

QUEEN
HF
1479
.I5714
1997/98
v.1

Aperçu

**Stratégie canadienne
pour le commerce
international**

1997-1998



Équipe Canada - Team Canada

Industry Canada
Library - Queen

JUN -2 1997
JUN

Industrie Canada
Bibliothèque - Queen

La *Stratégie canadienne pour le commerce international* (SCCI) est au cœur de l'approche adoptée par Équipe Canada pour la pénétration du marché international. Elle précise la dynamique de développement du commerce international pour 27 secteurs industriels.

Les stratégies les plus susceptibles de porter fruit sont celles qui ont été définies par les gouvernements fédéral et provinciaux en étroite collaboration avec l'industrie, qui tiennent compte des priorités de l'industrie et qui reposent sur une soigneuse évaluation des atouts du Canada et des débouchés mondiaux.

C'est en fonction des stratégies sectorielles que les gouvernements fédéral et provinciaux répartiront la plus grande partie des ressources qu'ils comptent consacrer au développement du commerce international. Chaque stratégie précise les principaux objectifs que poursuivront les pouvoirs publics et l'industrie dans le but d'aider les entreprises canadiennes à exploiter les possibilités qui se font jour à l'échelle internationale dans différents domaines — commerce, technologie et investissements. Les manifestations ou initiatives internationales appuyées par le gouvernement dépendent de ces objectifs.

Les stratégies sectorielles sont élaborées par les Équipes sectorielles nationales (ESN), réunissant en leur sein des experts des secteurs public et privé qui se penchent sur une gamme de questions d'ordre commercial. Leur participation à l'élaboration de la SCCI garantit qu'il est tenu compte des exigences réelles de l'industrie canadienne dans les initiatives gouvernementales. En coordonnant la planification fédérale, provinciale et industrielle, la SCCI réduit les chevauchements et les doublages et dirige les ressources gouvernementales là où elles peuvent véritablement changer les choses.

Cette année, deux nouveaux secteurs ont été intégrés à la SCCI : les produits et services autochtones et les services de construction, d'architecture et d'ingénierie. Dans une étape ultérieure, qui en est au stade préparatoire, la SCCI mettra davantage l'accent sur les secteurs particulièrement porteurs. Des plans d'action à l'égard de ces secteurs seront présentés dans les mois à venir.

La SCCI est composée des éléments suivants :

- Le Volume 1, qui présente les grandes lignes de la Stratégie, comprend deux parties : l'Aperçu stratégique, qui résume les principaux objectifs de la politique de développement du commerce international et de la politique commerciale du

Canada, et l'Aperçu géographique qui cerne les grands défis, les priorités et les débouchés qui se présentent dans chacune des grandes régions du monde. On y trouve également une liste complète des Centres canadiens de commerce international, qui dispensent aux entreprises une gamme de services associés à leur présence sur les marchés étrangers.

- Le Volume 2, qui traite des stratégies des secteurs industriels, précise les défis importants mentionnés par les ESN, que doivent relever les entreprises pour se tailler une place sur les marchés internationaux, ainsi que les orientations stratégiques qu'adopteront les pouvoirs publics et l'industrie pour aider les entreprises canadiennes à saisir les occasions que leur offrent le commerce, la technologie et l'investissement dans le monde. On pourra se procurer, par voie électronique ou par télécopieur, le texte complet de chaque stratégie, ainsi qu'une brève description des atouts du Canada et du marché international. (Les numéros de téléphone figurent à la page 18.)
- Le Compendium des activités internationales de la SCCI : les gouvernements fédéral et provinciaux ont convenu de répartir leurs ressources en fonction des stratégies sectorielles. On peut consulter sur Internet une liste régulièrement mise à jour des activités conçues à l'appui de ces stratégies. Les entreprises canadiennes sont conviées à participer à ces événements et sont invitées à se renseigner auprès du ministère ou de l'organisme mentionné. Elles peuvent aussi se procurer par télécopieur un résumé mis à jour trimestriellement de cette liste d'activités. (Les numéros de téléphone figurent à la page 18.)

Nous serions heureux de connaître votre opinion!

La SCCI est régulièrement révisée en fonction des réactions de nos clients. Nous accordons la plus grande importance à vos idées sur la manière de l'améliorer. Si vous désirez exprimer une opinion, vous renseigner ou savoir comment participer plus activement à l'élaboration de la Stratégie, veuillez communiquer avec le groupe de travail de la SCCI dont voici les coordonnées :

Téléphone : (613) 996-1814
Télécopieur : (613) 996-9265
Adresse électronique :
strategy.cib@extott16.x400.gc.ca

Queen
HF
1479
J5914
1997/98
Somm

Stratégie canadienne pour le commerce international

Aperçu

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 1 | Produits, services et technologies autochtones | 15 | Matériel et services d'énergie électrique |
| 2 | Technologies de fabrication de pointe | 16 | Industrie de l'environnement |
| 3 | Matériaux de pointe | 17 | Poissons et fruits de mer |
| 4 | Aérospatiale et défense | 18 | Industries forestières |
| 5 | Technologies et machines agricoles | 19 | Industries de la santé |
| 6 | Agriculture, aliments et boissons | 20 | Technologies de l'information et télécommunications |
| 7 | Arts et industries culturelles | 21 | Métaux, minéraux et équipement, services et technologies connexes |
| 8 | Automobile | 22 | Technologies des océans |
| 9 | Bio-industries | 23 | Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz |
| 10 | Produits de construction | 24 | Matières plastiques |
| 11 | Services commerciaux, professionnels et éducationnels | 25 | Transports urbain et ferroviaire |
| 12 | Produits chimiques | 26 | Industrie spatiale |
| 13 | Services de construction, d'architecture et d'ingénierie | 27 | Tourisme |
| 14 | Produits de consommation
<i>Vêtement</i>
<i>Meubles commerciaux et meubles pour établissements publics</i>
<i>Chaussure</i>
<i>Articles cadeaux et articles d'artisanat</i>
<i>Bateaux de plaisance et équipement connexe</i>
<i>Meubles résidentiels</i>
<i>Articles de sport</i>
<i>Textiles</i>
<i>Outils à main, quincaillerie et articles ménagers</i> | | |

À moins d'indications contraires, tous les montants indiqués dans ce document sont exprimés en dollars canadiens.

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1997
N° au cat. C2-226/1-1998F ISBN 0-662-81743-5

Also available in English.



TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	1
APERÇU STRATÉGIQUE	5
Introduction : Équipe Canada. Ensemble, nous pouvons conquérir le monde	5
Priorités en matière d'expansion du commerce international	6
La Stratégie pour l'emploi	6
Promotion du commerce international	6
Promotion de l'investissement	11
Sciences et technologie	13
Priorités en matière de politique commerciale	15
Gérer la relation économique Canada-États-Unis	15
Créer une Organisation mondiale du commerce efficace	15
Améliorer les règles internationales régissant l'investissement étranger direct et les pratiques anticoncurrentielles	17
Élargir le réseau canadien de partenaires de libre-échange	17
Développement durable et commerce international	18
APERÇU PAR RÉGION GÉOGRAPHIQUE	19
États-Unis	19
Europe	25
Marchés de l'Europe de l'Ouest	28
Marchés de l'Europe du Nord	30
Marchés de l'Europe centrale	34
Marchés de l'Europe du Sud	36
Marchés de l'Europe de l'Est	39
Amérique latine et Antilles	45
Mexique	53
Asie-Pacifique	59
Japon	60
Chine et Hong Kong	64
Corée et Taïwan	68
Australie et Nouvelle-Zélande	70
Inde et Asie du Sud	72
Asie du Sud-Est et ASEAN	74
Afrique et Moyen-Orient	77
CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL	83

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

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

ACDI	Agence canadienne de développement international	IC	Industrie Canada
ALE	Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis	IED	investissement étranger direct
ALEA	Accord de libre-échange des Amériques	IFI	institution financière internationale
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain	ISO	Organisation internationale de normalisation
APEC	forum de Coopération économique Asie-Pacifique	MAECI	ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
APIE	accord sur la protection des investissements étrangers	MAPAQ	ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec
ASC	Agence spatiale canadienne	MDN	ministère de la Défense nationale
ASEAN	Association des nations de l'Asie du Sud-Est	NEEF	Nouveaux exportateurs aux États frontaliers
BDC	Banque de développement du Canada	NEXOS	Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers
BERD	Banque européenne pour la reconstruction et le développement	OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
CCC	Corporation commerciale canadienne	OEA	Organisation des États américains
CCCE	Comité consultatif sur le commerce extérieur	OMC	Organisation mondiale du commerce
CCI	Centre de commerce international	OTAN	Organisation du Traité de l'Atlantique Nord
CNR	Conseil national de recherches	PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
COAI	Centre des occasions d'affaires internationales	PIB	produit intérieur brut
CSEC	Centre de services aux entreprises du Canada	PME	petites et moyennes entreprises
CTI	Classification type des industries	PNB	produit national brut
DRHC	Développement des ressources humaines Canada	R-D	recherche et développement
EC	Environnement Canada	RNCan	Ressources naturelles Canada
EDI	Échange de données informatisées	SCCI	Stratégie canadienne pour le commerce international
EMN	entreprise multinationale	SEE	Société pour l'expansion des exportations
ESN	Équipe sectorielle nationale	SIOS	Service des invitations ouvertes à soumissionner
FITT	Forum pour la formation en commerce extérieur	S-T	sciences et technologie
FMI	Fonds monétaire international	TC	Transports Canada
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce	UE	Union européenne
GCSCE	Groupe de consultations sectorielles sur le commerce extérieur		

Le gouvernement du Canada a clairement fait de la promotion de l'emploi et de la croissance l'un des principaux objectifs de ses relations internationales dans les années à venir. Cette priorité est également celle du secteur industriel et des pouvoirs publics provinciaux, territoriaux et municipaux qui sont les partenaires d'« Équipe Canada ».

Pour réaliser le premier volet de cet objectif, le gouvernement du Canada a inauguré en octobre 1995 une nouvelle stratégie de développement du commerce international qui vise à aider les entreprises canadiennes à exploiter les débouchés sur le marché mondial tout en créant de l'emploi pour les Canadiens. Le but de cette Stratégie pour l'emploi est également de favoriser la création de puissants partenariats entre les trois ordres de gouvernement et le secteur privé, d'attirer des investissements durables dans toutes les régions du pays, de tirer le meilleur parti possible des ressources disponibles et de supprimer tout chevauchement ou doublement au sein des pouvoirs publics dans l'appui au développement du commerce international.

Le principal élément de la Stratégie pour l'emploi consiste à assurer la croissance de l'économie canadienne pour favoriser la création d'emplois. Dans la mise en œuvre de cette stratégie, l'objectif du gouvernement est de créer un climat où les entreprises canadiennes pourront se développer fructueusement, devenir plus concurrentielles et créer un plus grand nombre d'emplois, de telle sorte que tous les Canadiens en retirent des avantages.

La Stratégie s'attaque aux besoins immédiats et à plus long terme de création d'emplois et cible les partenariats à tous les niveaux. Elle comporte plusieurs éléments clés qui, regroupés, sont les ingrédients du succès : respecter les règles fondamentales de l'économie, cibler les secteurs prioritaires (par exemple la jeunesse, le commerce et la technologie) et faire une utilisation optimale des programmes et des services gouvernementaux.

L'expansion du commerce est un autre élément clé de la Stratégie pour l'emploi. L'accroissement des échanges commerciaux se traduira par la création de nouveaux emplois de qualité pour les Canadiens. On estime à ce chapitre que, pour chaque milliard de dollars d'exportations, 11 000 emplois canadiens sont créés ou conservés. Or, malgré l'indéniable succès du Canada comme nation commerçante, on attribue à 100 entreprises seulement plus de la moitié des exportations totales du pays. Aussi le gouvernement s'est-il engagé à encourager et à aider les entreprises canadiennes à entrer dans l'arène du

commerce international. À cet égard, le gouvernement s'est fixé pour objectif de doubler le nombre des exportateurs canadiens actifs d'ici l'an 2000.

Un des éléments les plus remarquables de la Stratégie pour l'emploi a trait à l'importance accordée aux petites et moyennes entreprises canadiennes (PME). Des statistiques récentes confirment que ce sont ces entreprises qui créent la majorité des emplois au Canada. C'est donc vers les PME que le gouvernement oriente ses efforts pour élargir les relations du Canada en matière de commerce, de technologie et d'investissement avec tous les pays qui connaissent une croissance rapide. En fait, les exportations sont critiques pour le bien-être économique et social des Canadiens et constituent le moteur de l'économie canadienne.

La *Stratégie canadienne pour le commerce international* (SCCI) fait partie intégrante des efforts de développement du commerce international du gouvernement fédéral et offre aux entreprises canadiennes un mécanisme leur permettant d'amorcer des activités d'exportation ou de progresser sur ce front. En favorisant une consultation directe et dynamique entre les gouvernements et le secteur privé, la SCCI donne à l'industrie canadienne la possibilité d'influer concrètement sur les stratégies et les priorités commerciales internationales du gouvernement. Concomitamment, la SCCI s'efforce de mieux cibler l'affectation des ressources et de rationaliser les initiatives internationales du gouvernement fédéral et celles des pouvoirs publics provinciaux de plus en plus présents. La SCCI jouera également un rôle important dans le premier engagement du gouvernement en matière de stratégies ministérielles de développement durable. En préparant sa stratégie de développement durable, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) se penchera sur les moyens d'aider les exportateurs canadiens — les PME en particulier — à mieux comprendre les nouveaux impératifs environnementaux, à mieux s'y adapter et à s'assurer un accès continu aux marchés d'exportation clés.

Le présent aperçu stratégique complète les 27 stratégies sectorielles, élaborées conjointement par le gouvernement et le secteur privé, qui constituent la principale composante de la SCCI. On trouvera une version abrégée des stratégies sectorielles à la Partie II du présent document. Ces stratégies exposent les grandes priorités du gouvernement en matière de politique commerciale et d'expansion du commerce international.

Priorités en matière d'expansion du commerce international

Promotion du commerce international

Pour aider les entreprises canadiennes à exploiter les débouchés qui se présentent à l'échelle internationale, le gouvernement fédéral s'efforce :

- de renforcer et d'élargir les partenariats fondés sur la dynamique d'Équipe Canada;
- de tirer pleinement parti du savoir-faire des secteurs public et privé canalisés dans les équipes sectorielles nationales;
- d'accroître le nombre de PME exportatrices;
- d'étendre les relations qu'entretient le Canada dans le domaine du commerce, de la technologie et de l'investissement au-delà des marchés traditionnels pour créer des liens avec d'autres régions du monde en expansion rapide.

Le Service des délégués commerciaux est le fer de lance des programmes et des stratégies d'expansion du commerce du gouvernement et le Ministère poursuivra ses efforts en vue d'améliorer la capacité du Service de recueillir et de diffuser des renseignements sur les marchés et de l'information commerciale.

Promotion de l'investissement

Le Canada dépend en grande partie du capital international pour financer son développement économique. À l'heure actuelle, plus de 1,3 million d'emplois canadiens (1 sur 10), plus de 50 p. 100 des exportations totales et 75 p. 100 des exportations de produits manufacturés sont directement attribuables à l'investissement étranger direct (IED) au Canada. On estime aussi que 22 p. 100 des emplois au Canada sont indirectement attribuables à l'IED. Attirer l'investissement commercial international est en conséquence à la fois un objectif fondamental de la politique étrangère du Canada et un élément critique de la Stratégie du gouvernement pour l'emploi.

Pour relever ce défi, le gouvernement du Canada a adopté une nouvelle stratégie d'investissement qui cherche à accroître la part globale du Canada dans l'IED d'arrivée, marquée par un recul au cours des dernières années. Cette stratégie s'articule autour des cinq priorités suivantes :

- faire valoir les avantages du Canada comme lieu d'investissement international auprès des décideurs des entreprises internationales;

- cibler des entreprises multinationales (EMN) dans des secteurs prioritaires afin d'attirer de nouveaux investissements et de faciliter la rétention et l'expansion des investissements actuels;
- aider plus de PME canadiennes à prendre de l'expansion grâce à des partenariats internationaux d'investissement;
- s'attaquer aux facteurs du climat d'investissement canadien qui préoccupent les investisseurs ou qui représentent des désavantages comparatifs par rapport aux pays concurrents;
- construire de nouveaux partenariats entre tous les ordres de gouvernement et le secteur privé afin d'attirer et de retenir l'investissement au Canada.

Sciences et technologie

Les entreprises canadiennes contribuent et ont facilement accès aux connaissances scientifiques et technologiques du monde entier ainsi qu'à des techniques de traitement et de fabrication de calibre mondial. Par leur participation à diverses activités internationales à caractère scientifique et technologique, notamment la recherche et le développement (R-D) et l'élaboration de normes, les entreprises sont encouragées à innover et à contribuer par le fait même à la création de richesses. La contribution du Canada à l'enrichissement et au rayonnement de la connaissance améliore de façon générale la qualité de vie des Canadiens.

Les principaux objectifs du gouvernement dans le domaine des sciences et de la technologie, tels qu'ils sont définis dans la stratégie fédérale, englobent la création de richesses et d'emplois durables. Dans un contexte commercial international, l'appui aux PME canadiennes et l'amélioration de leur rendement sur les marchés mondiaux constituent le pivot de l'action du gouvernement. À cette fin, on prendra un certain nombre d'initiatives qui viseront à promouvoir la R-D, la collaboration dans le domaine scientifique et technologique ainsi que l'acquisition et la diffusion des connaissances technologiques. Les ministères et organismes fédéraux raffineront leurs stratégies afin de promouvoir la collaboration en matière de sciences et de technologie ainsi qu'une collecte et une diffusion plus efficaces de données à caractère international sur les sciences et la technologie.

Priorités en matière de politique commerciale

Gérer la relation économique Canada-États-Unis

La relation économique entre le Canada et les États-Unis demeure la plus complexe et la plus importante qui soit entre deux pays. Aussi la gestion efficace de cette relation doit-elle demeurer la grande priorité du Canada en matière de politique commerciale et économique.

Si, globalement, la relation Canada-États-Unis a été fort satisfaisante, une vigilance constante s'avère nécessaire pour défendre les intérêts du Canada. Le gouvernement continuera de s'efforcer en premier lieu de résoudre les différends qui pourraient survenir entre les deux pays.

Le Canada attache la plus haute priorité à trouver des solutions propres à réduire les différends avec les États-Unis sur des questions qui reviennent continuellement sur le tapis comme les subventions, le dumping et le recours à des mesures de rétorsion relativement à ces pratiques. En faisant des représentations et en cherchant à former des coalitions, le Canada essaiera d'instaurer un climat propice au changement.

L'un des principaux intérêts du Canada dans la gestion de ses relations économiques avec les États-Unis est de s'assurer que les entreprises canadiennes puissent exploiter pleinement les débouchés offerts par le marché américain et, en particulier, répondre à la demande relativement à une large gamme de produits et de services techniquement avancés.

Créer une Organisation mondiale du commerce efficace

Le gouvernement fédéral appuie sans réserves l'application des accords conclus sous l'égide de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). C'est pourquoi il s'attache à renforcer l'OMC pour en faire une puissante institution de réglementation, crédible et transparente, capable de superviser le fonctionnement du système d'échanges multilatéraux et de mener des négociations multilatérales.

Au nombre des autres priorités, mentionnons la nécessité d'assurer le suivi et, là où ce sera possible, d'accélérer l'entrée en vigueur des ententes conclues dans le cadre de l'Uruguay Round et de préparer les négociations de l'OMC dans un certain nombre de nouveaux domaines, comme l'investissement et la politique de la concurrence.

Améliorer les règles internationales régissant l'investissement étranger direct et les pratiques anticoncurrentielles

Le Canada continuera d'appliquer une stratégie « à multiples volets » visant l'amélioration des règles internationales qui régissent l'investissement étranger direct et les pratiques anticoncurrentielles. Cette stratégie comprend la négociation, avec les pays en développement et avec les pays dont l'économie est en transition, de nouvelles ententes bilatérales de protection des investissements étrangers; la poursuite des négociations en vue d'un accord multilatéral sur l'investissement; et l'encouragement à une plus grande vigilance à l'égard des agissements anticoncurrentiels des grandes multinationales.

Élargir le réseau canadien de partenaires de libre-échange

Le gouvernement fédéral continuera d'élargir le réseau de partenaires libre-échangistes du Canada et d'assurer aux exportateurs canadiens un meilleur accès aux marchés internationaux. Cet objectif s'inscrit dans le contexte de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), de l'Accord de libre-échange des Amériques (ALEA), du mécanisme de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC) ainsi que de l'OMC.

Les gouvernements du Canada et du Chili en sont venus à une entente de libre-échange bilatérale qui facilitera l'adhésion éventuelle du Chili à l'ALENA. En outre, en décembre 1994, les chefs d'État de 34 pays ont convenu que l'Accord de libre-échange des Amériques devait être négocié d'ici 2005.

L'Accord de libre-échange entre le Canada et Israël, qui permet l'entrée en franchise de produits industriels dans les deux pays, a été signé le 31 juillet 1996. L'entrée en vigueur de l'Accord est prévue pour le 1^{er} janvier 1997.

En 1997, le Canada assurera la présidence de l'APEC. Tout au long de l'année, le Canada sera responsable de l'avancement du programme de libéralisation du commerce et de l'investissement de l'APEC. À ce chapitre, il compte notamment exhorter les chefs des États membres de l'APEC à respecter leur engagement pris en 1994 d'instaurer le libre-échange dans la région Asie-Pacifique d'ici 2020.

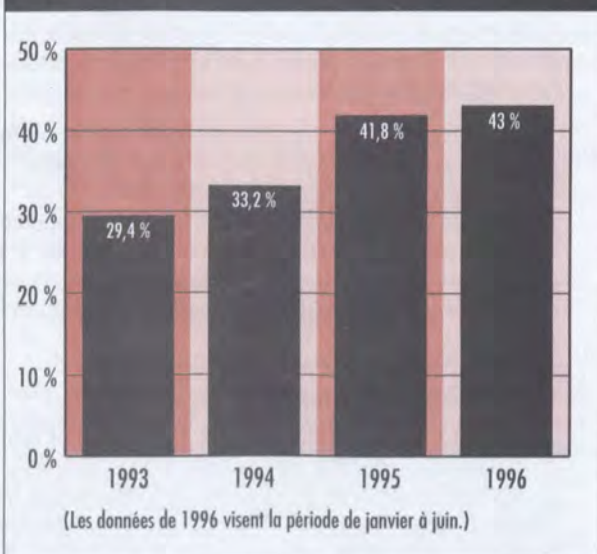
On explore également la possibilité de tisser des liens plus solides avec l'Union européenne (UE). Dans ce contexte, le Canada continuera d'exercer des pressions en vue de libéraliser davantage le commerce et l'investissement outre Atlantique, ce qui devrait donner lieu, à terme, à la création d'une zone de libre-échange transatlantique.

