr. 1997	Détroit	MAECI	(613) 944-9478
Présentation aux médias du secteur des services	1 ^{er} févr. 1997	Los Angeles	MAECI	(613) 944-9478

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...)

		DATE DUE DATE DE RETOUR	
ACDI	Agence cana international		upes de consultations sectorielles le commerce extérieur
ACN	Association c de normalis		istrie Canada
AAC	Agriculture e		itution financière internationale
ALE	Accord de lit le Canada et		anisation internationale de nalisation
ALENA	Accord de lib		istère des Affaires étrangères et ommerce international
ASEAN	Association c du Sud-Est		istère de l'Agriculture, des Pêches e l'Alimentation du Québec
APEC	Organisation économique		istère de la Défense nationale
APECA	Agence de pt du Canada al		istère des Pêches et des Océans
BFDRQ	Bureau fédér régional, Que		anisation de coopération et de veloppement économiques
BMD	banque multi		anisation mondiale du commerce
CCC	Corporation		anisation du Traité de antique Nord
CCCE	Comité const extérieur		rogramme de développement des chés d'exportation
CEI	Communauté		uit intérieur brut
CCI	Centre de co		te et moyenne entreprise
CNR	Conseil natio		rogramme des Nations Unies pour ironnement
COAI	Centre des o internationales	CARR McLEAN	38-296 uit 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



Acronymes et sigle le commerce inte

Stratégie canadienne pour

(Cette liste ne comprend pas)

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