INTRODUCTION : ÉQUIPE CANADA. ENSEMBLE, NOUS POUVONS CONQUÉRIR LE MONDE

La promotion de la croissance économique et de l'emploi restera l'un des principaux objectifs de la politique étrangère du Canada dans les prochaines années. Pour atteindre cet objectif, il est essentiel d'accroître la compétitivité du Canada sur les marchés internationaux.

Les exportations de produits et de services représentent maintenant plus de 37 p. 100 du produit intérieur brut (PIB) canadien, soit le plus haut pourcentage au sein du Groupe des sept pays les plus industrialisés (G-7). Déjà quelque trois millions de travailleurs canadiens (un sur trois) doivent leur emploi au succès du Canada sur les marchés internationaux. On estime que chaque milliard de dollars d'exportations crée ou maintient 11 000 emplois au Canada.

Figure 1
Exportations de biens et services en pourcentage du PIB
Canada, 1993-1996



Source : Statistique Canada

Comme le Service des délégués commerciaux continue d'être le fer de lance du programme de développement du commerce international du gouvernement, le Ministère poursuivra ses efforts en vue d'améliorer la capacité du Service de recueillir et de diffuser des renseignements sur les marchés et de l'information commerciale.



Équipe Canada • Team Canada

Afin d'aider les Canadiens à se tailler une place enviable sur les marchés internationaux et de créer des emplois au Canada, le gouvernement canadien a inauguré en octobre 1995 une nouvelle stratégie de développement du commerce international, qui vise à appuyer les entreprises canadiennes de façon à ce qu'elles puissent exploiter les nouveaux débouchés. Cette Stratégie pour l'emploi est conçue dans le but de favoriser la création de partenariats solides entre les trois ordres de gouvernement et le secteur privé — qui constituent collectivement Équipe Canada —; d'attirer des investissements durables dans toutes les régions du pays; de tirer le meilleur parti possible des ressources disponibles; et de supprimer tout chevauchement ou dédoublement au sein des gouvernements dans le soutien du développement du commerce international. L'une des initiatives d'Équipe Canada consiste à repérer les entreprises canadiennes et à les aider à se préparer à exporter en leur fournissant des renseignements sur les marchés, des conseils pour la vente, des contacts d'affaires et des études portant sur certains pays ou secteurs.

C'est surtout sur les petites et moyennes entreprises (PME) que le gouvernement fait porter ses efforts pour élargir les relations du Canada en matière de commerce, de technologie et d'investissement avec tous les pays du monde qui connaissent une expansion rapide. En fait, l'un des principaux objectifs de la Stratégie pour l'emploi consiste à doubler le nombre d'exportateurs canadiens actifs d'ici l'an 2000.

L'approche d'Équipe Canada reconnaît implicitement que c'est le secteur privé — et non le gouvernement — qui est en fin de compte producteur de richesses. Ce sont les entreprises et les particuliers qui innovent, inventent, investissent et créent des emplois. Tel est le véritable esprit d'Équipe Canada — unir collectivement nos efforts afin de réussir sur les marchés internationaux. Cependant, c'est au gouvernement qu'il incombe sans contredit d'instaurer un climat financier, économique et politique propice à la création d'emplois et à la production de richesses, de façon à appuyer l'industrie et les entrepreneurs canadiens qui évoluent sur un marché mondial caractérisé par une concurrence de plus en plus vive.

La *Stratégie canadienne pour le commerce international* (SCCI) est devenue le pivot de toutes les interventions élaborées de manière concertée et de toutes les ressources fédérales destinées à favoriser l'expansion du commerce international. En privilégiant une consultation directe et dynamique entre le gouvernement et le secteur privé, la SCCI donne à l'industrie canadienne la possibilité d'influer concrètement sur les stratégies et les priorités du gouvernement en matière de commerce international.

Le présent aperçu stratégique complète les 27 stratégies sectorielles, élaborées conjointement par le gouvernement et le secteur privé, qui constituent la principale composante de la SCCI. Le but est d'exposer les grandes priorités du gouvernement en matière de commerce international, qui se rattachent à deux grandes rubriques : l'expansion du commerce international et la politique commerciale.

Priorités en matière d'expansion du commerce international

La Stratégie pour l'emploi

Le grand objectif des plans du gouvernement pour l'expansion du commerce international est de fournir de l'emploi aux Canadiens.

Le gouvernement s'est efforcé d'établir un climat économique qui favorise la création d'emplois et aide les entreprises canadiennes à exploiter les débouchés qui se font jour sur le marché international. La Stratégie pour l'emploi, qui condense dans un plan d'action les ressources et l'énergie de tous les ministères du gouvernement, est un partenariat réunissant les pouvoirs publics fédéraux, provinciaux et municipaux, le secteur privé et les organisations non gouvernementales (ONG). Son but est de coordonner les efforts en vue de créer un plus grand nombre d'emplois et des emplois de meilleure qualité pour les Canadiens. Elle cible en particulier la jeunesse, le commerce, la technologie et les infrastructures — quatre domaines clés où la collaboration du gouvernement et de l'entreprise privée peut changer les choses.

Étant donné qu'un emploi sur trois dépend des exportations, un des éléments critiques de la Stratégie pour l'emploi consiste à encourager un plus grand nombre d'entreprises canadiennes à exporter et, en particulier, à soutenir activement les PME dans leurs efforts de pénétration des marchés internationaux.

Les missions commerciales Équipe Canada du Premier ministre donnent un exemple des résultats positifs que l'on peut obtenir à l'issue d'un effort concerté. Ces missions sont particulièrement importantes pour la réalisation des objectifs liés aux volets commerce et investissement de la Stratégie pour l'emploi du gouvernement.

En outre, le gouvernement poursuivra sa politique d'encouragement et d'aide aux entreprises canadiennes qui veulent acquérir des technologies de pointe. Ces technologies sont susceptibles d'engendrer des innovations importantes en ce qui concerne les produits et de permettre aux entreprises canadiennes d'exploiter les possibilités qui s'offrent sur le marché mondial.

Promotion du commerce international

Le gouvernement du Canada relève le défi de la mondialisation rapide des marchés en élaborant de nouvelles stratégies à l'appui de l'expansion du commerce international. À partir de consultations poussées auprès du secteur privé, il s'efforcera d'affecter les ressources disponibles là où elles peuvent avoir le plus de poids. À cette fin, il s'appliquera :

- à favoriser la création de solides partenariats entre le gouvernement et le secteur privé afin d'en arriver à un rendement optimal des ressources disponibles et de supprimer tout chevauchement ou dédoublement;

- à tirer pleinement parti du savoir-faire des secteurs public et privé canalisé dans les Équipes sectorielles nationales (ESN);
- à encourager les entreprises canadiennes, en particulier les PME, à se lancer activement dans l'exportation;
- à diversifier les relations qu'entretient le Canada avec les autres pays sur le plan du commerce, de la technologie et de l'investissement pour aider les Canadiens à exploiter les possibilités qui se présentent partout dans le monde.

Créer des partenariats selon la dynamique d'Équipe Canada

Le gouvernement fédéral poursuit un certain nombre d'initiatives annoncées en octobre 1995 qui s'inscrivent dans la dynamique d'Équipe Canada :

- *La Stratégie canadienne pour le commerce international*

Comme le mentionne l'introduction, la SCCI est au centre de la dynamique d'Équipe Canada. Les ministères et organismes participant à Équipe Canada agiront selon les directives du Cabinet dans la répartition des ressources qu'ils destinent à l'expansion du commerce international par l'intermédiaire de la SCCI et, à ce titre, les budgets d'expansion du commerce international seront liés aux listes d'initiatives approuvées en vertu de la SCCI. De plus, les Équipes sectorielles nationales ont été chargées de surveiller la mise en œuvre de la SCCI tout au long de l'année afin que la répartition des ressources du programme pour l'expansion du commerce international soit cohérente avec les stratégies sectorielles.

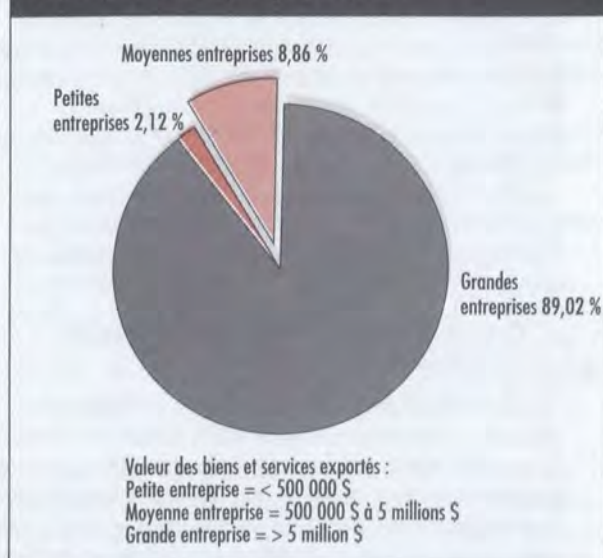
- *Ententes pour l'expansion du commerce international*

Jusqu'à ce jour, des ententes ont été conclues avec neuf provinces et avec les deux territoires. Ces ententes mettent l'accent sur les moyens d'éliminer les chevauchements et les doublages entre les fournisseurs de services tout en assurant un meilleur service aux clients. L'objectif ultime est de fournir aux utilisateurs finaux une prestation fluide de tous les programmes et services gouvernementaux liés au commerce international.

- *Équipes sectorielles nationales*

Les Équipes sectorielles nationales ont été créées dans le but de guider l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies commerciales dans 27 secteurs. Elles misent sur les connaissances et les capacités de tous les intervenants de chaque secteur pour élaborer et mettre en œuvre des plans d'expansion du commerce international et dispenser des services aux clients du secteur privé.

Figure 2
Taux de participation à l'exportation
selon la taille des entreprises, Canada, 1994



Source : Estimations préparées par le Bureau de l'entrepreneuriat et de la petite entreprise, Industrie Canada, sur la base de données fournies par Statistique Canada.

- *Réseaux commerciaux régionaux*

Le gouvernement s'est engagé à améliorer le service aux clients commerciaux au niveau local en reliant les ministères et organismes fédéraux et provinciaux et le secteur privé au moyen d'une série de Réseaux commerciaux régionaux (RCR). Ces réseaux s'appuient sur les diverses ententes fédérales-provinciales en matière de commerce et d'investissement et fournissent des services aux exportateurs actifs et potentiels — services de préparation en vue de l'exportation, renseignements sur les marchés et information commerciale, conseils en matière d'exportation et information sur le financement international.

Sous la direction de délégués commerciaux fédéraux expérimentés, les Réseaux commerciaux régionaux ont récemment préparé des plans triennaux régionaux décrivant de quelle manière le gouvernement et le secteur privé entendent collaborer au niveau régional pour créer de nouveaux débouchés internationaux pour l'entreprise canadienne. Chaque plan expose les objectifs nationaux et régionaux jusqu'à l'an 2000, ainsi que les engagements clés et les réalisations envisagées dans un certain nombre de domaines importants.

- *Mécanismes destinés à favoriser la consultation et la participation active de l'industrie*

Outre le renouvellement du mandat des membres du Comité consultatif sur le commerce extérieur (CCCE) et des Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCE), qui comptent des représentants haut placés du secteur privé, le gouvernement continuera d'accroître la participation de l'industrie à la détermination des priorités en matière d'expansion du commerce international grâce à l'intervention directe des membres des Équipes sectorielles nationales qui sont issus du secteur privé.

- *Comité de sous-ministres sur l'expansion du commerce international*

Un Comité de sous-ministres sur l'expansion du commerce international a été formé et investi de la mission de coordonner les diverses initiatives du gouvernement en matière de commerce international. Il constituera un forum où les priorités seront continuellement revues et établies. Le Comité se compose des sous-ministres de tous les ministères fédéraux (ou des présidents, dans le cas des organismes gouvernementaux) qui s'occupent du développement du commerce international. Il est coprésidé par les sous-ministres des deux ministères responsables, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Industrie Canada (IC).

Accroître la participation au commerce international

Le Canada est une nation commerçante qui jouit d'une réputation internationale. Toutefois, relativement peu d'entreprises canadiennes se livrent à l'exportation. La nécessité d'encourager un plus grand nombre de PME à exporter s'impose d'autant plus que les petites entreprises sont responsables de la création de la plupart des nouveaux emplois. Le défi consiste

à doubler le nombre d'exportateurs canadiens d'ici l'an 2000, en mettant particulièrement l'accent sur les nouvelles PME exportatrices. Pour atteindre cet objectif, le gouvernement met en œuvre le programme d'action qui suit :

- *Cibler les petites et moyennes entreprises*

Les ministères et organismes gouvernementaux offrent des programmes et des services en matière de commerce international destinés à la petite entreprise. Malheureusement, par le passé, les critères régissant l'accès à ces programmes — en particulier ceux qui fournissent une aide financière directe — manquaient souvent de cohérence. Pour remédier à cette situation et pour donner suite aux recommandations du secteur privé voulant que les gouvernements accordent avant tout leur appui financier aux petites entreprises, des lignes directrices uniformes régissant l'accès à ces programmes ont été adoptées.

En vertu des nouvelles lignes directrices communes à tous les programmes, l'aide financière directe à l'expansion du commerce international visera plus précisément les entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 millions de dollars ou qui ont moins de 100 employés (50 pour les entreprises de services). Dans le cas des entreprises plus petites, le gouvernement fédéral partagera les coûts de participation aux foires commerciales qu'il organise, selon la participation antérieure de l'entreprise à des foires commerciales.

- *Repérer les entreprises prêtes à exporter*

Les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) établis dans chaque province continueront de jouer un rôle de premier plan dans le repérage des sociétés qui sont en mesure d'exporter et mettront à leur disposition un guichet unique où elles pourront obtenir l'information dont elles ont besoin pour se lancer dans le commerce d'exportation. Pour que les entreprises reçoivent l'attention personnalisée dont elles peuvent avoir besoin, une nouvelle initiative de chargés de programme prendra place dans les prochains mois. Recrutés auprès de ministères fédéraux et provinciaux ou d'organismes de développement régional de premier plan, les chargés de programme travailleront de concert avec chaque entreprise soit pour lui faire connaître les marchés d'exportation, soit pour accroître ses exportations actuelles. Un de leurs rôles les plus importants consistera à se faire les champions de leurs entreprises clientes en les aidant à obtenir toute l'aide disponible.

- *Fournir en temps opportun des renseignements sur les débouchés*

Le gouvernement re canalise ses ressources pour privilégier l'obtention de renseignements à valeur ajoutée et leur diffusion aux clients de la façon la plus accessible possible. Le lancement de Strategis (<http://strategis.ic.gc.ca>), qui constitue le plus important et le plus complet des sites Web d'information commerciale au Canada, s'inscrit dans cette dynamique.

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI), créé en 1995, a donné à plus de 10 000 entreprises canadiennes des renseignements sur les occasions d'affaires internationales qui correspondent à leur profil d'exportation. Les entreprises canadiennes reçoivent une information à jour sur les débouchés offerts sur les marchés étrangers, tandis que les entreprises étrangères peuvent trouver réponse à leurs exigences en matière de produits et de services. Le COAI continuera de jumeler les marchés signalés par les délégués commerciaux du Canada avec les intérêts d'entreprises canadiennes, particulièrement des PME.

Le Service de jumelage des soumissions (SJS) de la Corporation commerciale canadienne (CCC) permet aux entreprises canadiennes de s'informer des appels d'offres lancés par le gouvernement des États-Unis et par ceux d'autres pays. La CCC étudie tous les appels d'offres du gouvernement américain afin de déterminer ceux pour lesquels des entreprises canadiennes pourraient présenter une soumission. Ces marchés sont ensuite comparés électronique-ment aux capacités des entreprises canadiennes inscrites auprès de la CCC. En cas de compatibilité, l'entreprise reçoit automatiquement une description de l'appel d'offres et des précisions sur la manière de procéder. Les appels d'offres sont également affichés au Service des invitations ouvertes à soumissionner (SIOS), ce qui donne à un plus grand nombre d'entreprises canadiennes la possibilité d'être informées.

Le gouvernement des États-Unis fait montre d'une préférence de plus en plus évidente pour l'échange de données informatisées (EDI) dans le domaine des affaires et la CCC s'adapte à cette évolution. En offrant un service d'EDI aux entreprises canadiennes qui ne sont pas prêtes à utiliser cette technologie, la Corporation leur permettra de continuer à avoir accès au lucratif marché américain.

- *Améliorer le financement des exportateurs, en particulier des PME qui commencent à exporter*

Pour mieux répondre aux différents besoins des exportateurs canadiens, la SEE (Société pour l'expansion des exportations) a adopté une structure qui met les clients en rapport avec des spécialistes des divers secteurs et marchés. Les huit équipes sectorielles proposent un service rationalisé fourni par des employés qui ont une connaissance approfondie du secteur d'activité de l'exportateur. Les Centres nationaux de conseils experts soutiennent les équipes sectorielles en leur communiquant de l'information commerciale à jour.

Une de ces équipes, l'Équipe des exportateurs en essor, est chargée d'optimiser l'aide financière accordée aux entreprises dont les ventes annuelles à l'exportation sont inférieures à un million de dollars. La SEE offre aussi un nombre accru d'options de financement aux entreprises dont les ventes annuelles à l'exportation sont inférieures à 10 millions de dollars. L'Accord-cadre de garantie pour les petits exportateurs augmente le nombre de sources d'aide financière à l'exportation en offrant des garanties partielles aux banques canadiennes participantes. Grâce à un autre nouveau programme, le Programme de garantie générale sur les créances (PGGC), les petites entreprises pourront obtenir plus facilement des marges de crédit à l'exploitation sur la foi de leurs créances à l'étranger.

En 1995, la CCC, de concert avec les banques commerciales du Canada, a introduit un programme qui facilite l'accès des petites entreprises au financement de leur fonds de roulement. Le Programme de paiements proportionnels (PPP) accorde des fonds, par l'intermédiaire des banques commerciales, pour le financement des ventes à l'exportation en fonction de la participation de la CCC à la transaction. Ce programme table sur l'évaluation des risques effectuée par la CCC et sur sa compétence en matière de contrats internationaux. Au cours de sa première année d'existence, le PPP a accordé un financement de 47 millions de dollars à de petits exportateurs canadiens.

La Banque de développement du Canada (BDC) assure des services spécialisés en finances et gestion aux PME en ciblant particulièrement les entreprises à forte intensité de connaissances, les exportateurs et les autres entreprises axées sur la croissance. Elle propose une gamme variée de produits afférents au fonds de roulement, de prêts et d'investissements qui

complètent ceux offerts par le secteur privé. Elle offre aussi des services de formation et de mentorat tels que NEXPRO, un programme de formation et de consultation pour les nouveaux exportateurs. Compte tenu des efforts du gouvernement en vue de favoriser l'émergence d'un plus grand nombre de petits exportateurs, le rôle de la BDC, en ce qui a trait à l'apport d'un capital de croissance et à la formation des exportateurs potentiels, devrait s'accroître.

En plus d'aider financièrement les petites entreprises, la BDC a trouvé de nouvelles manières d'aider les PME à perfectionner leurs compétences et à pénétrer de nouveaux marchés.

- *Améliorer la participation canadienne aux marchés découlant des prêts consentis par les institutions financières internationales*

Les prêts consentis par les institutions financières internationales (IFI) aux pays en développement se situent en moyenne à hauteur de 42,5 milliards de dollars américains par an. L'an dernier, la Banque mondiale a déboursé à elle seule plus de 22,5 milliards de dollars américains. Plus de la moitié de ces prêts étaient destinés à l'obtention de produits et de services provenant de fournisseurs situés à l'extérieur du pays emprunteur, ce qui représente d'excellentes occasions d'affaires pour les exportateurs canadiens. Si, en ce qui concerne les achats financés par les IFI, le Canada se classe au quatrième rang pour les contrats de services, il n'arrive qu'au 15^e rang pour les produits manufacturés, le matériel et les ouvrages de génie civil.

En 1995-1996, le gouvernement a formé une Équipe des projets d'immobilisations (EPI) afin de mieux coordonner les efforts gouvernementaux en vue d'aider les exportateurs à décrocher des contrats des IFI. Au cours de la première année, l'Équipe des projets d'immobilisations a mis au point plusieurs produits d'information; elle a restructuré et réapprovisionné les Fonds fiduciaires des consultants canadiens auprès des IFI; elle s'est arrangée pour participer au financement de plusieurs projets en Chine, en Inde, en Indonésie et dans plusieurs pays africains; elle a mis au point un nouveau système électronique pour intégrer toute l'information sur les projets des IFI; et elle a formé le personnel des Centres de commerce international sur la manière de traiter avec les IFI. Dans les mois qui viennent, l'Équipe concentrera ses efforts sur la diffusion électronique de l'information relative aux IFI sur le Web et sur le babillard électronique, et sur le déploiement

d'un système de suivi des IFI reposant sur Lotus Notes qui lui permettra de gérer efficacement les mécanismes d'appui aux entreprises privées désireuses de traiter avec les IFI et d'échanger des renseignements à leur sujet. En outre, l'Équipe visera à intégrer son initiative aux Équipes sectorielles nationales et à mettre en place de nouvelles activités externes (par exemple séminaires, cartes routières, etc.) afin de promouvoir plus activement les marchés offerts par les IFI auprès des exportateurs et des fabricants canadiens.

- *Cibler les exportateurs de services aux entreprises*

Le gouvernement exhorte les associations d'entreprises de services à faire plus activement la promotion des exportations. Divers outils et programmes de formation ont été élaborés à l'intention des associations désireuses de mettre sur pied des comités d'exportation ou des programmes de distinctions honorifiques dans le but d'encourager leurs membres à se lancer sur de nouveaux marchés. Le logiciel interactif *Une approche mondiale*, qui comprend six disquettes, a été mis au point spécialement pour les exportateurs de services. Il comprend un guide de ressources complet présentant un répertoire des programmes des secteurs public et privé, une liste de personnes-ressources et une liste de publications.

Diversifier les marchés internationaux

Les exportations de produits et de services représentent plus du tiers du PIB du Canada, mais elles sont destinées en majeure partie au seul marché des États-Unis. Pour faire fond sur le succès remporté par le Canada sur le marché américain et étendre ses relations en matière de commerce international, de technologie et d'investissement à d'autres pays prioritaires en croissance rapide (entre autres les pays d'Amérique latine et de la région Asie-Pacifique), le gouvernement propose de prendre les mesures suivantes.

- *Défendre plus activement les intérêts de l'industrie canadienne*

Devant l'importance accrue de l'influence gouvernementale comme facteur concurrentiel dans le commerce international, surtout sur les nouveaux marchés, et les efforts supplémentaires déployés par les concurrents du Canada pour défendre leurs intérêts commerciaux, les ministres fédéraux

canadiens, les chefs de mission, les délégués commerciaux et les agents commerciaux, ainsi que les décideurs du secteur privé, adopteront une approche plus active dans la défense des intérêts des entreprises canadiennes à l'étranger. À cette fin, un groupe interministériel spécial est en voie de formation. Il aura vocation à coordonner l'offensive de promotion des entreprises canadiennes. Ce groupe mobilisera des soutiens au plus haut niveau afin d'aider les entreprises canadiennes à être plus performantes sur les marchés internationaux.

Promotion de l'investissement

L'accroissement de l'investissement commercial international au Canada constitue l'objectif de la stratégie du gouvernement en vue de soutenir la création de richesses et d'emplois dans tout le pays. L'investissement est un facteur de premier ordre qui lie le Canada et les entreprises canadiennes à une économie qui tend de plus en plus vers la mondialisation. L'investissement étranger direct (IED) au Canada et l'investissement canadien direct à l'étranger renforcent la compétitivité internationale du Canada en assurant aux Canadiens des capitaux, des emplois, des technologies et l'accès aux marchés mondiaux.

Le gouvernement s'est engagé, en vertu de sa nouvelle Stratégie d'investissement, à redoubler ses efforts pour attirer l'IED au Canada et à faciliter la croissance des entreprises canadiennes qui sont concurrentielles sur la scène internationale.

En réaction à la vive concurrence qui caractérise le secteur des investissements, le gouvernement s'est fixé des priorités claires et a mis au point des programmes ciblés. Dans le cadre de ces initiatives, il s'efforce d'accentuer la collaboration avec les pouvoirs publics provinciaux et municipaux et le secteur privé afin d'aider les organismes locaux ou régionaux de développement économique à attirer l'investissement.

Les programmes visant à attirer l'investissement s'articuleront autour des priorités suivantes :

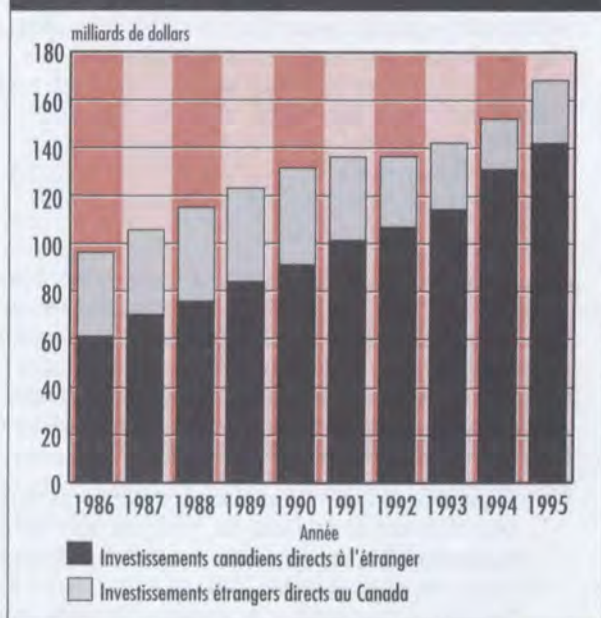
Faire valoir l'intérêt du Canada comme lieu d'investissement auprès des chefs d'entreprises internationales

Si l'on veut que les autres pays soient mieux informés des atouts comparatifs du Canada comme lieu d'investissement dans la région de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), les investisseurs potentiels doivent être mis au courant des débouchés qu'offre le Canada et des aspects positifs des politiques canadiennes. Tous les ans, le Canada répond à des milliers de demandes de renseignements provenant d'investisseurs potentiels. Le gouvernement continuera d'améliorer la qualité des renseignements qu'il communique en temps utile afin d'obtenir davantage de résultats concrets. Le but premier est de convaincre ceux qui demandent des renseignements de prendre la décision d'investir au Canada.

Parmi les efforts déployés à l'appui de cet objectif prioritaire mentionnons :

- des conférences et des témoignages de chefs d'entreprises canadiennes devant des auditoires réunissant des chefs d'entreprises de l'étranger, faisant montre de leur confiance envers le Canada et décrivant leur succès sur le territoire canadien;
- des rencontres mettant en présence d'importants clients en matière d'investissement et le Premier ministre, d'autres ministres fédéraux et les premiers ministres des provinces;
- une offensive publicitaire comprenant la publication de récits de réussites exemplaires dans certains médias internationaux, des rencontres d'information à l'intention de journalistes étrangers et des forums sur le Canada en tant que lieu d'investissement.

Figure 3
Investissements intérieur et extérieur
Canada, 1986-1995



Source : Statistique Canada 1995

Cibler des secteurs ou des multinationales et personnaliser les services

Le gouvernement poursuivra son offensive pour attirer de nouveaux investissements des entreprises multinationales (EMN), qui représentent la majeure partie de l'accroissement sans précédent de l'IED observé au cours des 10 dernières années. Selon les estimations des Nations Unies, les 100 premières multinationales au monde (en dehors des secteurs bancaire et financier) réalisent environ le tiers de l'investissement extérieur global du pays de leur siège social, et chaque emploi dans une multinationale crée au moins un autre emploi dans un pays d'accueil par un effet d'entraînement en amont. Les ministères intéressés concentreront leurs efforts sur les EMN susceptibles de nouer des liens étroits avec des fournisseurs canadiens de petite et moyenne envergure, d'apporter des capitaux et des technologies au Canada, de distribuer leurs produits ou services sur les marchés nord-américains et mondiaux à partir du Canada et d'agir comme catalyseurs pour la diffusion des technologies sur le territoire national.

Les mesures prises à l'appui de cet objectif prioritaire sont les suivantes :

- organisation de réunions suivies avec les principaux investisseurs afin de faire connaître aux décideurs des entreprises étrangères les occasions d'investissement qui pourraient les intéresser et de faire pencher leur décision en faveur du Canada;
- ciblage d'entreprises internationales de divers grands pays investisseurs, relativement aux objectifs prioritaires, et organisation de visites personnalisées au Canada pour les investisseurs potentiels;
- promotion des possibilités d'investissement dans les secteurs canadiens jugés prioritaires qui offrent une masse critique de compétences spécialisées, de main-d'œuvre qualifiée et d'atouts au plan de la recherche-développement (R-D), et une capacité d'approvisionnement suffisante.

Les bénéfices réinvestis par les filiales étrangères représentent une part appréciable de l'investissement étranger au Canada — plus de 50 p. 100 ces dernières années. De nombreuses multinationales ont dû réorganiser et rationaliser leurs opérations de manière à trouver de nouvelles façons d'acquérir un avantage concurrentiel sur la scène internationale. Au sein même des multinationales, les filiales sont contraintes de se trouver des créneaux et de se donner de nouveaux mandats sur leur marché d'accueil pour

survivre à la concurrence qu'elles se livrent entre elles. Le gouvernement, en collaboration avec l'industrie, travaillera donc avec les filiales étrangères établies au Canada à produire des analyses commerciales visant à conserver en territoire canadien les activités existantes et à obtenir de nouveaux mandats dans les domaines de la fabrication et de la R-D.

Coentreprise réunissant le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada, Partenariats d'investissement Canada (PIC) travaille à promouvoir l'investissement au Canada auprès des plus grandes entreprises mondiales. Elle a entrepris des recherches et rassemble des renseignements pour cibler des investisseurs potentiels prioritaires, en plus de mettre au point et de gérer des campagnes d'investissement ciblant ces entreprises. PIC fournit également des services centralisés aux entreprises clientes intéressées à réaliser des investissements et à d'autres investisseurs importants.

Présenter un plus grand nombre de PME canadiennes à des investisseurs internationaux et à des sources de technologie

Aux prises avec une concurrence de plus en plus acharnée, les entreprises de toutes tailles regardent de plus en plus souvent du côté des possibilités d'investissement et des alliances internationales pour prendre de l'expansion. Pour les entreprises canadiennes, les alliances stratégiques internationales constituent un bon moyen d'obtenir l'accès dont elles ont absolument besoin aux nouvelles technologies, aux marchés, aux capitaux et aux compétences. Ces partenariats sont particulièrement importants pour les PME du domaine de la technologie qui doivent, de plus en plus tôt au cours de leur développement, se tourner vers les marchés étrangers pour maximiser leurs possibilités de croissance et leurs profits.

Le gouvernement continuera de favoriser l'essor des entreprises canadiennes concurrentielles sur les marchés mondiaux en s'efforçant de mettre en rapport les PME du domaine de la technologie avec des partenaires étrangers et en leur faisant connaître les débouchés internationaux. Les principaux éléments de ce programme sont les suivants :

- expansion des efforts actuels à certains pays asiatiques et aux États-Unis. La méthode actuelle de recherche de l'investissement a consisté à faire valoir les capacités des PME canadiennes et leurs besoins de partenariat en matière d'investissement

auprès d'entreprises étrangères principalement établies en Europe de l'Ouest. Dans le cadre des nouveaux efforts, les entreprises seront présentées dans des troupes sectorielles et on fera valoir leurs intérêts en matière de partenariat et d'investissement dans des discussions de groupe et des rencontres privées à l'étranger;

- gestion d'un projet de financement international pour aider les PME de toutes les régions du Canada à obtenir du capital de croissance et l'appui stratégique de financiers internationaux privés. Ce projet aidera les PME à progresser dans la voie du développement et de la commercialisation de la technologie, et à prendre de l'expansion sur le marché international.

Répondre aux préoccupations des investisseurs : continuer d'améliorer le climat d'investissement du Canada

Tous les pays se font concurrence pour attirer de nouveaux investissements internationaux et conserver ceux qu'ils ont déjà. Dans un tel contexte, l'environnement commercial et le climat d'investissement d'un pays revêtent une importance cruciale. Plusieurs facteurs déterminent la qualité du climat d'investissement, entre autres l'accès à des marchés suffisamment importants, la qualité et la productivité de la main-d'œuvre, les coûts du capital, les niveaux d'imposition, l'infrastructure commerciale et la politique économique des pouvoirs publics. D'autres facteurs moins tangibles entrent aussi en jeu, comme la qualité de vie et la politique sociale.

Ces dernières années, le Canada a fait beaucoup pour renforcer ses atouts commerciaux en améliorant son environnement fiscal et macro-économique, en négociant un meilleur accès aux marchés par l'intermédiaire de l'ALENA et de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et en facilitant les voyages d'affaires grâce à l'accord « Ciels ouverts ». Cependant, il reste encore des obstacles quand on compare le climat d'investissement du Canada à celui de ses concurrents. Si le Canada veut continuer à attirer l'investissement étranger dont il a besoin, il lui faudra s'attaquer systématiquement et avec persévérance aux principaux obstacles qui sont mentionnés par les investisseurs actuels et potentiels. Cela exigera une action délibérée du gouvernement en vue :

- de mesurer et d'évaluer dans quelle mesure l'environnement actuel peut attirer et retenir l'investissement;

- d'évaluer l'incidence des changements apportés aux politiques publiques et au comportement des entreprises sur la compétitivité du Canada comme lieu d'investissement;
- de comparer régulièrement le Canada, dans les secteurs prioritaires, avec ses principaux concurrents;
- de cerner avec précision les obstacles qui réapparaissent continuellement et de prendre des mesures, notamment en renseignant les investisseurs à ce sujet, afin de s'attaquer aux obstacles qu'il est possible de réduire ou d'éliminer.

Établir des partenariats entre les gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux et le secteur privé afin d'attirer et de conserver l'investissement

Tous les gouvernements cherchent à attirer les investissements. Au Canada, les pouvoirs publics provinciaux et municipaux se font concurrence pour attirer les investisseurs internationaux. Si du point de vue de ces investisseurs cette concurrence est saine, la course à l'investissement rend plus difficile la collaboration entre les parties, à moins de cibler des projets où toutes pourront trouver leur intérêt et mettre en commun des efforts complémentaires. Or, dans le cadre de la nouvelle stratégie déployée, le Premier ministre a cherché à obtenir l'appui des provinces et des municipalités d'une part et de chefs d'entreprise et de représentants syndicaux d'autre part.

Sciences et technologie

Plus on assiste à la mondialisation des échanges, plus les sciences et la technologie (S-T) acquièrent de l'importance pour la compétitivité des entreprises et, de façon plus générale, pour le bien-être économique et social du Canada. Les entreprises canadiennes ont déjà facilement accès à des données scientifiques et technologiques de partout dans le monde ainsi qu'à des technologies de traitement et de fabrication de calibre international.

La politique du gouvernement en matière de sciences et de technologie, énoncée dans le document intitulé *Les Sciences et la technologie à l'aube du XXI^e siècle*, résume l'orientation générale et les grandes lignes de la stratégie de la façon suivante :

« Le Canada n'est qu'un acteur parmi beaucoup d'autres sur la scène internationale des sciences et de la technologie. Dans de nombreux domaines qui influent sur la qualité de vie, comme l'environnement,

la santé et l'avancement des connaissances, l'envergure et la portée des efforts en S-T reposent de plus en plus sur la collaboration internationale entre les chercheurs, les institutions et les administrations publiques.

Les partenariats de R-D avec l'étranger ont des retombées qui dépassent de beaucoup les avantages commerciaux ou autres qu'en retirent les partenaires en raison de la diffusion rapide de la technologie vers d'autres intervenants, y compris les entreprises et les spécialistes de l'industrie. L'effet à plus long terme est d'accroître la capacité technique du secteur industriel dans son ensemble.

Comme prolongement de leur mandat touchant les affaires intérieures, les ministères et les organismes fédéraux adopteront des plans détaillés en vue de promouvoir la collaboration internationale en matière de S-T au profit des entreprises canadiennes. En outre, ils mettront au point des méthodes bien précises pour recueillir et diffuser des renseignements scientifiques et techniques provenant des quatre coins du globe. Les missions canadiennes à l'étranger joueront un rôle de premier plan à cet égard. »

Le gouvernement s'attachera à améliorer le réseau international des sciences et de la technologie, qui regroupe des conseillers du domaine et des spécialistes du développement technologique en poste dans des missions dans les grands pays industrialisés, de même que des délégués et des agents commerciaux occupant des postes stratégiques. Ce réseau a été constitué en vue de fournir aux entreprises canadiennes des services directs et indirects en matière de S-T avec l'appui des ministères et des organismes gouvernementaux ayant une vocation scientifique. Les gouvernements provinciaux se sont également engagés à mettre au point des plans d'action pour renforcer la coopération internationale en matière de S-T.

Voici une liste des priorités du gouvernement sur ce front :

Acquérir les meilleures technologies

Dans le monde actuel, caractérisé par une économie mondiale de plus en plus ouverte et de plus en plus axée sur les connaissances, une entreprise qui veut réussir doit absolument se procurer les meilleures technologies. Les entreprises qui ne

parviennent pas à se hisser au niveau de leurs concurrents du point de vue du progrès technique, voire à les dépasser, éprouvent bien souvent de la difficulté à commercialiser leurs produits ou services. Par ailleurs, les entreprises ont besoin de repères extérieurs pour comparer leurs procédés et leurs méthodes de fonctionnement et évaluer les compétences qui leur sont propres. Ces renseignements sont essentiels à l'élaboration d'un plan stratégique de croissance à long terme. Les ministères et organismes gouvernementaux continueront donc d'aider les entreprises à repérer, sur le marché, les meilleures méthodes et procédés susceptibles de leur permettre de remporter des contrats à l'étranger.

Améliorer l'acquisition et la diffusion des données sur la technologie

Les entreprises doivent être à l'écoute des besoins toujours nouveaux des clients, et à l'affût des changements touchant les conditions du marché, les normes, les règlements et les tendances technologiques afin de conserver et d'accroître leur part de marché au pays et à l'étranger. Les agents de développement de la technologie et les agents commerciaux canadiens devront donc s'attacher plus précisément à répondre aux besoins des entreprises canadiennes, en améliorant la diffusion des données sur la technologie auprès des entreprises, en les aidant à découvrir et à exploiter les possibilités technologiques et commerciales, et en les mettant en garde contre les risques.

Élargir le Réseau canadien de technologie

Le Réseau canadien de technologie a pour mission de donner aux PME canadiennes rapidement accès à toutes sortes de services qui répondront à leurs préoccupations d'ordre technologique. En 1996, le réseau comptait déjà plus de 300 organisations canadiennes, dont chacune était capable d'aider les entreprises clientes dans des domaines techniques ou commerciaux particuliers. Le développement d'une composante internationale du réseau permettra aux membres et aux clients d'exploiter des sources de renseignements sur les technologies et sur les affaires partout dans le monde.

Établir des normes industrielles

On revoit actuellement la participation du Canada à l'établissement des normes internationales de manière à améliorer la diffusion de l'information de pointe aux entreprises canadiennes, à donner aux entreprises de meilleures chances de contribuer à l'élaboration des normes internationales et à faciliter l'homologation internationale des produits canadiens.

Contribuer à l'essor des sciences et de la technologie

Beaucoup de PME doivent en grande partie leur performance sur les marchés étrangers au fait qu'elles suivent de près l'évolution des sciences et de la technologie. Nos capacités technologiques et la perception qu'ont les étrangers de la communauté scientifique canadienne interviennent de façon subtile dans la détermination des paramètres de la demande extérieure. Cela est particulièrement vrai des produits intermédiaires tels que les pièces et les composants, que les PME fabriquent souvent pour des créneaux particuliers, d'où leur importance. La perception que les étrangers ont des compétences du Canada dans le domaine des sciences et de la technologie a également une incidence sur le flux des investissements provenant de l'étranger. Le gouvernement et ses partenaires du secteur privé auront à relever le double défi de promouvoir les sciences et la technologie sur le territoire national et à l'étranger dans toutes les enceintes qui s'y prêtent.

Favoriser la participation à des programmes internationaux de recherche et de développement

Le gouvernement continuera de conclure des accords internationaux qui favorisent la participation des établissements canadiens des secteurs privé et public aux programmes internationaux de R-D. On peut citer à ce titre l'Accord Canada-Communauté européenne pour la coopération scientifique et technologique. Cet accord facilite la participation des entreprises, universités et instituts de recherche canadiens aux consortiums européens de R-D créés dans le cadre du Programme de l'Union européenne sur la recherche et le développement technologique.

Priorités en matière de politique commerciale

En ce qui a trait à la politique commerciale, le gouvernement s'est fixé les grandes priorités suivantes.

Gérer la relation économique Canada-États-Unis

La relation économique entre le Canada et les États-Unis demeure la plus complexe et la plus importante qui soit entre deux pays. Plus de 80 p. 100 des exportations canadiennes sont destinées au marché américain et les États-Unis représentent 65 p. 100 de l'investissement étranger direct au Canada. Aussi la gestion de cette relation doit-elle demeurer la grande priorité du Canada.

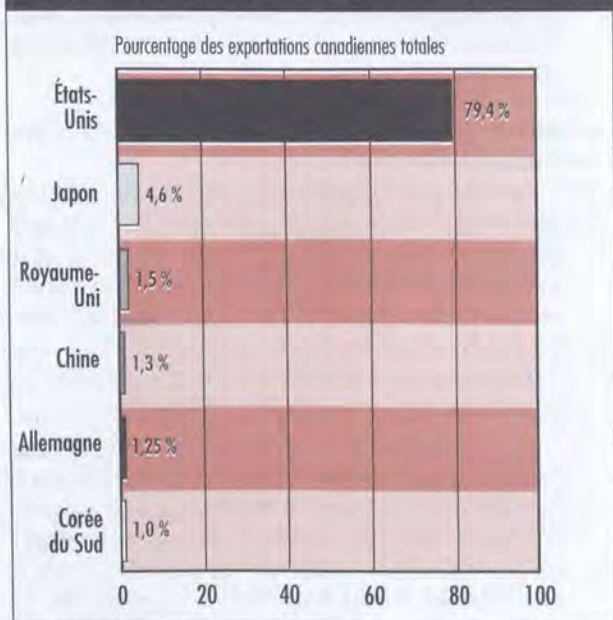
Bien que, globalement, la relation bilatérale ait été très profitable, elle nécessite une gestion attentive pour défendre les intérêts du Canada. Le gouvernement continuera de travailler à la résolution d'un certain nombre de points qui, à l'heure actuelle, mettent les relations bilatérales à l'épreuve.

Le Canada attache la plus haute priorité à trouver des solutions propres à réduire la possibilité de différends avec les États-Unis sur des questions comme les subventions, le dumping et le recours à des mesures de rétorsion en présence de ces pratiques. En faisant des représentations et en cherchant à former des coalitions, le gouvernement essaie de créer un climat favorable au changement. Le gouvernement cherchera par ailleurs à améliorer l'accès aux marchés publics du gouvernement américain et à élargir l'éventail de possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes de services financiers. Il s'efforce concurrentiellement de développer et de renforcer, en concertation avec l'industrie, les partenariats technologiques entre organisations des secteurs public et privé.

Créer une Organisation mondiale du commerce efficace

L'Organisation mondiale du commerce est la pierre angulaire du régime commercial général résultant des négociations commerciales multilatérales de l'Uruguay Round. L'un des principaux objectifs de l'OMC est d'instaurer un climat commercial mondial stable caractérisé par la transparence et le respect des règles — toutes choses essentielles pour un pays commerçant comme le Canada.

Figure 4
Principaux marchés d'exportation du Canada, 1995



Source : Statistique Canada

Le plus important objectif de la politique commerciale multilatérale que poursuivra le gouvernement sera de veiller à la mise en œuvre intégrale et efficace des accords conclus sous l'égide de l'OMC. À cet égard, le Canada continuera de soutenir l'OMC en tant qu'institution ayant le pouvoir d'imposer des règles et la capacité de superviser le fonctionnement du système d'échanges multilatéraux et de mener des négociations multilatérales. Une autre grande priorité sera de veiller à l'intégrité et à l'efficacité du mécanisme de règlement des différends prévu par l'OMC.

Le Canada se prononce également clairement en faveur de l'élargissement de l'OMC à d'autres pays dans des conditions susceptibles de garantir aux fournisseurs canadiens de produits et de services un accès plus large et plus prévisible à leur marché intérieur, sous réserve du respect des règles établies par l'OMC. Les négociations se poursuivent actuellement avec des pays comme la Chine, Taïwan, l'Ukraine, la Russie et l'Arabie saoudite.

Au nombre des autres priorités du gouvernement à l'égard de l'OMC, mentionnons :

- assurer le suivi des ententes issues de l'Uruguay Round et, là où ce sera possible, accélérer l'entrée en vigueur des dispositions prévues dans ces ententes;
- mener à bien l'ambitieux programme de négociations déjà en cours dans des domaines comme les télécommunications, les services financiers, l'informatique, les marchés publics, le commerce et l'environnement et s'entendre avec les autres pays pour en entamer de nouvelles dans d'autres domaines importants (par exemple les droits de douane, l'agriculture et les subventions);
- restreindre la portée des pratiques protectionnistes nationales qui minent les gains difficilement obtenus sur le plan de l'accès au marché. À cet égard, le Canada continue de demander un examen des questions qui surgissent en matière de commerce et d'investissement et relativement au commerce et à la politique de concurrence. Il voudrait aussi que les pays trouvent de nouvelles façons de réduire les barrières résultant de la prolifération des normes relatives aux produits. En ce qui concerne le commerce et l'environnement, le Canada appuie les travaux menés pour faire en sorte que les règles et les politiques en vigueur dans ces différents domaines soient cohérentes et compatibles avec les objectifs de la libéralisation des échanges commerciaux;
- parvenir à une plus grande cohérence dans l'élaboration de la politique économique dans son ensemble (commerce, politique monétaire et finances) grâce à une coopération accrue entre l'OMC, le Fonds monétaire international (FMI) et la Banque mondiale;
- mieux intégrer les pays en développement aux grands courants commerciaux mondiaux, ce qui signifie notamment promouvoir l'assistance technique comme un moyen de mieux faire connaître les règles de l'OMC et les obligations des pays parties à l'Organisation.

Améliorer les règles internationales régissant l'investissement étranger direct et les pratiques anticoncurrentielles

Le Canada continuera d'appliquer une stratégie « à multiples volets » visant l'amélioration des règles internationales qui régissent l'investissement étranger direct et les pratiques anticoncurrentielles. Cette stratégie se fonde sur les objectifs suivants :

- négocier une nouvelle série d'accords bilatéraux de protection de l'investissement étranger (APIE) avec les pays en développement et les pays dont l'économie est en transition. Le Canada a signé un certain nombre d'ententes de ce type avant 1994, en s'inspirant du modèle de l'époque. On a depuis conçu un nouveau modèle d'entente qui tient compte des nouvelles obligations découlant de l'ALENA et d'autres accords internationaux. Neuf accords de ce type ont été signés, et trois sont en voie de l'être. Des négociations sont par ailleurs en cours avec 24 autres pays, dont la Chine, l'Indonésie et l'Inde;
- faire aboutir les négociations, au sein de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) pour en arriver à un accord multilatéral sur l'investissement. En mai 1995, le Canada a appuyé la décision des ministres de l'OCDE d'entamer des négociations en ce sens au sujet de l'accès, de la protection et du règlement des différends entre tous les pays de l'OCDE. Divers nouveaux points non visés par les accords existants seront à l'ordre du jour (par exemple les questions du protectionnisme technologique et de l'extra-territorialité). Les négociations devraient prendre fin en juin 1997;
- encourager par le biais d'accords internationaux une plus grande vigilance à l'égard des agissements anticoncurrentiels éventuels des grandes multinationales;
- appliquer les lignes directrices de l'OCDE et du forum de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC) sur la coopération technologique internationale pour que les programmes nationaux de soutien des sciences et de la technologie puissent être régis par des règles claires et transparentes, compatibles notamment avec le principe du traitement national;

- réaffirmer le bien-fondé des dispositions de l'OMC visant le règlement des différends relatifs aux relations commerciales en veillant à éviter des mesures en matière de commerce et d'investissement susceptibles de contrevenir aux règles de l'Organisation.

Élargir le réseau canadien de partenaires de libre-échange

Le gouvernement fédéral continuera d'élargir son réseau de partenaires libre-échangistes et d'assurer aux entreprises exportatrices canadiennes un meilleur accès aux marchés internationaux. Les différentes mesures à prendre à cette fin sont les suivantes :

- extension de l'ALENA à d'autres pays : pour préserver l'ouverture sur l'extérieur et le dynamisme de cet accord, les gouvernements du Canada et du Chili ont poursuivi leurs négociations en vue de conclure un accord bilatéral de libre-échange non seulement en vue d'accroître leurs échanges commerciaux et leurs investissements mutuels, mais également pour préparer à terme l'adhésion du Chili à l'ALENA;
- échéancier de l'Accord de libre-échange des Amériques (ALEA) : au sommet de Miami de décembre 1994, les dirigeants de 34 pays du Nouveau-Monde, dont le Canada, ont convenu de fixer à 2005 la date limite pour les négociations de l'ALEA.

Les groupes de travail constitués dans la perspective de cet Accord, qui se concentrent pour la plupart sur les questions de politique commerciale, ont recensé les lois et règlements actuellement en vigueur dans les pays concernés en vue de déterminer les questions à aborder dans le cadre des négociations. Les 11 groupes de travail en question ont circonscrit les domaines suivants : accès aux marchés, régimes douaniers et règles d'origine, normes et obstacles d'ordre technique au commerce, mesures sanitaires et phytosanitaires, investissements, services, droits de propriété intellectuelle, subventions, mesures anti-dumping et droits compensateurs, politique en matière de concurrence, marchés publics et économies de petite taille.

Notre position est que nous en sommes parvenus, avec nos partenaires de l'ALEA, à un point où il est temps de définir avec précision la portée de l'accord envisagé ainsi que l'échéancier afin que les négociations puissent démarrer dans les plus brefs délais. Le Canada ne ménage pas ses efforts pour faire avancer les choses en cette phase préliminaire afin que le défi puisse être relevé d'ici la date limite arrêtée par les dirigeants en 1994.

- APEC : en 1997, le Canada accueillera le forum de Coopération économique Asie-Pacifique. Les points culminants seront les réunions, en novembre, des ministres des affaires étrangères et du commerce des pays membres et des responsables des affaires économiques. Le rôle du Canada sera de s'employer tout au long de l'année à faire avancer la libéralisation du commerce et des investissements. Il sera en outre chargé des activités de promotion de la coopération économique et technique. Grâce à un redoublement d'efforts en vue d'accroître les exportations vers cette région du monde, qui bat tous les records de croissance, le forum de l'APEC de 1997 deviendra synonyme de création d'emplois et de croissance pour le Canada. Parallèlement, le Canada fera tout ce qui est en son pouvoir pour concrétiser l'engagement pris par les dirigeants réunis au sein de l'APEC d'établir une zone de libre-échange dans la région Asie-Pacifique d'ici 2020.
- Accord de libre-échange Canada-Israël : le 31 juillet 1996, l'honorable Art Eggleton, ministre du Commerce international, et Natan Sharansky, ministre israélien de l'Industrie et du Commerce, ont signé l'Accord de libre-échange Canada-Israël. Cet accord permettra aux produits industriels d'entrer en franchise dans les deux pays. Les exportateurs canadiens bénéficieront en outre de la réduction ou de l'élimination des tarifs douaniers sur les produits agricoles. Cet Accord met les exportateurs canadiens sur un pied d'égalité avec leurs concurrents américains et européens, qui bénéficiaient déjà d'accords de libre-échange avec ce pays. L'Accord signé avec le Canada entrera en vigueur le 1^{er} janvier 1997.
- Tisser des liens plus solides avec l'Union européenne (UE), tout en veillant à ce que les relations du Canada avec l'Europe pour tout ce qui touche au commerce, à la technologie et à l'économie continuent d'être soutenues au niveau

bilatéral. On envisage des consultations entre les hommes et les femmes d'affaires du Canada et ceux de l'Union européenne qui devraient permettre aux chefs d'entreprises de part et d'autre de formuler des recommandations précises en vue d'améliorer le commerce transatlantique et d'accroître les investissements mutuels.

Développement durable et commerce international

Un des principaux objectifs de la première stratégie du MAECI en matière de développement durable sera d'appuyer les programmes de promotion du commerce international. Cette stratégie aura en partie pour objet d'aider les exportateurs canadiens à comprendre les nouveaux impératifs environnementaux et à agir en conséquence. Dans cette perspective, on pourrait par exemple envisager un programme de formation des délégués commerciaux visant à les familiariser avec les enjeux du développement durable. Des mesures pourraient par ailleurs être prises pour soutenir les PME qui souhaitent adopter des normes de gestion environnementale. En plus de favoriser une synergie entre le commerce et l'environnement par le biais d'interventions dans le cadre de l'OMC et d'autres enceintes internationales, la stratégie canadienne en matière de développement durable vise à continuer de garantir aux Canadiens l'accès à des marchés d'exportation vitaux.

Renseignements

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

ÉTATS-UNIS

Introduction

Au cours des trois dernières années, les exportations vers les États-Unis ont été le moteur de la croissance économique et de la création d'emplois au Canada. Les États-Unis sont non seulement le plus important marché du Canada, mais aussi celui qui connaît l'expansion la plus rapide, puisque sa valeur a pratiquement doublé entre 1991 et 1995, passant de 106 milliards de dollars à 202 milliards de dollars. Cela signifie qu'au cours de chacune de ces quatre années, les exportateurs canadiens ont bénéficié de nouveaux marchés sur le territoire américain, dont la valeur globale équivalait à celle des exportations annuelles totales du Canada vers l'ensemble des autres pays membres de l'OCDE. L'ensemble des échanges de biens et de services entre les deux pays est à l'origine de plus de 1,5 million d'emplois au Canada et représente une contribution directe de 28 p. 100 au PIB du pays.

La proximité de ce marché, son accès relativement facile, les similitudes du point de vue de la langue, de la culture et du système juridique ainsi qu'une demande visant presque tous les types de biens et de services produits par les entreprises canadiennes sont autant de facteurs qui font du marché américain le débouché idéal pour les particuliers ou les entreprises qui font leurs premières armes sur un marché d'exportation.

Les dernières statistiques sur l'investissement donnent une bonne idée de l'importance des relations financières entre les deux pays. Les investissements directs des États-Unis au Canada, à hauteur de 113 milliards de dollars en 1995, représentaient la plus large part, soit 67 p. 100 de l'ensemble des investissements étrangers directs, qui atteignait 168 milliards de dollars à la fin de 1995. De même, à la fin de 1995, les investissements directs du Canada aux États-Unis, de 76 milliards de dollars en tout, représentaient la part la plus importante, soit 54 p. 100 des 142 milliards de dollars d'investissements canadiens directs à l'étranger.

Enfin, les États-Unis demeurent le plus important marché de l'industrie canadienne du tourisme. En 1995, 13 millions d'Américains sont venus au Canada, soit une augmentation de 3,1 p. 100 par rapport à 1994, et les recettes ainsi produites totalisaient 4,8 milliards de dollars, soit 9,2 p. 100 de plus qu'en 1994.

Contexte commercial

Poussées par la mondialisation des marchés et la révolution technologique, les industries américaines continuent sur la voie de la rationalisation et du redressement en vue de soutenir adéquatement la concurrence de plus en plus vive à laquelle elles font face à l'étranger et sur le marché intérieur. Les entreprises américaines n'hésitent pas à regarder au-delà de leurs frontières pour se procurer des produits, des technologies et des services ou pour conclure des alliances stratégiques avec des partenaires qui les aideront à rester compétitives, offrant ainsi de nouvelles occasions d'affaires aux entreprises canadiennes. Si les États-Unis demeurent une destination clé pour les produits manufacturés traditionnels, de plus en plus de fournisseurs canadiens de produits et de services à base de connaissances se tournent également vers les États-Unis pour assurer leur croissance.

La libéralisation croissante du commerce qui découle de la conclusion d'accords comme l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis (ALE) et l'Accord de libre-échange nord-américain ou de la création de l'Organisation mondiale du commerce a consolidé et renforcé les liens commerciaux déjà étroits que le Canada entretient avec son voisin du Sud. Allié au maintien d'un taux de change favorable, l'accès plus facile aux marchés résultant de ces accords ouvre de nombreux débouchés pour les entreprises canadiennes, en particulier les petites et moyennes entreprises.

Les réductions des droits de douane prévues dans l'ALE qui se poursuivent en vertu de l'ALENA devraient ouvrir encore davantage le marché américain aux fournisseurs canadiens de matières premières, de produits manufacturés et de biens de consommation. La plupart des droits existants auront été abolis en janvier 1998.

L'ALENA a poursuivi l'effort de libéralisation substantielle accompli en vertu de l'ALE dans les secteurs d'activité à forte valeur ajoutée comme l'environnement, les services commerciaux et professionnels, les technologies de l'information, la biotechnologie, les produits et services médicaux et de soins de santé, ainsi que les techniques de fabrication et les matériaux de pointe. Plus particulièrement, l'accès des entreprises canadiennes aux marchés du gouvernement fédéral américain s'est amélioré. Les entreprises de construction et les fournisseurs de matériaux de construction peuvent maintenant présenter des soumissions en réponse aux appels d'offres du gouvernement américain portant sur d'importants marchés de construction.

Secteurs prioritaires

Les objectifs du Programme de l'expansion des affaires aux États-Unis du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ont été revus de façon à mettre davantage l'accent sur une approche globale de promotion du commerce, des services et de l'investissement. Le programme accorde maintenant la priorité aux activités à forte intensité de connaissances et à valeur ajoutée, comme la production et la diffusion d'information et de renseignements sur les marchés par des moyens électroniques, la promotion d'alliances stratégiques et d'apports technologiques et la préparation accrue des PME à l'exportation. Le programme est centré sur les secteurs prioritaires suivants : technologies informatiques (matériel et logiciel); environnement; services commerciaux et professionnels; biotechnologie; télécommunications; industries culturelles.

Technologies informatiques

La demande de matériel informatique est importante et vise les processeurs, les mémoires et le matériel périphérique comme les supports d'information, les imprimantes, les écrans de visualisation, les unités graphiques, les périphériques d'entrée et les systèmes robotiques. Le marché du logiciel est encore plus vaste et comprend notamment les logiciels de base, c'est-à-dire les logiciels des systèmes d'exploitation, les interfaces graphiques « intelligentes » et les programmes utilitaires; la téléinformatique et les systèmes ouverts; la technologie client-serveur; les systèmes de gestion de bases de données; les didacticiels et les progiciels de gestion; les nouvelles technologies associées à Internet et les

services aux utilisateurs; les serveurs de télécommunications pour l'intégration informatique-téléphonie; sans oublier la gamme des produits et services multimédias.

Avec son réseau Web, Internet est le segment qui connaît la croissance la plus rapide. Pour mieux évaluer l'importance du phénomène, il suffit de penser à la guerre que se livrent Netscape, les promoteurs du nouveau langage de programmation Java, Microsoft et les autres géants de l'informatique pour positionner leurs produits sur ce marché de taille. Les terminaux « passifs » d'ordinateur personnel ne devraient pas tarder à faire leur apparition, le temps de résoudre quelques problèmes techniques ayant trait à des questions de réseaux de transmission, de langages de traitement et d'accès à un plus grand nombre de centres de stockage de l'information, éventuellement par l'entremise des téléviseurs et des réseaux de câblodistribution.

Avec ses 30 millions d'habitants, le Canada constitue un secteur de la technologie de l'information d'une valeur de 50 milliards de dollars, qui emploie 343 000 spécialistes. Dans le contexte de l'ALENA, ce marché doit faire l'objet d'une stratégie dynamique pour accroître la part du Canada dans les services d'impartition fournis aux géants américains des marchés du matériel et du logiciel. De façon générale, ce sont de petites entreprises qui assurent la prestation de ce genre de services et 70 p. 100 d'entre elles ne comptent pas plus de neuf employés (situation typique dans l'industrie canadienne).

Parmi les autres tendances importantes, mentionnons le fait que les principaux processeurs sont en train de devenir plus rapides, plus petits et plus éconergétiques. Ces progrès sont essentiels pour améliorer la vitesse d'accès à Internet et étendre sa largeur de bande de même que pour répondre à la demande croissante de traitements couleurs et graphiques. On peut aussi s'attendre à d'importants changements sur les marchés des canaux de fibres optiques, marchés estimés à 500 millions de dollars en 1996, et qui devraient atteindre 10 milliards de dollars d'ici l'an 2000, grâce aux gains réalisés sur le front de la productivité, des capacités et de la performance des produits et des services.

Au cours de la même période, les détaillants de produits et de services informatiques devraient continuer à réaliser des profits intéressants, dans la mesure où ils réussiront à exploiter pleinement les innovations des principaux concepteurs comme Microsoft.

Environnement

Le marché américain reste important et à la pointe et il offre d'immenses possibilités aux entreprises canadiennes. Les divers segments du marché parviennent à maturité, mais il y aura toujours des créneaux importants pour les nouvelles technologies. Parce qu'elles sont en mesure d'offrir ces nouvelles technologies et qu'elles ont les compétences voulues, les entreprises canadiennes sont dans une position unique pour répondre à cette demande.

Selon les estimations courantes, l'industrie américaine de l'environnement est un marché d'une valeur de plus de 180 milliards de dollars américains. Ce chiffre devrait atteindre 207 milliards de dollars américains d'ici la fin de la décennie, avec un taux de croissance annuel de 4 p. 100. La valeur actuelle des exportations canadiennes à destination des États-Unis dans le secteur de l'environnement est d'environ 1,3 milliard de dollars, et ce montant pourrait augmenter de 20 p. 100 au cours des prochaines années.

Le degré d'engagement et les dépenses des entreprises, du gouvernement fédéral et des gouvernements des États demeurent étroitement liés. Le processus est dans une large mesure tributaire de la réglementation, mais le Congrès et l'Environmental Protection Agency (EPA) parlent de la nécessité sinon de déréglementer du moins de repenser la législation dans ce domaine. La responsabilité des politiques et pratiques environnementales sera déléguée aux États et à l'industrie elle-même.

Dans les années qu'il reste avant la fin du siècle, les domaines qui connaîtront la plus forte croissance sont les suivants : technologie; matériel et services associés à la gestion de l'eau; sources d'énergie respectueuses de l'environnement; technologie de procédés et techniques de prévention; mesures correctives axées sur le développement économique; évaluations des risques; analyses coûts-avantages. La privatisation des services environnementaux qui est envisagée, en particulier la distribution et le traitement de l'eau à l'échelon municipal, présente également des possibilités. Il existe aussi des débouchés sur les marchés internationaux, surtout pour ce qui est des infrastructures de gestion de l'eau et des déchets, domaines dans lesquels les entreprises canadiennes possèdent le savoir-faire nécessaire et pourraient envisager des partenariats avec des entreprises américaines.

Services

L'entrée en vigueur de l'ALE et de l'ALENA a contribué à créer de nouveaux débouchés de taille pour les entreprises canadiennes de services tant dans le secteur privé que dans les marchés publics aux États-Unis. Le marché des services commerciaux et professionnels demeure très vigoureux. Les entreprises canadiennes réussissent à vendre leurs services sur ce marché extrêmement concurrentiel grâce à un taux de change avantageux, mais aussi en raison de leurs qualités exceptionnelles — méthodes novatrices, aptitude à agir rapidement et à exploiter les marchés à créneaux, excellente réputation et expérience internationale. En 1995, les services exportés aux États-Unis ont atteint 19 milliards de dollars.

Le secteur des services commerciaux, professionnels et éducationnels couvre un large éventail de sous-secteurs : comptabilité, génie-conseil, consultation en gestion, services scientifiques, architecture, construction, géomatique, services juridiques, conception, services du personnel, services et conseils en informatique, services d'enseignement et de formation, services de sécurité, services financiers, communications, transports et logistique, distribution (gros et détail) et soins de santé. Ces services sont en général vendus aux entreprises plutôt qu'aux consommateurs. Sur l'ensemble des exportations canadiennes dans le monde, les services commerciaux et professionnels arrivent au deuxième rang, derrière les véhicules automobiles, et représentent la plus importante composante du commerce des invisibles avec les États-Unis. On estime à 60 p. 100 la part des services canadiens exportés à destination des États-Unis. Étant donné que la société nord-américaine est appelée à demeurer une société essentiellement axée sur les services, on s'attend à ce que le secteur tertiaire demeure extrêmement porteur, tant au Canada qu'aux États-Unis.

Biotechnologie

L'industrie américaine de la biotechnologie est constituée de 1 300 entreprises, qui emploient environ 103 000 personnes. Leur répartition selon le domaine de spécialisation est la suivante : produits thérapeutiques — 35 p. 100; diagnostic — 28 p. 100; sous-produits issus de la biotechnologie et fournitures pour la biotechnologie — 18 p. 100; biotechnologie agricole — 8 p. 100; autres domaines de la biotechnologie — 11 p. 100. En 1995, l'industrie de

la biotechnologie des États-Unis affichait un chiffre d'affaires de plus de 9 milliards de dollars américains et l'on prévoyait un taux de croissance de 25 p. 100 par an jusqu'en 2001, année où les ventes devraient dépasser 40 milliards de dollars américains.

Les entreprises américaines du domaine médical, biotechnologique et pharmaceutique continuent d'être à l'affût des possibilités de partenariat, de fusion ou d'acquisition et d'alliance stratégique avec d'autres entreprises du monde entier ainsi qu'avec des centres de recherche universitaire ou spécialisée. On assiste par conséquent à un nouveau phénomène, l'intégration des activités des organisations vouées à la recherche médicale et des organisations axées sur le développement. Cette restructuration a créé de nombreux nouveaux débouchés pour les entreprises canadiennes. De fait, les entreprises américaines reconnaissent la compétence du Canada dans des domaines comme le traitement des personnes atteintes du cancer ou du sida, la cartographie des gènes, les essais cliniques, le développement de médicaments à cible définie, l'identification des gènes et les biotechnologies agricoles et environnementales; elles n'hésitent pas à s'associer avec des entreprises canadiennes du secteur.

L'investissement étranger dans des entreprises canadiennes de biotechnologie et dans des entreprises connexes a oscillé entre 75 et 100 millions de dollars par an depuis 1994. Les entreprises américaines continuent d'établir au Canada des filiales et des usines de fabrication spécialisées, et d'investir dans des organismes de recherche sous contrat, des centres d'essais cliniques et autres projets du genre. Le Canada est un lieu de travail très attrayant pour l'industrie de la biotechnologie en raison des mesures fiscales propres à favoriser la recherche et le développement, du haut niveau de scolarité et de compétence de sa population active, d'un taux de change favorable et de la synergie qui est créée dans le secteur de la biotechnologie dans de nombreuses régions du pays. La Direction générale de l'expansion des affaires aux États-Unis fait la promotion active de ces avantages auprès de partenaires américains potentiels afin que l'industrie canadienne puisse bénéficier des investissements, des alliances, des partenariats et des capitaux à long terme dont elle a besoin pour atteindre son plein potentiel.

Télécommunications

Le Canada est le deuxième fournisseur en importance (derrière le Japon) du marché américain des télécommunications. Les importations représentent 27 p. 100 de ce marché de 12 milliards de dollars et la part du Canada est de plus de 20 p. 100. Pour les fournisseurs canadiens, les États-Unis sont le principal marché d'exportation. De fait, la très grande majorité des fabricants canadiens du secteur exportent certains de leurs produits aux États-Unis.

Les États-Unis continueront d'offrir de nombreuses possibilités aux entreprises canadiennes. Par exemple, la tendance à mettre en place des câbles à fibres optiques au niveau local entraînera une croissance aussi bien pour les équipements à fibres optiques que pour l'installation de nouveaux réseaux. Le développement des services de communications personnelles sans fil stimulera la demande de matériel pour station de radio fixe, de systèmes d'antennes de satellite et de nouveaux matériels de télécommunications sans fil pour abonnés. La forte croissance du marché des produits de consommation se maintient grâce à l'utilisation accrue d'Internet, à une augmentation annuelle de deux millions du nombre des abonnés de la câblodistribution et de huit millions du nombre des abonnés à la téléphonie cellulaire.

Du point de vue de l'investissement, le Canada constitue un choix intéressant pour l'installation de centres téléphoniques desservant l'ensemble du marché nord-américain. Il y aura des retombées favorables pour le nouveau sous-secteur canadien de l'intégration informatique-téléphonie.

Industries culturelles

Le secteur américain des arts et de la culture est un secteur d'activité vivant et dynamique. Il comprend les arts visuels et les arts d'interprétation; l'édition; l'enregistrement sonore; l'industrie cinématographique et les productions télévisuelles. Il s'agit d'un marché très lucratif pour les industries canadiennes du divertissement. Les exportations de biens et services culturels devraient totaliser près de trois milliards de dollars pour l'année 1995-1996. Aujourd'hui, grâce aux ventes qu'elle réalise aux États-Unis, l'industrie canadienne de l'édition est parmi les premières du secteur culturel, avec un chiffre d'affaires de 120 millions de dollars en 1993-1994, sous forme de vente de droits d'auteur et de produits finis. Le tournage au Canada de productions

cinématographiques étrangères, en particulier américaines, est une autre activité importante du secteur de la culture. D'après les données de la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne, les producteurs étrangers ont dépensé environ 502 millions de dollars pour tourner des films au Canada en 1994. D'énormes possibilités s'offrent aussi à l'industrie canadienne dans le domaine de l'enregistrement sonore et des arts d'interprétation et dans le secteur des arts visuels.

Le marché américain constitue le prolongement naturel du marché intérieur canadien, aussi les industries canadiennes bénéficient-elles manifestement d'un avantage concurrentiel par rapport aux autres pays quand il s'agit de conclure des marchés avec les États-Unis. La proximité et une culture commune sont d'autres raisons de forger des liens commerciaux solides avec des partenaires américains. Dans tous les secteurs de l'industrie, le fait que le Canada soit différent des États-Unis offre d'excellentes possibilités pour les années à venir. Dans l'*Examen de la politique étrangère du Canada*, le gouvernement reconnaît l'importance du rayonnement des valeurs et de la culture du Canada pour favoriser l'implantation d'entreprises canadiennes dans le monde. Cette mesure a un effet positif sur la croissance des exportations de produits et de services culturels canadiens.

Autres secteurs

Les États-Unis demeurent un marché qui compte pour les produits plus traditionnels, dont le commerce a atteint sa maturité comme les ressources naturelles, les produits manufacturés et les biens de consommation. Un certain nombre d'initiatives axées sur le développement du commerce, comme la participation aux grandes foires commerciales et à des missions au Canada et à l'étranger, seront mises sur pied pour favoriser une présence soutenue des industries canadiennes sur le marché.

Petites et moyennes entreprises

Le MAECI joue un rôle de premier plan dans la Stratégie du gouvernement pour l'emploi dont l'un des grands objectifs est de doubler le nombre d'exportateurs actifs d'ici l'an 2000. Le but de l'initiative est avant tout de répertorier les PME intéressées par les débouchés à l'étranger et de les aider à se préparer à exporter. Comme la plupart des PME acquièrent d'abord leur expérience des marchés internationaux en pénétrant le marché américain, la Direction générale de l'expansion des affaires aux

États-Unis a vocation à travailler en étroite collaboration avec les PME prêtes à exporter en leur fournissant des renseignements précis sur les marchés et en les incitant à participer à une large gamme d'activités de promotion.

Le Programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), qui s'adresse exclusivement aux PME, est un élément clé de la réalisation de cet objectif. En plus de donner des renseignements pratiques sur les formalités complexes de l'exportation, le Programme permet aux entreprises d'avoir un contact concret avec le marché américain. Une bonne introduction au marché américain prépare les nouveaux exportateurs à franchir une autre étape et à s'aventurer ensuite sur les marchés mondiaux. Le principal objectif est d'amener de nouveaux participants à prendre part aux activités organisées par la Direction générale de l'expansion des affaires aux États-Unis. Le MAECI fournit aussi aide et conseils aux PME qui participent à des programmes canadiens de développement des exportations comme le NEXPRO (Programme à l'intention des nouveaux exportateurs) et le FITT (Forum pour la formation en commerce international). Près de 73 p. 100 des entreprises ayant participé l'an dernier aux activités de promotion de la Direction générale exportaient pour la première fois.

Tourisme

La création de la Commission canadienne du tourisme (CCT) fournira à l'industrie canadienne du tourisme un nouveau tremplin pour pénétrer le marché d'exportation le plus important du Canada : celui des États-Unis.

En 1995, le Canada a accueilli 13 millions de voyageurs en provenance des États-Unis et les recettes générées s'établissaient à 4,8 milliards de dollars. Afin d'illustrer l'importance de ce marché, la CCT a consacré des ressources financières de plus de 19 millions de dollars aux États-Unis ainsi que des fonds additionnels découlant de possibilités de partenariat avec l'industrie canadienne du tourisme. Dans le cadre du Programme de l'expansion des affaires aux États-Unis, le personnel chargé du tourisme à l'administration centrale du Programme et le personnel des missions en poste aux États-Unis fourniront de l'information sur le marché et offriront une série de programmes et d'activités de marketing touristique pour le compte de la CCT et d'autres intervenants de taille de l'industrie canadienne du tourisme.

Investissements

Les États-Unis demeurent, et de loin, le plus important des investisseurs étrangers au Canada et une source d'innombrables possibilités commerciales dans des domaines comme l'investissement dans des installations nouvelles, les partenariats stratégiques, les échanges de technologies et la sous-traitance. Récemment, l'investissement américain direct au Canada a surtout pris la forme de capitaux propres, de titres de créance et d'autres mécanismes de financement complexes.

Dans l'ensemble, les entreprises américaines qui investissent au Canada veulent acquérir des technologies de premier plan, réduire leurs coûts de production ou renforcer leur position sur le marché. Compte tenu du grand nombre de filiales (7 500) qu'ils possèdent au Canada, les États-Unis constituent une masse critique dont l'effet sur l'évolution de l'investissement au Canada est considérable. Les États-Unis sont aussi à l'origine des deux tiers des investissements étrangers directs au Canada, dont une grande partie provient du réinvestissement des profits réalisés par les entreprises exerçant des activités dans les secteurs du bois, du papier, du matériel de transport, des métaux et des minéraux. (En 1995, sur un total estimatif de 15 milliards de dollars en IED au Canada, 12 milliards provenaient des États-Unis.)

Parmi les entreprises américaines ayant investi tout récemment au Canada, on retrouve des entreprises pharmaceutiques et des entreprises de biotechnologie, en particulier celles qui font de la R-D ou qui participent à des essais cliniques; des entreprises de services commerciaux, qui vont des fournisseurs et des entreprises de services administratifs aux grandes sociétés du secteur des services ainsi qu'aux centres téléphoniques; des entreprises spécialisées dans les logiciels et les multimédias; des entreprises d'assemblage et de production au moment adéquat. Les entreprises américaines sont également à la recherche de possibilités d'investissement dans des domaines comme l'électronique, les technologies de l'information, l'industrie automobile et le secteur agroalimentaire, pour ne citer que quelques exemples.

Les missions du Canada aux États-Unis mettent l'accent sur divers objectifs : appariement des besoins locaux et des capacités canadiennes dans des créneaux encore inexplorés, maintien ou expansion des activités canadiennes, promotion de coentreprises ou d'alliances stratégiques au moyen d'initiatives proactives dans les secteurs prioritaires, visites de groupes d'entreprises à vocation technologique ou commerciale, collaboration avec des intermédiaires financiers, participation aux activités du programme Extension au Canada et aux États-Unis, réponse à des demandes de renseignements individuelles sur les possibilités d'investissement et les débouchés commerciaux.

On cherchera en priorité à favoriser une démarche de type Équipe Canada¹ auprès des organismes provinciaux et locaux de développement économique, afin d'appuyer les efforts de promotion de l'investissement du MAECI.

Des efforts particuliers sont faits pour établir des relations avec des spécialistes américains du repérage d'emplacements stratégiques afin de les sensibiliser aux atouts du Canada, car ils ont vraiment la capacité d'influer sur les décisions de leurs clients en matière d'investissement, champ d'action encore inexploité jusqu'ici. Un plan stratégique est en cours d'élaboration à cette fin. De même, le développement d'un secteur privé proactif disposant de fonds propres aidera les PME canadiennes du domaine technologique à attirer les capitaux nécessaires à leur croissance et à obtenir un appui stratégique.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction générale de l'expansion
des affaires aux États-Unis
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-5726
Télécopieur : (613) 944-9119

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

¹ La formule Équipe Canada a pour objet de mieux servir les entreprises canadiennes, grâce à des initiatives novatrices menées en partenariat avec les provinces et le secteur privé, en vue de pénétrer les marchés internationaux.

EUROPE

Introduction

L'Europe est un grand marché de 750 millions de consommateurs. On y retrouve à la fois des pays prospères et des pays en restructuration. Les premiers offrent des possibilités immédiates pour les entreprises canadiennes qui peuvent accroître leurs ventes à l'exportation, attirer l'investissement étranger et collaborer à des activités de recherche et de développement. Les autres représentent de nouveaux débouchés qu'on ne pourra exploiter qu'en s'armant de patience et en prenant tout le soin requis. Tous les efforts axés sur l'Europe ouvrent une gamme étendue de possibilités à exploiter au fil des ans. Il convient de considérer les pays prospères comme un tremplin d'où l'on pourra s'aventurer dans les pays voisins en restructuration.

Les pays prospères : une foule de possibilités

La France, les Pays-Bas, la Belgique, le Luxembourg, l'Espagne, le Portugal, l'Allemagne, le Liechtenstein, l'Autriche, la Suisse, le Royaume-Uni, l'Islande, la Suède, la Finlande, la Norvège, le Danemark, la Turquie, l'Italie, la Grèce et l'Irlande.

Introduction

Les pays prospères de l'Europe, qui comptent 400 millions de consommateurs, sont les plus grands importateurs de biens et de services dans le monde, puisqu'ils absorbent environ 46 p. 100 des importations mondiales de marchandises et 52 p. 100 des importations mondiales de services. Avec le marché américain, le marché européen est donc l'un des marchés les plus vastes, les plus riches et les plus raffinés au monde. Regroupés, ces pays constituent la plus grande source d'investissement au monde; ils sont aussi des chefs de file en matière de R-D scientifique et les principaux partenaires commerciaux du Canada après les États-Unis. Les exportations canadiennes vers cette région se caractérisent par une proportion considérable de biens à forte valeur ajoutée et par un volume élevé de services aux entreprises. Sept des 12 premiers marchés d'exportation de marchandises du Canada font partie de cet ensemble géopolitique. En plus de demeurer un marché essentiel pour les petites et moyennes entreprises canadiennes, ces pays, malgré leur niveau actuel de développement économique, présentent encore un bon potentiel de croissance.

En 1995, la valeur de l'ensemble des marchandises canadiennes exportées vers les pays prospères de l'Europe a atteint 42,3 milliards de dollars. Bien qu'il y ait eu, depuis 1988, une baisse des exportations de certaines catégories de produits alimentaires, de matières premières non comestibles et de produits manufacturés, les exportations de produits manufacturés et de produits finis à forte valeur ajoutée ont progressé de façon constante.

L'Europe arrive au deuxième rang des sources d'investissement étranger direct au Canada, et également au deuxième rang des destinations de l'investissement canadien à l'étranger. L'investissement étranger direct de l'Europe au Canada a plus que doublé de 1985 à 1995, pour atteindre 40 milliards de dollars, soit 22 p. 100 de l'ensemble des IED au Canada. De plus, une part croissante de l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) a été réalisée ces dernières années en Europe. Entre 1985 et 1995, l'IDCE en Europe a quadruplé pour atteindre 28 milliards de dollars, ou 20 p. 100 de tout l'IDCE.

Les pays prospères de l'Europe sont des chefs de file mondiaux en matière de sciences et de technologie et c'est en leur sein que le Canada trouve des partenaires dans le domaine de la technologie. Collectivement, ces pays d'Europe assument environ le tiers des dépenses mondiales de R-D scientifique et technologique. Des laboratoires financés par des fonds publics canadiens et européens participent actuellement à plus de 300 projets de collaboration scientifique. En outre, le Canada et l'Union européenne ont récemment signé un accord de collaboration en sciences et en technologie qui permettra aux entreprises, aux universités et aux instituts de recherche canadiens de s'associer à des partenaires européens pour présenter des propositions de projets de recherche et de développement technologique (RDT) dans le contexte du quatrième Programme-cadre de recherche et de développement technologique de 1994-1998 de la Commission européenne.

Les déplacements touristiques ont enregistré une croissance annuelle moyenne de plus de 3 p. 100 depuis cinq ans; plus de 2,14 millions d'Européens ont passé au moins une nuit au Canada et y ont effectué des dépenses dont le total est évalué à 1,93 milliard de dollars, soit environ 20 p. 100 des recettes touristiques internationales du Canada. Les visiteurs venant de pays qui constituent des marchés primaires du Canada — Royaume-Uni, France et Allemagne —

ont effectué 70 p. 100 des séjours d'au moins une nuit contre 15 p. 100 pour les personnes originaires des pays constituant des marchés secondaires — Suisse, Italie et Pays-Bas.

Contexte économique

Les pays prospères de l'Europe, dont quatre sont des pays du G-7, à savoir le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France et l'Italie, sortent graduellement d'une récession. Selon les prévisions de l'Organisation de coopération et de développement économiques relatives au produit intérieur brut, ces quatre pays devraient connaître une croissance modeste en 1997. Or, pour faible qu'elle puisse paraître, cette croissance n'en engendre pas moins d'importantes possibilités additionnelles pour les exportateurs canadiens du seul fait de la taille considérable de ces économies. Par exemple, une augmentation de 1,5 p. 100 du PIB de l'Allemagne, qui se chiffre à 2,5 billions de dollars, représente 37,5 milliards de dollars.

En raison des gouvernements stables et démocratiques qui les dirigent, de leur économie de marché, de leur revenu élevé par habitant et de leurs systèmes commerciaux fondés sur des règles, ces pays continueront de ne présenter que de très faibles risques pour les exportateurs et les investisseurs canadiens éventuels, particulièrement pour les PME. La création de l'Organisation mondiale du commerce en janvier 1995 améliore encore la situation.

Le regroupement de l'Union européenne en un marché unique présente d'énormes défis pour le Canada, dont un renforcement de la concurrence, des barrières non tarifaires et de la compétition pour attirer l'investissement étranger. En revanche, le marché unique, doté bientôt d'une monnaie unique, favorisera la croissance et stimulera la demande d'importations. Cette situation créera de meilleures possibilités encore pour le Canada. L'image de la « Forteresse Europe » s'estompe graduellement à mesure que la libéralisation du commerce, l'économie de marché et la déréglementation deviennent peu à peu la norme.

Débouchés commerciaux

Programmes

Les pays prospères de l'Europe offrent d'importants débouchés aux exportateurs et aux fournisseurs de services canadiens. Grâce aux activités d'envergure qui seront organisées, notamment les foires et les missions, grâce à la promotion de l'investissement, au Programme d'apports technologiques (PAT), aux échanges scientifiques et technologiques, au programme Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS), aux activités lancées à l'initiative des missions et au Programme de promotion du tourisme, on s'attend à ce qu'un plus grand nombre d'entreprises prennent conscience de ce potentiel.

Foires et missions : L'Europe n'est pas seulement l'hôte de foires commerciales nationales, elle accueille aussi des foires commerciales paneuropéennes et internationales qui sont parmi les plus prestigieuses et les plus vastes au monde.

Programmes visant l'investissement, les sciences et la technologie : Au fil des années, les activités d'investissement se sont intensifiées. Les sociétés d'Europe de l'Ouest qui dominent le marché en sont venues à constater que, même si les exportations servent toujours d'assise à la pénétration des marchés, l'investissement et, récemment, les alliances stratégiques, sont de plus en plus nécessaires pour établir et protéger leur part d'un marché étranger ainsi que l'avantage concurrentiel dont elles bénéficient.

La stratégie européenne des programmes visant l'investissement et la technologie s'articule autour des objectifs suivants : Faire valoir l'intérêt du Canada comme destination d'investissement; favoriser les alliances stratégiques entre les entreprises canadiennes et européennes dans des secteurs choisis de haute technologie à valeur ajoutée, notamment le traitement des eaux usées, la géomatique, les logiciels, les déchets dangereux, etc.; promouvoir les acquisitions et les transferts de technologies entre les entreprises et encourager les projets de R-D entre les organismes canadiens et européens.

Programme NEXOS : Auparavant, ce programme éducatif qui s'adresse aux PME était destiné uniquement aux nouveaux exportateurs qui se lançaient sur le marché européen. En 1995, la portée du programme NEXOS a été élargie et tous les marchés

étrangers peuvent désormais être ciblés. Cependant les critères d'admissibilité au programme font actuellement l'objet d'une redéfinition et les frais que doivent assumer les participants ont augmenté.

Programme de promotion du tourisme : Avec la création de la nouvelle Commission canadienne du tourisme en 1994, d'importants montants de promotion du tourisme sont consacrés à l'Europe. La stratégie de commercialisation porte essentiellement sur les marchés primaires (Royaume-Uni, France et Allemagne), les marchés secondaires (Suisse, Italie et Pays-Bas) et le développement de nouveaux marchés (Autriche, Belgique et Espagne).

Les pays en restructuration : prêts à faire des affaires

La République tchèque, la Slovaquie, la Croatie, la Hongrie, la Pologne, l'Estonie, la Lettonie, la Lituanie, l'Albanie, la Bulgarie, la Roumanie, la Russie, l'Ukraine, la Bosnie-Herzégovine, la République fédérale de Yougoslavie, l'ex-République yougoslave de Macédoine, la Fédération de Russie, l'Asie centrale (Kazakhstan, République kirghize, Turkménistan, Ouzbékistan, Tadjikistan), le Caucase (Arménie, Géorgie, Azerbaïdjan).

Introduction

Les pays en restructuration de l'Europe correspondent aux pays qui sont passés d'une économie planifiée à une économie de marché. Sont compris dans cette catégorie les anciens pays communistes et les nouveaux pays créés depuis la chute du Rideau de fer. Ils sont peuplés de plus de 400 millions d'habitants.

Principaux enjeux

Les principaux défis que présentent les pays en restructuration de l'Europe sont les suivants :

- passage d'une économie dirigée à une économie de marché, qui s'articule autour de programmes de privatisation en rapide évolution;
- financement bilatéral (des lignes de crédit canadiennes sont maintenant offertes à de nombreux pays);
- existence de devises inconvertibles;
- rétablissement des rapports entre les économies régionales (unions douanières comme l'Accord de libre-échange d'Europe centrale [CEFTA] et accords d'association avec l'Union européenne);

- politiques commerciales protectionnistes afin de protéger les industries locales;
- taux d'imposition élevés et bureaucratie très rigide;
- manque de transparence et lenteur de la mise en application des lois;
- corruption.

Débouchés commerciaux

Bien que les possibilités puissent varier d'un pays à l'autre, les secteurs d'exportation les plus prometteurs dans la région sont les suivants : agroalimentaire, informatique et télécommunications, environnement, transports, construction, pétrole et gaz, électricité et énergie, industries liées aux produits chimiques et à la métallurgie, traitement du bois, mines, développement de l'infrastructure.

Il y a aussi des possibilités pour l'investissement et l'acquisition de technologies dans les industries liées aux produits chimiques et à la métallurgie, dans l'industrie alimentaire, dans le secteur du textile et du vêtement et dans le secteur du cuir et de la chaussure.

Programmes

Renaissance Europe de l'Est : Le Programme canadien d'aide technique aux pays d'Europe de l'Est en transition attribue un cadre de priorité élevé aux projets qui facilitent la privatisation d'entreprises et le développement du secteur privé dans ces pays en restructuration. Le programme Renaissance Europe de l'Est (REE) est directement lié à cette initiative. Il s'agit d'un programme de partage des coûts conçu pour aider les entreprises canadiennes à investir dans cette région ou à y établir des coentreprises ou des partenariats. Depuis sa création en 1991, le programme REE a servi à financer 472 projets, d'une valeur totale de 20,2 millions de dollars.

Contexte commercial

Le démembrement de l'ancienne Union Soviétique, l'avènement d'une économie de marché et le passage d'une planification centralisée aux marchés libres ont entraîné un effondrement des structures commerciales et sociales traditionnelles. La transition des anciennes économies communistes dirigées vers de nouvelles économies de marché présente un défi de taille dans cette région. Certains pays sont plus avancés que d'autres et les programmes de privatisation évoluent rapidement, ce qui crée des débouchés pour les entreprises et les investisseurs

canadiens qui se lancent dans des activités entièrement nouvelles ou établissent des coentreprises. Les projets financés par la Banque mondiale, le Fonds monétaire international ou la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD) offrent également des possibilités à exploiter.

Malgré les difficultés, les pays dont l'économie est en restructuration demeureront des marchés importants, avec une population supérieure à celle des pays membres de l'ALENA (400 millions d'habitants, comparativement à 373 millions), des ressources naturelles abondantes (particulièrement en Russie) et une assise industrielle établie. Cependant, l'assise industrielle et l'infrastructure de mise en valeur des ressources ont besoin de rénovations importantes et, par conséquent, de capitaux d'investissement et de compétences considérables. L'ampleur de la pauvreté, de la désorganisation sociale et de la peur de l'avenir qui sévissent dans la région a engendré de graves problèmes de criminalité et de corruption.

À mesure que les pays en restructuration s'adaptent à l'économie de marché, la réduction de la dette devient l'objectif primordial, ce qui favorise la conclusion d'ententes de financement bilatéral. Le fait que la République tchèque ait entièrement remboursé sa dette au FMI est particulièrement digne de mention. Le Canada commence à mettre des lignes de crédit à la disposition des entreprises exportant dans les pays qui ont fait le plus de progrès. La plupart des devises sont inconvertibles, mais un grand nombre de pays de la région sont en train de prendre des mesures pour que leur monnaie devienne convertible dans un proche avenir.

Les pays dont l'économie est en restructuration se transforment rapidement pour harmoniser leur marché avec ceux des pays prospères de l'Europe, dans le but, à long terme, de faire partie de l'Union européenne, mais divers obstacles persistent — politiques commerciales protectionnistes, taux d'imposition élevés et bureaucraties extrêmement rigides. Les pays de la région cherchent activement à adhérer ou à se rattacher à des organisations multilatérales comme l'OMC, le FMI, la Banque mondiale, l'OCDE et l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN); ils veulent aussi négocier des ententes sur des régimes tarifaires particuliers, sur la double imposition et sur l'investissement et l'assurance. La Hongrie est partie à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) depuis 1973.

Pour réussir sur ce marché, il faut absolument maîtriser les risques économiques et politiques inhérents au commerce avec la région. Il est important de bien se préparer. Divers services — études de marché, services juridiques, services de vérification comptable et autres services de soutien — sont maintenant offerts aux entreprises occidentales dans la plupart des capitales et des grandes villes. Cependant, les autorités locales exigent leur part et affirment leurs droits en matière de prise de décision, d'imposition et de propriété territoriale. Les gens d'affaires doivent aussi traiter avec les organismes de réglementation, le fisc et les administrations qui régissent l'import-export. L'entrée en vigueur des nouvelles lois ne se fait pas rapidement, et l'absence de transparence est la norme. Néanmoins, la transition d'une économie dirigée à une nouvelle économie de marché s'est amorcée, avec la perspective d'une réduction des obstacles au commerce. À mesure que les pays de la région passent à l'économie de marché, les possibilités d'investissement et les débouchés pour les entreprises canadiennes devraient être très favorables.

Marchés de l'Europe de l'Ouest

Les principaux secteurs offrant des débouchés en Europe de l'Ouest sont les suivants, par pays.

France

Les relations économiques entre la France et le Canada ont connu une période de croissance sans précédent en 1995-1996. La France est le septième partenaire économique du Canada et le commerce bilatéral a dépassé cinq milliards de dollars en 1995. Les exportations canadiennes vers la France ont fait un bond de plus de 41 p. 100 en une seule année. Nos relations commerciales sont centrées sur les secteurs de pointe comme l'aéronautique, les transports, l'appareillage électrique et l'équipement mécanique, les télécommunications, la biotechnologie et l'agroalimentaire. Une relation parallèle se développe rapidement dans les services, dont le secteur du tourisme est l'élément moteur. La bonne tenue relative du franc contribue à l'attrait des exportations canadiennes et du Canada comme marché d'investissement. La France qui est l'un des chefs de file européens dans le domaine des sciences et de la technologie, pourrait être un partenaire privilégié pour le secteur canadien de la R-D. La France représente également un solide marché pour les produits culturels canadiens et les possibilités de croissance y sont considérables dans le domaine des technologies de la cinématographie et du multimédia.

La France est maintenant le quatrième investisseur direct au Canada, avec un portefeuille dont la valeur, qui s'est multipliée par 3,5 depuis 10 ans, a dépassé cinq milliards de dollars en 1995. Les investissements canadiens en France ont aussi décuplé depuis 10 ans et atteignent maintenant près de deux milliards de dollars. Les secteurs prioritaires pour une collaboration économique future avec la France sont la technologie de l'information, notamment le multimédia, ainsi que l'industrie de l'environnement et l'industrie des transports. Le développement soutenu d'alliances stratégiques et de liens avec le secteur privé est une autre priorité pour l'avenir, la participation des PME devenant de plus en plus importante.

Benelux (Pays-Bas, Belgique et Luxembourg)

Le Benelux qui a reçu des exportations canadiennes de 3,5 milliards de dollars en 1995 (1,8 milliard de dollars vers les Pays-Bas et 1,7 milliard vers la Belgique), et avec lequel les échanges bilatéraux ont atteint 5,2 milliards de dollars est un marché vaste et attrayant pour les exportateurs canadiens. Cette région, qui est également une source importante de partenaires pour l'investissement, la technologie et les alliances stratégiques et un bassin de touristes, constitue par ailleurs un point d'entrée intéressant vers les marchés de l'Union européenne, comme en témoignent les quelque 150 entreprises canadiennes qui y sont établies.

L'investissement direct du Canada au Benelux s'élève à quatre milliards de dollars et 7,1 milliards de dollars sont investis en contrepartie au Canada par les pays de cet ensemble économique. Les produits agroalimentaires et les matières usinées comme le bois, le papier, les métaux, les produits chimiques et les textiles représentent plus de la moitié des marchandises canadiennes exportées vers cette région. Les débouchés sont prometteurs pour les produits finis comme les produits pharmaceutiques, les fournitures médicales et le matériel médical, le matériel de télécommunications et l'équipement connexe, les machines industrielles, le matériel de transport, les instruments industriels, le matériel de bureau et divers produits de consommation, notamment les articles de sport et de loisirs. Parmi les autres domaines offrant des possibilités, on note la défense, la sécurité civile, les technologies environnementales, les logiciels grand public et les services aux entreprises.

Péninsule ibérique (Espagne et Portugal)

L'Espagne est le 10^e importateur et la 10^e puissance industrielle dans le monde; son PIB se chiffrait à 697 milliards de dollars en 1995. Elle est le 19^e marché d'exportation du Canada (628 millions de dollars en 1995). L'Espagne se compose d'un ensemble de marchés régionaux rattachés aux deux principaux pôles d'attraction que sont Madrid et Barcelone. Les activités commerciales canadiennes s'appuient sur l'exportation de matières premières et de produits semi-finis comme les produits des mines, les pâtes et papiers, les combustibles minéraux, les produits du bois et les produits de la pêche. Pour améliorer la part canadienne du marché espagnol, les entreprises canadiennes doivent s'y tailler une place dans un créneau particulier, tout en gardant à l'esprit la concurrence que représentent pour elles les membres de l'Union européenne. Il existe des débouchés intéressants dans ses secteurs suivants : produits et services liés à l'environnement, transports, télécommunications, appareillage électrique et équipement mécanique, produits agroalimentaires, combustibles minéraux et pétrole, construction et services aux entreprises.

Depuis que le Portugal a adhéré à l'Union européenne en 1986, la composition de son commerce international a changé. Ses échanges avec l'Union européenne ont augmenté et représentent désormais près de 75 p. 100 du commerce total du pays. Néanmoins, le pays est devenu un partenaire commercial important pour les entreprises canadiennes qui occupent des créneaux particuliers : télécommunications, produits et services liés à l'environnement, technologies de l'information, logiciels et conception en informatique, services techniques. Disposant d'un fonds spécial (de plus de 30 milliards de dollars américains) jusqu'en 1999 et stimulé par le besoin de moderniser toutes les facettes de son infrastructure, le Portugal est devenu un pays de débouchés commerciaux. Avec des ventes de biens et services de près de 300 millions de dollars en 1995, les sociétés canadiennes qui ont pris le temps d'explorer ce marché ont obtenu de bons résultats. Le Portugal amorce aussi un processus de privatisation important, qui ouvre des possibilités d'alliances stratégiques et d'ententes de coentreprises avec des conglomerats portugais et européens. Par ailleurs, Lisbonne sera l'hôte en 1998, de la dernière exposition internationale du siècle. Un certain nombre d'entreprises canadiennes ont déjà tiré profit de cet

événement à venir, mais il y a d'autres possibilités, particulièrement dans le domaine du matériel et des services multimédia, dans celui du logiciel et du matériel informatiques et dans la production de manifestations importantes.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction de l'Europe de l'Ouest
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-8269
Télécopieur : (613) 995-5772

Marchés de l'Europe du Nord

L'Europe du Nord représente un marché tout aussi diversifié que les pays eux-mêmes. Alors que certains pays comme le Royaume-Uni sont dotés d'une économie très évoluée et constituent des partenaires commerciaux de longue date, d'autres, comme les pays baltes, sont de petits marchés naissants. Les pays nordiques prennent place entre ces deux types de marchés distincts, chacun présentant des possibilités d'investissement et des débouchés commerciaux importants pour les sociétés canadiennes. Voici quels sont les principaux secteurs porteurs, selon le pays.

Royaume-Uni

Le Royaume-Uni occupe une place privilégiée dans le réseau de relations commerciales que le Canada entretient en Europe. C'est le premier marché d'exportation du Canada en Europe et le troisième à l'échelle mondiale, après les États-Unis et le Japon. Le Canada y trouve aussi sa plus grande source européenne d'investissements et son principal bassin de touristes. Le Royaume-Uni est par ailleurs notre principal partenaire pour les échanges militaires.

Fortement peuplé, le Royaume-Uni, qui compte 56 millions d'habitants, dépend largement des importations et manifeste une prédilection pour les produits nord-américains. Il constitue un marché de taille pour les produits primaires canadiens et un marché en expansion pour les produits manufacturés et les services. Il représente par ailleurs le point d'entrée principal et le plus prometteur de l'Union européenne pour un grand nombre de producteurs canadiens de biens manufacturés. En 1995, le commerce bilatéral de marchandises a atteint 9,2 milliards de dollars, dont 3,7 milliards de dollars de marchandises canadiennes.

Le Royaume-Uni est la deuxième source d'investissement étranger direct au Canada, avec des fonds évalués, en 1995, à 16,5 milliards de dollars. Les investissements sont concentrés dans la fabrication (principalement la transformation des aliments et les produits chimiques), le commerce de gros et de détail, les finances, l'immobilier, d'autres services aux entreprises et l'énergie. À la fin de 1995, l'investissement canadien direct au Royaume-Uni s'établissait à 13 milliards de dollars.

Débouchés commerciaux

Les secteurs énumérés ci-après offrent les meilleures possibilités d'activité commerciale au Royaume-Uni.

Technologie de pointe

Les exportations de produits de haute technologie vers le Royaume-Uni continuent d'augmenter rapidement. Plusieurs secteurs offrent des possibilités sur le marché de la technologie de pointe, le marché des petits bureaux à domicile étant considéré comme l'un des plus porteurs. L'utilisation et le développement d'Internet sont des pôles d'activité très dynamiques, favorisés par la croissance rapide des fournisseurs de service Internet et par l'offre sur le marché de modems peu coûteux et de services de télécommunications concurrentiels. Dans le domaine du logiciel, le Royaume-Uni possède d'excellentes capacités au niveau du marché vertical et des circuits de distribution très évolués, qui présentent de bonnes possibilités de partenariat pour les sociétés canadiennes de logiciels.

Le marché des télécommunications du Royaume-Uni est le plus ouvert d'Europe mais il est aussi extrêmement concurrentiel. Les produits canadiens sont déjà fort bien positionnés sur ce marché, grâce à la présence de sociétés comme Nortel, Mitel, Newbridge, Gandalf, Bell Canada et Videotron. Un créneau se fait jour dans l'intégration ordinateur-téléphone (IOT).

Des organismes britanniques jouent un rôle de premier plan dans les projets maritimes internationaux et les sociétés canadiennes pourraient choisir ce secteur pour prendre de l'expansion à l'échelle mondiale par la voie d'alliances stratégiques.

Le marché de la prévention des incendies et de la sécurité connaît une croissance constante et crée de nombreuses possibilités, à la fois pour les technologies de pointe et pour des moyens permettant d'assurer à moindre coût le même niveau de sécurité

que celui qui est offert par le matériel existant. Le marché de la sécurité à domicile, en particulier, a connu une croissance considérable ces dernières années.

Produits agroalimentaires et produits du poisson

On s'attend à ce que les possibilités se multiplient sur le marché de l'alimentation pour les produits vendus sous étiquette ou marque de distributeur exclusive : boissons gazeuses, yogourt, eau minérale, aliments de collation, pizzas surgelées, biscuits, céréales de petit déjeuner, plats cuisinés réfrigérés ou surgelés, aliments de santé, succédanés à faible teneur calorique, mets ethniques et produits de confiserie.

Le Royaume-Uni continue d'acheter le matériel génétique bovin canadien. En fonction des politiques qui seront adoptées pour l'éradication de la « maladie de la vache folle », il se peut qu'il ait besoin l'an prochain d'un nombre considérable de vaches laitières pour renouveler son cheptel. De plus, le Royaume-Uni demeure un marché important pour le blé, les graines oléagineuses et les légumineuses à grain, ce qui présente d'excellentes possibilités d'activités conjointes pour les sociétés canadiennes.

Le Royaume-Uni est une source importante d'investissement pour le secteur agroalimentaire canadien, et la mission intensifiera ses efforts pour attirer d'autres investissements.

Produits médicaux et produits de biotechnologie et de soins de santé

Le marché du matériel médical du Royaume-Uni est très évolué, mais il y a toujours place pour une nouvelle technologie ou pour des versions améliorées de produits existants pourvu qu'elles soient rentables et offrent un avantage réel. Le Royaume-Uni est à l'avant-garde des progrès dans le domaine de la biotechnologie, car son industrie est la deuxième en importance dans le monde. Plusieurs ententes de partenariats fort fructueuses ont déjà été conclues entre des entreprises du Canada et du Royaume-Uni dans ce domaine et de futures alliances peuvent être envisagées. Londres pourrait être une source valable de capital de risque dans ce secteur.

Services professionnels et éducationnels et services aux entreprises

Le Royaume-Uni est un marché ouvert pour les services aux entreprises et il est devenu le cinquième importateur mondial de services de ce genre. Dans la mesure où le Royaume-Uni abrite les sièges sociaux de nombreuses grandes sociétés internationales de service aux entreprises, il apparaît aussi comme une base européenne importante pour les sociétés étrangères. Les gains canadiens provenant des services aux entreprises du Royaume-Uni ont progressé de 33 p. 100 en cinq ans. Il y a des possibilités sur plusieurs fronts pour les firmes canadiennes du domaine de l'architecture et de la conception, des services environnementaux, du génie-conseil, des conseils aux entreprises, des services de marketing et de la géomatique. Le marché britannique est par ailleurs intéressant pour les maisons de commerce.

Produits de consommation

Les ventes canadiennes de marchandises à l'étranger sont de plus en plus composées de produits et de services à valeur ajoutée. Les exportations canadiennes de produits de consommation à destination du R.-U. étaient évaluées à 200 millions de dollars en 1995. Depuis trois ans, ces exportations ont régulièrement progressé au rythme de 20 p. 100 par an. Les sociétés canadiennes fournissent des produits dans la majorité des domaines inclus dans la définition générale des produits de consommation, et certaines catégories affichent des résultats particulièrement satisfaisants. C'est le cas des vêtements (en particulier les vêtements féminins), des chaussures, des jouets et des jeux. Les produits qui ont le plus de succès sont habituellement des produits haut de gamme à forte valeur ajoutée dans leurs marchés respectifs.

Programmes et produits de défense

La politique d'approvisionnement du ministère de la Défense du Royaume-Uni a ouvert les marchés publics du pays à la concurrence internationale. Ce pays se tourne de plus en plus vers le matériel « de série ». Il y a une demande de simulateurs de matériel aérien et terrestre, de systèmes de communications, de logiciels et de produits utilisés dans le domaine de la sécurité des systèmes, d'avions à réaction de transport régional à distance franchissable accrue, d'articles de vêtement spécialisés, de produits conçus pour assurer la sécurité des transports et

toute une gamme d'autres matériels et services. Les exigences actuelles de la recherche pour la défense sont, dans une large mesure, associées à des capteurs, à des armes « intelligentes », à la guerre électronique et à des systèmes d'information de commande.

Matériel utilisé dans le domaine environnemental

Le gouvernement du R.-U. accorde beaucoup d'importance à l'utilisation des moyens qu'offre la technologie pour dépolluer l'environnement. Des secteurs clés dans lesquels les sociétés canadiennes pourront trouver un créneau sont les produits uniques pour la décontamination du sol, les technologies spécialisées pour le traitement de l'eau et le lavage des gaz.

Produits utilisés en foresterie

Les débouchés ne sont pas négligeables, car le Royaume-Uni a recours à l'importation pour combler plus de 80 p. 100 de ses besoins en produits dérivés du bois à valeur ajoutée. Des possibilités particulières s'offrent dans une gamme étendue de groupes de produits spécialisés en bois massif comme le pin dressé et les bois ressemblant au pin, le bois d'œuvre d'épinette pour le marché des meubles en pin et les systèmes canadiens de fenêtres composés d'un double vitrage et d'un cadre en bois recouvert de vinyle ou d'aluminium. Il importe de signaler que le Royaume-Uni a adopté des règlements de construction qui accroissent la nécessité d'économiser l'énergie. Les autres produits qui offrent des possibilités sont les produits en bois de haute technologie et les panneaux de copeaux longs utilisés dans les maisons préfabriquées, mieux acceptées aujourd'hui au Royaume-Uni.

Pétrole et gaz

Le marché du Royaume-Uni pour le matériel et les services utilisés dans l'industrie pétrolière et gazière demeure l'un des plus actifs au monde. Les débouchés commerciaux permanents dans ce secteur découlent de l'exploration et de l'exploitation des champs de pétrole et de gaz de la mer du Nord.

Tourisme

Le Royaume-Uni est le principal marché touristique outre-mer du Canada (soit 30 p. 100 des touristes de l'Europe), et les visites d'au moins une nuit progressent de 5,4 p. 100 par an. La tendance à l'augmentation des déplacements sur de longues distances en provenance du Royaume-Uni est encourageante

pour le Canada. Selon les prévisions, l'Amérique du Nord est la destination vers laquelle le nombre de vols longue distance en provenance du Royaume-Uni augmentera le plus rapidement dans les cinq prochaines années.

Le développement d'autres produits dans une gamme étendue de groupes de produits plus spécialisés est également prometteur. Font partie de ce créneau : les aventures douces en plein air (activités dans des centres de villégiature ou des hôtels à pavillons, observation de la faune, randonnées équestres ou pédestres); les activités d'hiver (ski, motoneige, déplacements en traîneau à chiens); les activités citadines (festivals, activités culturelles, spectacles, achats, attraits touristiques, sorties dans les restaurants); la visite des diverses régions du Canada et les aventures « dures » en plein air (escalade en montagne, descente en eau vive, expéditions).

Irlande

En 1995, les exportations canadiennes vers l'Irlande étaient évaluées à 190 millions de dollars alors que les importations se chiffraient à 562 millions de dollars. Bien que la population relativement modeste de 3,6 millions d'habitants limite le marché, le Canada commence à voir croître ses exportations grâce à la conjoncture — amélioration très nette de l'économie irlandaise, injection de fonds de l'UE pour la réalisation de grands projets d'infrastructure. Les produits canadiens sont bien adaptés pour les projets de génie civil et pour le réseau léger sur rail de Dublin. La libéralisation et la modernisation du secteur des télécommunications exigeront un nouvel investissement (de l'ordre de 600 millions de dollars) pour le matériel et les services de pointe. En raison des directives de l'Union européenne, des fonds ont été débloqués par l'UE et le gouvernement irlandais pour l'achat de matériel utilisé à des fins environnementales dans le domaine des installations de traitement et du contrôle de la pollution.

L'investissement canadien en Irlande était évalué à 4,4 milliards de dollars en 1995, ce qui situe ce pays au quatrième rang pour l'investissement canadien à l'étranger. Plus de 45 sociétés canadiennes sont maintenant implantées en Irlande, contre 30 en 1990. L'Irlande est maintenant le deuxième exportateur de logiciels au monde, après les États-Unis. Le pays constitue donc un tremplin idéal pour pénétrer les autres marchés européens, le cas échéant par la voie de partenariats avec un concepteur de logiciels

irlandais. Certaines sociétés canadiennes de financement ou d'assurance ont créé des filiales en Irlande pour tirer profit des stimulants destinés au Centre international des services financiers.

Pays nordiques (Danemark, Norvège, Suède, Finlande, Islande)

Les pays nordiques, dont les PIB réunis s'élevaient à 736 milliards de dollars en 1995, ont plus de potentiel pour le Canada sur le plan commercial que leur population totale de 23 millions d'habitants pourrait le laisser croire. Bien que la récession ait entraîné une diminution temporaire des échanges commerciaux, sauf dans le cas de la Norvège, les économies nordiques ont connu une reprise et le commerce entre le Canada et ces pays a augmenté considérablement. Les économies de ces pays devraient continuer de croître en 1997-1998. L'adhésion de la Suède et de la Finlande à l'Union européenne en janvier 1995 n'a pas eu d'effet négatif sur nos relations commerciales bilatérales globales.

Les exportations canadiennes vers les pays nordiques qui affichaient une hausse considérable de 25 p. 100 par rapport à l'année précédente ont atteint 1,5 milliard de dollars en 1995. À elle seule, la Norvège a importé pour 773,7 millions de dollars de marchandises, ce qui en fait le 17^e marché d'exportation du Canada. Les exportations canadiennes se sont diversifiées, environ la moitié étant composée de produits fabriqués pour des secteurs comme ceux du pétrole et du gaz, et des transports. Toutefois, la balance commerciale est en faveur des pays nordiques dans une proportion de 3 pour 1. Les exportations des pays nordiques vers le Canada se sont élevées à 4,5 milliards de dollars en 1995.

Les secteurs suivants offrent d'excellentes possibilités : matériel utilisé dans l'industrie pétrolière et gazière; produits et services de technologie de pointe, dont le matériel de télécommunications et le matériel de défense; biotechnologie, soins médicaux et soins de santé; matériel et services utilisés dans le domaine de l'environnement; systèmes de transport; produits alimentaires; articles de sport et matériel utilisé dans les activités de loisirs.

Environ 80 000 touristes venus des pays nordiques sont entrés au Canada en 1995, soit 8 p. 100 de plus qu'en 1994. L'intérêt accru pour le Canada est stimulé par un niveau de vie élevé (plus élevé qu'au Canada), par les habitudes de déplacement et par la disponibilité de meilleures liaisons aériennes. En

collaboration avec des partenaires canadiens et les missions dans les pays nordiques, la Commission canadienne du tourisme a lancé en 1995 un important programme de développement du tourisme.

Les investissements des pays nordiques au Canada sont considérables (on les évalue à plus de deux milliards de dollars) et ils continuent de croître. La Suède et la Norvège ont d'importants investissements étrangers directs au Canada (pour plus de 1,2 milliard de dollars) dans des secteurs comme le traitement des minerais, la technologie de pointe, la biotechnologie et les finances. Les investissements canadiens dans les pays nordiques demeurent limités à environ 150 millions de dollars.

Pays baltes

Étant donné que ces pays ne sont redevenus que depuis peu des nations souveraines, le Canada n'a pas encore noué de relations commerciales importantes avec l'Estonie, la Lettonie et la Lituanie. Depuis qu'ils se sont détachés de l'Union Soviétique, en 1991, ces pays ont fait de grands progrès dans le renforcement de leur économie. Le commerce bilatéral avec les pays baltes s'élevait en 1995 à 60 millions de dollars.

L'Estonie et la Lettonie qui ont su réaliser avec beaucoup de succès leurs réformes économiques offrent désormais un certain nombre de débouchés prometteurs pour les entreprises canadiennes. Les percées récentes dans le domaine des matériaux de construction confirment qu'un marché important s'est ouvert en Lettonie et en Estonie et, dans une moindre mesure, en Lituanie. Les possibilités dans le secteur des télécommunications semblent fort nombreuses, et un certain nombre de sociétés canadiennes s'activent déjà sur ce front. Une convention fiscale a été conclue avec la Lettonie et l'Estonie, et l'on en négocie une autre avec la Lituanie. Un accord sur la protection des investissements étrangers a été conclu avec la Lettonie.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction de l'Europe du Nord
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-9401
Télécopieur : (613) 995-6319

Marchés de l'Europe centrale

Les principaux secteurs offrant des débouchés en Europe centrale sont les suivants, par pays.

Allemagne

Peuplée de 81,4 millions d'habitants et affichant un PIB de 2,5 billions de dollars, l'Allemagne est la troisième puissance économique mondiale et la première d'Europe. Ce pays qui est aussi le deuxième importateur dans le monde arrive au deuxième rang pour les dépenses liées au tourisme, au troisième rang pour les dépenses de R-D et au quatrième pour les investissements étrangers directs. En résumé, l'Allemagne est un pays riche, qui constitue un partenaire exceptionnel dans le domaine de la technologie et une source importante d'IED.

En 1995, l'Allemagne se classait au cinquième rang des destinations des produits d'exportation canadiens (3,3 milliards de dollars). Au nombre des marchandises expédiées par les Canadiens vers l'Allemagne, on retrouve de la machinerie utilisée dans le secteur des pâtes et papiers, des appareils mécaniques, des scories et des cendres de minerai, des articles en bois, de la machinerie et du matériel électriques et des aéronefs. Le gros de la croissance des exportations de 1991 à 1995 est attribuable à la vente de produits finis à forte valeur ajoutée.

L'Allemagne est la quatrième source d'investissement étranger direct au Canada, puisque 300 sociétés environ appartenant à des intérêts allemands ont des activités au Canada. Ces entreprises emploient plus de 65 000 personnes et versent près d'un milliard de dollars en traitements et salaires, en plus de produire des produits et services d'une valeur de 5,1 milliards de dollars. Le Canada est lui aussi un investisseur important en Allemagne, où de grandes sociétés canadiennes du secteur de l'automobile, des télécommunications et de l'aérospatiale possèdent des éléments d'actifs considérables. De plus, un certain nombre de projets présentent d'alléchantes perspectives d'alliances ou de coentreprises entre les deux pays.

Le Canada est l'une des 10 principales destinations des voyageurs allemands. Ainsi, en 1995, il a accueilli 422 500 visiteurs venus d'Allemagne, soit 15 p. 100 de visiteurs de plus qu'en 1994, qui ont dépensé quelque 448 millions de dollars.

L'Allemagne est le principal partenaire du Canada en Europe dans le domaine de la collaboration scientifique et technique officielle. Les deux pays célébreront cette année le 25^e anniversaire de l'Accord entre le Gouvernement du Canada et le Gouvernement de la République fédérale d'Allemagne relatif à la coopération scientifique et technique. Les chercheurs ont collaboré à plus de 300 initiatives, dans des domaines comme l'agriculture, les sciences aquatiques, l'énergie, l'environnement, la foresterie, les sciences de la terre, les soins médicaux et les soins de santé, les applications des techniques spatiales et les technologies de l'information. L'Accord est encore en vigueur étant donné la nature complémentaire des intérêts et des capacités scientifiques. Concurrentement, la portée de la collaboration reconnaît l'importance de la science et de la technologie comme prélude à la compétitivité économique, à l'investissement et au commerce.

Ce marché est doté d'une infrastructure très évoluée dans le domaine des finances et des communications. Les installations de transports sont excellentes et les services professionnels largement accessibles. Les consommateurs préfèrent manifestement des produits de haut de gamme et disposent d'un revenu qui leur permet de se les procurer. S'ils n'hésitent pas à faire affaire avec des fournisseurs étrangers, ils ont cependant une nette prédilection pour les entreprises établies en Allemagne, particulièrement pour se procurer des services. Aux profits à court terme, les entreprises allemandes préfèrent les stratégies à long terme et la stabilité de leur part du marché. Elles cherchent des partenaires et des fournisseurs qui souhaitent rester sur le marché. L'Allemagne est aussi un excellent endroit d'où l'on peut avoir accès aux marchés voisins, à l'est ou à l'ouest.

Les secteurs qui offrent aux Canadiens d'excellentes possibilités d'accroître leur commerce d'exportation, d'attirer l'investissement étranger, de conclure des alliances stratégiques ou d'instaurer une collaboration dans le domaine de la technologie sont les suivants : logiciels et systèmes informatiques, matériel de télécommunications, logement et matériaux de construction, agroalimentaire, environnement, automobile, géomatique, machinerie, tourisme, produits et appareils médicaux et matériel agricole.

Autriche

Il s'agit d'un petit pays prospère qui présente d'attractantes possibilités pour les intérêts commerciaux canadiens. En 1995, les exportations canadiennes vers l'Autriche étaient de l'ordre de 295 millions de dollars, alors que les importations se chiffraient à 536 millions de dollars. Les produits manufacturés représentaient environ les deux tiers des exportations canadiennes. L'Autriche adhère à l'Union européenne depuis janvier 1995, améliorant ainsi sa position déjà avantageuse de source de partenariats pour les nouvelles entreprises dans les pays d'Europe de l'Est et de l'Ouest. Le pays offre d'intéressants débouchés pour les exportations canadiennes, les coentreprises et le transfert de technologie dans les secteurs de l'aérospatiale, de l'automobile, de la foresterie, de l'informatique et des télécommunications, de l'environnement et de l'agroalimentaire.

Suisse

Les exportations canadiennes étaient évaluées à 550 millions de dollars en 1995, alors que les importations représentaient 763 millions de dollars. Le Canada est la seconde destination outre-mer de choix pour les voyageurs suisses. La Suisse arrive au sixième rang des sources d'investissement étranger direct au Canada. Peuplée de sept millions d'habitants et dotée d'un PIB qui devrait progresser de 1,5 p. 100 en 1997, la Suisse est un pays intéressant pour les affaires. Les principaux débouchés se trouvent dans la technologie et les services liés à l'environnement, les produits de soins de santé, l'informatique et la technologie des télécommunications, les articles de sport et le tourisme.

République tchèque

Pays stable sur le plan politique, la République tchèque continue de susciter un intérêt croissant à l'échelle internationale, à mesure qu'elle ouvre ses marchés et renforce sa réussite économique. Le secteur tchèque de l'automobile a profité d'investissements étrangers et les systèmes de télécommunications ont bénéficié de la privatisation récente de la SPT (l'entreprise de télécommunications de l'État). Si toutes les régions du pays offrent quantité de possibilités dans de nombreux secteurs, pour les Canadiens, les meilleurs débouchés se présentent dans la construction (environnement, agriculture, mines) et dans la remise en état des infrastructures routières et ferroviaires et des installations électriques.

Dans les régions fortement industrialisées de la République tchèque, les pouvoirs publics travaillent à la mise en place de nouveaux règlements sur l'environnement. Il en ressortira d'intéressantes possibilités pour le matériel canadien et les services connexes dans le secteur du traitement des eaux usées, de la lutte contre la pollution atmosphérique et du traitement de l'eau. Dans le secteur des transports, les Tchèques sont dotés depuis longtemps d'une industrie aéronautique dont la privatisation et la restructuration ouvrent des débouchés intéressants pour les exportateurs canadiens. La SEE met plusieurs lignes de crédit à la disposition des exportateurs canadiens. Les principaux défis dans ce pays consistent à trouver le bon partenaire et la bonne méthode d'implantation, dans un contexte juridique, bancaire et comptable en constante évolution. La République tchèque fait maintenant partie de l'OCDE.

Hongrie

Les secteurs qui offrent actuellement les meilleures perspectives commerciales pour les entreprises canadiennes en Hongrie sont les transports, la construction, l'énergie, l'environnement, le développement touristique et les travaux d'infrastructure. De nombreuses occasions d'investissement sont également à saisir, dans des entreprises nouvelles ou dans des coentreprises.

Les projets financés multilatéralement par les banques (Banque mondiale, BERD), les programmes gouvernementaux de privatisation et le domaine des affaires municipales offrent des possibilités d'exportations supplémentaires. Pour ce qui est des autres débouchés, mentionnons les secteurs de l'agriculture, de la formation, de la distribution et du commerce de détail, des services juridiques commerciaux, des soins de santé et de l'administration de la santé, et des industries culturelles. La Hongrie fait maintenant partie de l'OCDE.

Pologne

Les principaux débouchés pour le Canada en Pologne se trouvent dans les secteurs de la construction, des télécommunications, de l'informatique, de la géomatique, de l'agriculture et de la transformation des aliments ainsi que dans le secteur des technologies et services liés à l'environnement. La Pologne offre également des possibilités dans le cadre des projets prévus par la Banque mondiale dans la foresterie, l'énergie, la construction d'autoroutes, les télécommunications, l'acier, les soins de santé et l'équipement

ferroviaire. De plus, la demande de produits pharmaceutiques s'accroîtra vraisemblablement dans les années à venir. La Pologne fait maintenant partie de l'OCDE.

Slovaquie

L'économie de la Slovaquie a franchi le cap critique et, en 1995, le PIB du pays a progressé de 7 p. 100. Ses exportations continuent de croître.

Les secteurs prioritaires pour le Canada sont la construction, l'énergie, les technologies environnementales et les transports.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction de l'Europe centrale
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-2858
Télécopieur : (613) 995-8756

Marchés de l'Europe du Sud

Les principaux secteurs offrant des débouchés en Europe du Sud, sont les suivants, par pays.

Italie

L'Italie est le cinquième marché au monde et le septième partenaire commercial du Canada. En 1995, le commerce bilatéral entre le Canada et l'Italie s'est chiffré à 5,1 milliards de dollars, les exportations canadiennes vers l'Italie atteignant 1,8 milliard de dollars. La majorité de ces exportations étaient des produits de base, mais une proportion croissante est composée de produits fabriqués et de produits et services à valeur ajoutée destinés à des créneaux particuliers.

Les sociétés canadiennes devraient chercher en Italie des partenariats propres à leur donner accès à des technologies de fabrication novatrices et à des capacités de fabrication de machines adaptées au marché de l'UE. D'excellents débouchés se présentent dans les secteurs suivants : technologies de l'information et des communications, technologies environnementales, matériel médical, machinerie pour automobiles, machinerie industrielle.

Turquie

L'économie de la Turquie s'est améliorée considérablement en 1995, où le PIB a fait un bond de 7,5 p. 100. Au cours de la même année, le commerce bilatéral s'est élevé à 436 millions de dollars et la part des exportations canadiennes a atteint 286 millions de dollars, en hausse de 103 p. 100 par rapport à 1994. Outre les produits primaires comme le fer, l'aluminium et le blé dur, le Canada exporte des produits à valeur ajoutée fabriqués, en particulier, par le secteur des télécommunications et celui des transports. Les exportations canadiennes de services vers la Turquie progressent et le Canada est l'un des 10 premiers investisseurs étrangers en Turquie. Par l'intermédiaire de son programme de coopération industrielle, l'Agence canadienne de développement international (ACDI) fournit de l'aide aux entreprises canadiennes qui souhaitent conclure des ententes de partenariat avec le secteur privé turc. Les débouchés ne sont pas négligeables pour les exportateurs canadiens dans le secteur des services et, pour les produits, surtout dans les secteurs de l'agroalimentaire, des technologies de l'information et des télécommunications, de la construction, de la défense, de l'énergie et de l'environnement.

Grèce

Malgré les difficultés économiques actuelles de la Grèce, les exportations présentent un potentiel de croissance en 1997. Le commerce bilatéral s'est chiffré à 190 millions de dollars en 1995 et les exportations canadiennes ont atteint 123 millions de dollars. Au cours des sept à 10 prochaines années, la Grèce recevra un financement considérable de l'ordre de 18 milliards de dollars dans le cadre du programme Delors II de l'UE. "Comme le gouvernement grec versera une somme équivalente, le programme de dépenses devrait dépasser 30 milliards de dollars. Cette somme sera consacrée à un grand nombre de projets d'infrastructure dans les transports, les télécommunications, la technologie de l'information et l'environnement. Les autres secteurs présentant des possibilités sont les suivants : agroalimentaire, produits de consommation, matériel utilisé dans les énergies renouvelables, réseaux électriques, matériaux de construction, engins de chantier, appareillage et machinerie électriques, matériel médical et défense.

Albanie

L'Albanie est le pays le plus pauvre de l'Europe, avec un PIB par habitant d'environ 500 dollars américains. Néanmoins, en 1995, le taux de croissance de 8,6 p. 100 de son PIB, était parmi les plus élevés d'Europe, même s'il faut tenir compte du fait qu'il s'applique à un montant de base très faible. Le gouvernement a réalisé de rapides progrès dans la stabilisation de l'économie, après la chute de ce qui constituait le dernier gouvernement communiste d'Europe de l'Est, en 1991. Le gouvernement actuel est aux prises avec un important déficit budgétaire et l'absence de financement demeure un facteur critique pour ce pays. Pour le Canada, les meilleures possibilités pour le commerce et l'investissement semblent se situer dans le cadre des projets de développement et de remise en état de l'infrastructure financés selon un mode multilatéral ou par la Banque mondiale ainsi que dans le secteur du pétrole et du gaz et dans celui des mines et de la métallurgie. Selon la Banque mondiale, dont les prêts à l'Albanie dépassent maintenant 240 millions de dollars américains, l'infrastructure de ce pays est la moins évoluée d'Europe.

Bulgarie

Bien que la Bulgarie possède un bon potentiel économique et qu'elle ait atteint un niveau d'industrialisation et de distribution des produits plus élevé que plusieurs de ses voisins, la corruption endémique et l'absence d'accès à du financement font obstacle au progrès de la réforme économique. On conseille aux sociétés canadiennes de trouver de bons partenaires locaux compétents et de procéder par étape. Les efforts d'expansion des marchés pourraient être concentrés sur les débouchés qui existent pour les minéraux (zinc, cuivre, chlorure d'aluminium) et pour les pièces de matériel de fabrication. D'autres domaines offrent des débouchés : aliments emballés, transformation et distribution des aliments, matériel de conditionnement, équipement et services de télécommunications, technologie des systèmes d'information géographique et matériaux utilisés pour la construction d'habitations et de bâtiments commerciaux.

Roumanie

Avec un climat politique stable, un marché relativement important de 23 millions d'habitants et une croissance économique continue (6,9 p. 100 en 1995 et 4 p. 100 en 1996), la Roumanie offre de plus en plus de débouchés qu'exploitent les intérêts commerciaux étrangers. Plus de 2 000 sociétés ont

été privatisées et, dans plus de 85 p. 100 des cas, les entreprises ont été reprises par les cadres et les salariés. L'investissement étranger progresse lentement en raison de la complexité et des lenteurs des formalités administratives. Le nombre de sociétés canadiennes menant des activités en Roumanie, sous forme d'investissements ou d'entreprises de distribution et de vente, augmente rapidement. Les fabricants, y compris les sociétés canadiennes, implantées sur ce marché, tirent parti du coût relativement faible de la main-d'œuvre, des bonnes compétences et des marchés importants des environs. Le taux de croissance des importations dépasse 10 p. 100 et il est plus élevé pour les produits de consommation que pour les produits industriels. Les prêts de la Banque mondiale (qui devraient atteindre 400 millions de dollars américains par an) et d'autres investissements étrangers financent actuellement la remise en état de l'infrastructure et de la base industrielle de la Roumanie. Les entreprises canadiennes pourraient exploiter d'importants débouchés (nouveaux ou existants) dans le cadre de projets d'équipement énergétique (tranche 2 du programme de réacteurs CANDU, amélioration des centrales thermiques). Sont également intéressants les secteurs de l'exploitation pétrolière et gazière (restructuration des installations, prospection), de l'infrastructure des transports (aéronefs, amélioration des aéroports, restructuration du réseau ferroviaire), des technologies des télécommunications et de l'information, de la construction et des matériaux de construction, de la protection de l'environnement et la réduction de la pollution, du matériel agricole et de la technologie de transformation des aliments.

Slovénie

La Slovénie, dont le PIB par habitant dépassait à peine 9 000 \$ américains en 1995, a su réussir de façon exemplaire, sa transition vers une économie de marché. Comme elle a conservé le rôle très axé sur le marché et l'exportation qui était le sien dans l'ex-Yougoslavie, le montant de son commerce bilatéral avec le Canada (81 millions de dollars en 1995) rivalise avec la valeur des échanges entre le Canada et des pays d'Europe centrale bien plus importants. La Slovénie a récemment conclu un accord d'association avec l'UE et sera vraisemblablement parmi les premiers des anciens pays communistes à adhérer à cet ensemble géopolitique. La Slovénie compte un ordinateur pour neuf habitants et 46 p. 100 des entreprises slovènes utilisaient des réseaux informatiques en 1995. La Slovénie est aussi un importateur net d'aliments. Les secteurs qui présentent les

meilleures possibilités au chapitre du commerce et de l'investissement pour les entreprises canadiennes sont les transports, l'énergie, les technologies de l'information et l'alimentaire.

Croatie

La Croatie s'est lancée dans un vaste programme de reconstruction et de modernisation et a adopté des réformes financières et juridiques pour renforcer son économie de marché et attirer l'IED. Une bonne partie de ce développement sera financée à l'aide des ressources intérieures de la Croatie, alors qu'une autre partie sera financée par des institutions financières internationales comme la BERD et la Banque mondiale. Il se peut aussi que les régions de la Croatie qui ont subi des dommages pendant le conflit en ex-Yougoslavie bénéficient des efforts de reconstruction associés au processus de paix. La Croatie affiche le taux d'inflation le plus bas (3 p. 100) de la région, sa monnaie est stable et ses réserves de devises étrangères sont de l'ordre de 1,9 milliard de dollars américains. Les principaux débouchés pour les sociétés canadiennes se trouvent dans les secteurs de transports, des communications, de l'énergie, de la construction, du développement touristique et de l'agriculture (y compris les transferts de technologie).

Bosnie-Herzégovine

L'Accord de paix pour la Bosnie-Herzégovine prévoit un effort massif de reconstruction pour le rétablissement de la vie civile normale. La Banque mondiale et la BERD ont réservé 5,1 milliards de dollars américains qui seront débloqués sur trois ans (1996-1998) pour répondre aux besoins prioritaires en Bosnie-Herzégovine et pour les travaux de reconstruction dans les régions de la Croatie ravagées par la guerre. Les débouchés pour les sociétés canadiennes se présenteront très vite, car la clé de voûte de ce programme est justement sa rapidité d'exécution. Les priorités sont les suivantes : reconstruction des installations municipales (réseau d'aqueduc, réseau des eaux résiduaires et installations de chauffage), rétablissement des réseaux d'électricité, de gaz et de télécommunications, déminage, restructuration des systèmes de santé et d'éducation, réparation des logements et reprise de l'activité économique dans l'agriculture et l'industrie. Pour participer au programme de reconstruction, il faudra absolument être en liaison directe avec les banques et les autorités locales.

République fédérale de Yougoslavie

La mise en œuvre réussie de l'Accord de paix relatif à la Bosnie devrait entraîner la levée des sanctions des Nations Unies contre la République fédérale de Yougoslavie. La Serbie et le Monténégro ont subi peu de dommages pendant la guerre, mais leur économie a souffert. Les marchés seront limités en raison du manque de financement; toutefois, il se peut que des possibilités d'investissement et de développement des marchés découlent du plan de privatisation au Monténégro (et en Serbie, si ce plan est mis en œuvre).

Ex-République yougoslave de Macédoine

Ce pays n'a pas subi de dommages matériels pendant le conflit en ex-Yougoslavie, mais son économie a souffert des sanctions imposées à la République fédérale de Yougoslavie et du blocus commercial décrété par la Grèce, de 1992 à 1995, en raison du différend sur le nom du pays. Les débouchés extérieurs sont limités à cause du manque de financement et du faible PIB de l'ex-République yougoslave de Macédoine, qui est d'environ 800 \$ américains par habitant. Le pays entreprend un programme massif de privatisation et d'ajustement structurel, qui offre des possibilités de développement des marchés au moyen d'investissements.

Les projets de remise en état de l'infrastructure financés par la Banque mondiale présentent aussi des débouchés.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction de l'Europe du Sud
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario), K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-0105
Télécopieur : (613) 995-8783

Marchés de l'Europe de l'Est

Les principaux secteurs offrant des débouchés en Europe de l'Est, sont les suivants, par pays.

Ukraine

Les perspectives économiques de l'Ukraine se sont éclaircies et l'économie s'est stabilisée. En septembre 1996, le pays a adopté la hryvna comme unité monétaire, pour remplacer les coupons intérimaires utilisés depuis l'indépendance. L'adoption de la hryvna est une étape cruciale dans l'évolution économique de l'Ukraine. Toutefois, la reprise économique sur tous les fronts reste encore à venir et dépendra de la poursuite des réformes économiques et politiques et des possibilités d'accès à la technologie, au matériel et au capital étrangers.

Débouchés commerciaux

Les secteurs les plus porteurs en Ukraine sont les suivants.

Énergie, particulièrement le pétrole et le gaz

La relance économique à long terme de l'Ukraine dépend de l'aptitude de ce pays à réduire sa dépendance à l'égard de l'énergie importée (et les dépenses qu'elle entraîne en devises étrangères), particulièrement du pétrole et du gaz provenant de Russie et du Turkménistan. Disposant de vastes réserves de charbon et de gisements de pétrole importants, l'Ukraine possède les ressources nécessaires pour atteindre l'autosuffisance énergétique. Toutefois, ce processus dépendra en grande partie de la technologie, des compétences et du capital étrangers.

Agriculture

L'Ukraine, qui était autrefois le grenier de l'Union Soviétique, en est réduite à être un importateur net d'aliments. Le pays souffre de graves lacunes dans ses pratiques culturales, de la vétusté de son matériel d'ensemencement et de récolte et de l'insuffisance de ses installations d'entreposage et de manutention des denrées alimentaires. Néanmoins, la terre noire fertile du pays et la détermination des agriculteurs ukrainiens permettent d'espérer un avenir meilleur. Ici encore, la technologie, les compétences et le matériel étrangers sont la clé de la relance.

Construction et matériaux de construction

L'Ukraine est en proie à une grave crise du logement, les locaux commerciaux font cruellement défaut et la situation va en empirant. Les immeubles existants portent la trace du manque d'entretien et de la négligence caractéristiques de l'ancien régime.

Asie centrale (Kazakhstan, République kirghize, Turkménistan, Ouzbékistan, Tadjikistan)

L'Asie centrale est un vaste réservoir de ressources naturelles, plus particulièrement de pétrole et de gaz. Entre autres richesses minérales, cette région possède certains des champs aurifères les plus importants au monde. Sous le régime soviétique, ces ressources sont restées en grande partie inexploitées et la gestion de celles qui l'ont été laissait beaucoup à désirer. L'exploitation de ces ressources est la priorité économique des républiques d'Asie centrale et l'investissement étranger est la pierre de touche de la solution.

Caucase (Arménie, Géorgie, Azerbaïdjan)

Si les conflits qui se poursuivent entre l'Arménie et l'Azerbaïdjan et en Géorgie limitent les possibilités de développement économique, d'intéressants débouchés peuvent être exploités à petite échelle et de très grands projets pourraient se présenter ultérieurement. Il se pourrait que l'Azerbaïdjan possède les plus grandes réserves pétrolières au monde, mais les différends à propos de la propriété des réserves marines de la mer Caspienne et la nécessité de transporter le pétrole à travers les États voisins pour l'acheminer vers le marché nuisent à leur exploitation. En outre, des années de négligence, sous le régime soviétique, ont laissé l'infrastructure dans un tel état de délabrement que l'État doit entreprendre des rénovations à grande échelle.

Fédération de Russie

Les changements qui se sont produits sur le marché russe à un rythme sans précédent depuis cinq ans créent d'énormes débouchés à long terme. La Russie est un réservoir de vastes richesses naturelles inexploitées, sa population a un bon niveau d'instruction et elle représente un important nouveau marché de consommateurs. Les intérêts du Canada en Russie ont évolué en conséquence et nos activités commerciales embrassent maintenant de nombreux secteurs.

Débouchés commerciaux

Les secteurs les plus porteurs dans la Fédération de Russie sont les suivants.

Pétrole et gaz

Le secteur russe du pétrole et du gaz offre d'excellents débouchés pour les entreprises canadiennes. Plus de 30 sociétés canadiennes sont des investisseurs actifs (investissement total à hauteur de 300 millions de dollars), participent en tant qu'associés à des coentreprises et fournissent des produits et des services aux sociétés russes et aux investisseurs étrangers. En dépit de problèmes liés à la fiscalité, à l'accès aux pipelines, au partage de la production et aux douanes, les sociétés canadiennes continueront de porter un vif intérêt au marché russe, surtout à long terme. Des entreprises canadiennes ont aussi décroché des contrats importants pour des projets de construction et de génie connexes.

Agroalimentaire

Un tiers des exportations canadiennes à destination de la Russie appartiennent au secteur agroalimentaire. La Russie importe plus de 50 p. 100 de ses aliments et ce chiffre atteint même 80 p. 100 dans des régions comme l'Extrême-Orient. Il y a des débouchés pour les sociétés canadiennes dans la transformation, le conditionnement, les ventes d'équipement, la distribution et les ventes directes de toutes sortes de produits alimentaires. En 1995, les ventes de produits agroalimentaires ont dépassé de 29 p. 100 celles de 1994 et, dans les six premiers mois de 1996, les ventes avaient déjà atteint 80 p. 100 environ des ventes totales de 1995.

Mines et métallurgie

Les possibilités sont considérables pour la vente du savoir-faire, de la technologie et du matériel canadiens dans le secteur minier, plus particulièrement, dans le secteur du charbon. L'exploitation des mines d'or est aussi un domaine qui intéresse beaucoup les sociétés canadiennes.

Technologies de pointe

Dans ce secteur, ce sont des sociétés de télécommunications et d'aéronautique ou d'aérospatiale qui sont les chefs de file. Plusieurs entreprises de télécommunications ont ouvert des bureaux à Moscou à l'appui de leurs diverses activités, dont la gamme varie de la modernisation du réseau téléphonique de la ville aux activités de recherche-développement. Il existe des débouchés importants dans le domaine des appareils, des technologies et des services de télécommunications.

Toute l'industrie aéronautique de la Russie est en train de subir un remaniement complet, ce qui crée des débouchés pour la vente de technologie, de moteurs et d'aéronefs. Plusieurs grandes entreprises canadiennes du domaine de l'aérospatiale et de l'aéronautique cherchent actuellement à réaliser des ventes en Russie.

Construction

Avec le rapatriement de 750 000 militaires d'Europe centrale et d'Europe de l'Est, la Fédération de Russie fait face à une grave crise du logement. Les sociétés canadiennes cherchent à effectuer des ventes de matériaux et de techniques de construction. Les projets d'habitation composés de maisons-témoins qui ont eu du succès en Sibérie servent de vitrine à la démonstration du savoir-faire canadien dans le domaine de la construction en climat froid.

Foresterie et produits de la forêt

La Russie possède plus du tiers des réserves forestières du monde. Il y a des débouchés pour la vente de matériel, de technologie et de services de même que pour la conclusion de contrats de concession de licences portant sur la technologie de fabrication du matériel.

Services

Le commerce des services continue de croître, représentant environ la moitié du commerce total du Canada avec la Russie. Les sociétés canadiennes fournissent des services professionnels dans des domaines comme l'ingénierie, la conception, et des services juridiques et aux entreprises du secteur des banques, des hôtels et des restaurants; elles s'occupent aussi d'enseignement et de formation.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction de l'Europe de l'Est
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-2633 (Russie)
Téléphone : (613) 996-6429 (Ukraine, Asie centrale,
Caucase, Bélarus, Moldova)
Télécopieur : (613) 995-1277

Investissement et alliances – Europe

Si l'on excepte la région visée par l'ALENA, l'Europe est la principale source d'investissement direct, et de technologie de pointe du Canada, qui y trouve également le plus grand bassin de partenaires pour des alliances stratégiques. Comme l'indique l'énoncé de politique étrangère du gouvernement intitulé « Le Canada dans le monde », nos efforts de recherche de clients en Europe seront concentrés sur « l'investissement, la technologie et les alliances stratégiques », qui offrent d'excellentes possibilités de créer de la richesse et des emplois de qualité sur le territoire canadien.

Contexte commercial

Ces dernières années, les activités de promotion de l'investissement de nos concurrents se sont intensifiées. On estime qu'environ 9 500 collectivités territoriales courtisent activement les entreprises européennes pour attirer de l'investissement direct. Grâce à l'ALENA, le Canada peut soutenir la concurrence puisqu'il est maintenant un point d'accès à un marché de plus de 360 millions de consommateurs dont le PIB global dépasse huit billions de dollars. Concomitamment, sur le marché de l'ALENA, les sociétés mères européennes évaluent d'un œil critique le rendement de leurs filiales canadiennes, qui doivent soutenir la comparaison et la concurrence directes de leurs filiales des autres pays de l'ALENA.

Investissement européen et possibilités d'alliances

Au Canada, la croissance de l'emploi et de l'économie dépend de l'investissement étranger. Les sources de capitaux étrangers les plus importantes pour le Canada sont, dans l'ordre décroissant, les États-Unis, les pays d'Europe de l'Ouest et l'Asie, plus particulièrement le Japon. On estime que l'IED est directement responsable de 1,3 million d'emplois, et indirectement de deux millions d'emplois additionnels. Cet investissement est à l'origine de 75 p. 100 des exportations de produits manufacturés et de 50 p. 100 de l'ensemble des exportations.

À mesure que les sociétés européennes étendent leurs activités dans le monde, elles investissent de plus en plus au Canada. L'investissement européen au Canada a progressé de près de 129 p. 100 en 10 ans, passant de 17,6 milliards de dollars en 1985, à 40 milliards en 1995. Cette croissance est beaucoup plus rapide que la croissance de l'investissement global au Canada, qui a augmenté de 86 p. 100 entre 1985 et 1995. L'importance de l'Europe comme source d'investissement direct au Canada s'accroît aussi. En 1985, 19,5 p. 100 de tout l'investissement étranger direct au Canada avait été fait par des entreprises européennes; la proportion dépasse maintenant 24 p. 100. Seuls les États-Unis, en raison de leur taille et de la proximité de leur économie, fournissent plus d'IED au Canada. La part du Japon représente moins de 4 p. 100 de cet investissement.

Dans le cas du Canada, petit pays à l'économie ouverte, la diversification des sources d'investissement est une stratégie qui vise à atténuer l'incidence du cycle économique des États-Unis sur le Canada. L'Europe fournit près de 74 p. 100 de l'IED au Canada venant d'ailleurs que des États-Unis. L'Europe est aussi la deuxième destination pour l'investissement direct du Canada à l'étranger.

Les 10 premières sources européennes d'IED pour le Canada sont le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Suisse, la Belgique, la Suède, la Norvège, l'Italie et l'Autriche. Les intérêts appartenant à tous ces pays au Canada ont augmenté de façon marquée entre 1985 et 1995. Pendant cette période, le Royaume-Uni et l'Allemagne ont accru de plus de 90 p. 100 leur investissement au Canada, la France, de plus de 248 p. 100, et les Pays-Bas, de

plus de 115 p. 100. La Belgique (augmentation de 636 p. 100), la Norvège (augmentation de 1 071 p. 100) et l'Italie (augmentation de 553 p. 100) sont des exemples de marchés plus petits qui ont considérablement accru leur participation à l'économie canadienne depuis 10 ans.

La Stratégie pour l'emploi

Compte tenu de l'importance accordée par le gouvernement à l'emploi, il est utile d'étudier la contribution des entreprises européennes à la création d'emplois et de richesse au Canada. On parle d'investissement direct quand les sociétés s'établissent au Canada, qu'elles y créent des emplois et contribuent à la croissance économique du pays. Plus de la moitié des 100 premières sociétés transnationales du monde ont leur siège social en Europe (World Investment Report 1994). Ces entreprises sont parmi les chefs de file mondiaux au chapitre de l'innovation et du développement de la technologie.

Le Canada compte plus de 4 000 filiales de sociétés européennes sur son territoire. Nous pouvons étudier le rendement des filiales allemandes et françaises considérées comme des exemples d'apport des entreprises européennes à l'économie canadienne. En 1993, dernière année pour laquelle les données sont disponibles, les entreprises allemandes employaient plus de 65 000 personnes au Canada, soit une augmentation de plus de 82 p. 100 par rapport à 1985, et la valeur des traitements et salaires qu'elles versaient atteignait presque un milliard de dollars, la hausse étant de 152 p. 100 sur la même période. Les entreprises françaises employaient plus de 40 000 Canadiens et versaient 1,5 milliard de dollars aux Canadiens sous forme de traitements et salaires. Les livraisons de marchandises fabriquées par les entreprises allemandes ont augmenté de 145 p. 100 entre 1985 et 1993, pour dépasser 5,1 milliards de dollars; en 1993, les entreprises françaises établies au Canada ont expédié pour six milliards de dollars de produits fabriqués, soit une augmentation de 154 p. 100 depuis 1985. En 1993, les entreprises allemandes ont dépensé 69 millions de dollars en travaux de R-D au Canada, ce qui représente une augmentation considérable par rapport aux 16 millions de dollars dépensés à cette fin en 1985. Les entreprises françaises ont investi 52 millions de dollars dans la R-D au Canada en 1993, chiffre qui représente aussi une forte augmentation par rapport aux 10 millions de dollars dépensés en 1985.

Si le rendement des entreprises françaises et allemandes est représentatif du rendement d'une bonne partie des 4 000 filiales européennes établies au Canada, il fait ressortir l'importance de ces entreprises comme intermédiaires pour le transfert vers le Canada du savoir-faire en gestion de R-D et des technologies de pointe. Pendant les années 1990, alors que les dépenses de R-D des entreprises américaines au Canada demeuraient stables ou diminuaient, les entreprises européennes ont sensiblement augmenté la proportion de leurs travaux de R-D réalisés au Canada.

Promotion de l'investissement et des alliances dans les secteurs à forte composante technologique

L'actuelle création de richesse et d'emplois découle en partie de l'aptitude des entreprises canadiennes à exporter des biens et des services à forte composante technologique. Mais nous ne pouvons produire seuls cette forte composante technologique. Le Canada réalise environ 3 p. 100 des activités de R-D mondiales. Collectivement, les pays d'Europe consacrent chaque année plus de 123 milliards de dollars américains aux dépenses de R-D. L'Allemagne, la France et le Royaume-Uni se classent, respectivement, aux troisième, quatrième et cinquième rangs dans le monde pour les dépenses de R-D.

Éléments du programme d'alliances et d'investissement européens

Les missions d'Europe administrent un programme actif de recherches d'investissement dans tous les pays d'Europe qui exportent des capitaux et, dans la Stratégie pour l'emploi, pour l'exercice 1997-1998, elles accordent une priorité élevée aux activités conçues pour attirer des capitaux.

Éléments du programme d'investissement et d'alliances européen 1997-1998

Initiatives	Clients canadiens	Secteurs européens	Objectifs
Programmes des alliances stratégiques européennes (ESAP): Administration centrale et missions	De 300 à 350 entreprises à base de technologie dans 11 secteurs stratégiques	Entreprises européennes à base de technologie, grandes et petites	<ul style="list-style-type: none"> faciliter la réalisation d'alliances stratégiques pour l'accès au marché, l'échange de technologie, le développement de produits, les capitaux propres sensibiliser le marché cible au Canada comme source de technologie de pointe, comme destination pour les investissements à base de technologie et comme partenaire dans le cadre d'alliances
Programme européen de Venture Capital (EVCAP)	PME à base de technologie qui cherchent des sources stratégiques de capital de risque	Investisseurs institutionnels, banques d'investissement, intermédiaires financiers	<ul style="list-style-type: none"> faciliter la formation de relations stratégiques pour fournir du financement et donner accès aux marchés sensibiliser le marché cible au Canada comme source de technologie de pointe et comme destination pour les investissements à base de technologie
Liaison avec les entreprises et approche de l'investissement	Filiales canadiennes, clients ayant un mandat, emplacements économiques régionaux des provinces	Multinationales européennes, secteurs prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> accroître l'investissement au moyen de mandats portant sur une combinaison produits-marché ou sur la R-D, attirer des investissements dans les installations nouvelles, suivi sensibiliser le marché cible au Canada comme destination pour l'investissement en vue d'approvisionner le marché de l'ALENA relever et neutraliser toute perception du Canada qui pourrait avoir pour effet de réduire notre attrait comme destination pour les investissements
Conférences données par des cadres supérieurs canadiens	Entreprises canadiennes, emplacements économiques régionaux des provinces	Investisseurs européens, sociétés, intermédiaires financiers	<ul style="list-style-type: none"> utilisation stratégique de témoignages d'experts pour mieux faire connaître le Canada comme emplacement concurrentiel où investir dans le marché de l'ALENA accroître le nombre et la qualité des possibilités d'investissement
Accroissement de la sensibilisation et établissement de la marque	Entreprises canadiennes, emplacements économiques régionaux des provinces	Investisseurs européens, sociétés, intermédiaires financiers	<ul style="list-style-type: none"> utiliser les publications spécialisées verticales et les périodiques professionnels généraux, les films vidéo en vol et la collaboration avec la Commission canadienne du tourisme pour diffuser les messages visant à sensibiliser et à intéresser davantage les investisseurs au Canada comme destination où investir utiliser des méthodes de réponses directes pour encourager les investisseurs à communiquer avec des représentants canadiens afin de donner suite aux possibilités d'investissement
Initiatives des missions, assurer les relations avec des investisseurs et répondre aux besoins de ces derniers, kiosques d'information sur l'investissement	Entreprises canadiennes, emplacements économiques régionaux des provinces	Sociétés et investisseurs européens	<ul style="list-style-type: none"> inciter les personnes qui prennent les décisions d'investissement à investir au Canada amener les entreprises étrangères à chercher des partenaires canadiens pour les alliances rechercher et conclure des transactions d'investissement en collaboration avec des participants des réseaux intérieurs

Objectifs stratégiques

- sensibiliser davantage les Européens au Canada comme destination pour leurs investissements;
- accroître l'investissement européen direct au Canada sur le plan tant de la quantité que de la qualité;
- accroître le nombre de possibilités intéressantes pour les sociétés canadiennes à forte composante technologique, afin de former des alliances stratégiques à base de technologie avec des sociétés européennes.

Priorités sectorielles

Les priorités sectorielles pour les investissements et les alliances sont déterminées par trois grands éléments : la Stratégie pour l'emploi; les possibilités que peut offrir le marché cible; et un accord, dans le cadre de planification commerciale, sur les priorités à fixer pour l'appui accordé par le gouvernement aux PME actives dans le secteur. Dans le cadre du mandat du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en matière d'investissement, de nombreux éléments ne sont pas déterminés par les secteurs ou par les besoins d'entreprises particulières, mais plutôt en réaction à des débouchés non sectoriels.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Section de l'investissement (représentant
des directions générales de l'Europe)
125, promenade Sussex
Ottawa, ON K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-6439
Télécopieur : (613) 995-6319

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

Secteurs stratégiques en matière d'investissement et d'alliances avec l'Europe, SCCI 1997-1998

Autres priorités européennes (p.ex. plan d'action pour l'Allemagne)	Stratégie pour l'emploi	PASE/PCRE (ESAP/EVCAP)
Agroalimentaire et pêches	Agroalimentaire	Biotechnologie agroalimentaire, transformation
Construction et foresterie	Foresterie et matériaux de construction	
Environnement	(apparaissant dans les alliances stratégiques)	Eaux résiduaires industrielles, technologies pour assurer un air pur
Technologies de l'information et des télécommunications (TI&T)	TI&T	TI&T-transmission à large bande, CTI, télécommunications, Internet
Sciences de la vie	(incluse dans les produits biopharmaceutiques, les produits médicaux, les produits pharmaceutiques)	Sciences de la vie, (produits biopharmaceutiques, produits médicaux, produits pharmaceutiques)
Machines		Équipements avancés de production, capteurs, équipement de transformation et de conditionnement
Produits chimiques et pétrochimiques	Produits chimiques et pétrochimiques	
Transports (roulier et aérospatial)	Transports (roulier et aérospatial)	Technologie des océans

AMÉRIQUE LATINE ET ANTILLES

Introduction

Bien que l'économie canadienne progresse, son rythme est relativement lent, si on le compare à celui de certains pays d'Amérique latine. En 1995, une crise qui aurait pu prendre des proportions importantes n'a en fait interrompu la croissance qu'en Argentine, au Mexique et en Uruguay. Cette grande région dont la croissance a progressé de 15 p. 100 entre 1991 et 1995, principalement en raison du taux de croissance de 20,3 p. 100 enregistré dans les pays d'Amérique du Sud au cours de la même période, devrait atteindre un produit intérieur brut total de 2,8 billions de dollars en l'an 2000. La population, d'âge moyen inférieur à 20 ans et qui devrait atteindre 500 millions d'habitants en l'an 2000, a un taux d'alphabétisation de 85 p. 100, comparativement à 75 p. 100 pour la région de l'Asie de l'Est et du Pacifique et à 46 p. 100 pour l'Asie du Sud.

L'accord provisoire de libre-échange conclu entre le Canada et le Chili, en attendant l'adhésion du Chili à l'Accord de libre-échange nord-américain, confère un avantage concurrentiel aux exportateurs canadiens, tandis que d'autres facteurs de libéralisation des marchés, notamment la privatisation, les réductions unilatérales de tarifs entre le Brésil et l'Argentine et les accords commerciaux régionaux stimuleront les économies de la région. La conclusion d'un accord commercial dans l'hémisphère occidental avant 2005, comme en ont convenu les chefs des gouvernements du Sommet de Miami en 1994, favorisera le commerce et l'investissement intrarégionaux et ouvrira la région à la concurrence internationale. Le Canada appuie cette initiative, qu'il considère comme son objectif prioritaire pour la région.

Contexte commercial

En Amérique latine, la croissance, qui est stimulée par une classe moyenne florissante et par une coopération économique de plus en plus forte entre les pays de cette région, ne devrait pas être la même dans tous les pays en 1997. Le Chili et le Pérou continueront d'afficher de forts taux de croissance, tandis que l'Argentine et le Mexique connaîtront une croissance plus modeste, soutenue principalement par l'investissement et les exportations. La demande intérieure garantira une croissance économique de 4,5 p. 100 au Brésil. Malgré une conjoncture économique difficile et des mesures draconiennes proposées par le Fonds monétaire international

(FMI), le PIB du Venezuela devrait progresser de 2,5 p. 100 cette année. Cette progression serait due à des gains inattendus provenant d'une hausse des revenus pétroliers et donnerait le signal d'une amélioration de l'économie. La croissance globale de l'hémisphère sera d'environ 3 p. 100 en 1997. Dans le cadre de leurs efforts pour améliorer les perspectives économiques à long terme, les gouvernements continueront de mettre l'accent sur les restrictions financières, la libéralisation des marchés et la privatisation des entreprises d'État.

Depuis 10 ans, l'intérêt du Canada pour plusieurs secteurs — particulièrement dans les domaines de la politique, du commerce, de l'investissement, de la recherche et de la technologie, correspond à celui de nombreux pays d'Amérique latine. Dans ces pays, le Canada est considéré comme une source d'investissements, de savoir-faire, de technologie et d'échanges, d'où l'augmentation du nombre de coentreprises qui se sont formées entre entreprises canadiennes et latino-américaines. De nombreux pays d'Amérique latine placent les matières premières au centre de leurs stratégies de développement économique. Comme le Canada, ils sont riches en ressources agricoles, forestières, halieutiques, minières et énergétiques. Compte tenu des compétences qui caractérisaient le Canada dans ces secteurs, l'Amérique latine présente des possibilités d'envergure pour les entreprises canadiennes.

La gamme des produits et de services que le Canada exporte vers cette région est très variée puisqu'on y retrouve à la fois des produits de base et des produits manufacturés. Les ventes de produits sont de l'ordre de 5,9 milliards de dollars en 1995, ce qui représente un accroissement de 21 p. 100 par rapport à 1994 et un accroissement supérieur à celui enregistré avec les États-Unis (14 p. 100), alors que les ventes de services totalisaient près de deux milliards de dollars (ou 33 p. 100 des ventes de produits). Notre objectif est d'atteindre 10 milliards de dollars d'exportations de produits de base d'ici l'an 2000. Tout en mettant particulièrement l'accent sur les PME, nous privilégierons les initiatives susceptibles d'accroître le nombre d'exportateurs vers la région, de faciliter l'accès aux renseignements commerciaux et de réduire les obstacles à l'accès aux marchés.

Investissements

Le niveau d'investissement impressionnant du Canada dans la région, estimé à plus de 15 milliards de dollars témoigne d'une plus grande présence des entreprises canadiennes. Ces investissements s'élèvent à un milliard de dollars en Argentine et au Venezuela, à 3,5 milliards de dollars au Brésil et à plus de sept milliards de dollars en investissements effectués ou prévus au Chili. Pour soutenir et renforcer cette croissance de l'investissement, le Canada a déjà signé plusieurs accords sur la protection des investissements étrangers en Amérique latine et cherche à en conclure d'autres. Les APIE sont des accords réciproques bilatéraux qui visent à promouvoir et à protéger l'investissement étranger en établissant des droits et obligations ayant force exécutoire concernant le traitement national, les transferts de fonds, les mesures concernant les investissements et liées au commerce, la transparence et le règlement des différends. De tels accords ont déjà été signés avec le Venezuela, l'Argentine, l'Uruguay, la Trinité-et-Tobago, la Barbade, Panama et l'Équateur, tandis qu'un autre est sur le point d'être conclu avec le Pérou, que les discussions en sont à l'étape des propositions avec Cuba, le Brésil, el Salvador et la Colombie et que des offres de négociation ont été faites à d'autres pays d'Amérique centrale et des Antilles du Commonwealth. En ce qui concerne le Chili, les dispositions seront intégrées à l'accord bilatéral, comme ce fut le cas avec le Mexique dans le cadre de l'ALENA.

Les entreprises canadiennes en quête de nouveaux débouchés en Amérique latine et dans les Antilles risquent de se heurter à divers obstacles — infrastructures inadéquates, politiques nationales protectionnistes ou incompatibles, et lois et règlements compliqués pouvant aller à l'encontre de la transparence et rendre difficilement prévisible le climat des affaires. Les pays de la région n'ont pas tous atteint le même degré d'adaptation à la mondialisation de l'activité économique et à la libéralisation des échanges. Dans l'élaboration de leurs stratégies d'accès au marché, les entreprises canadiennes désireuses de faire des affaires dans la région doivent donc tenir compte non seulement de facteurs comme le risque financier, le contexte réglementaire, la structure juridique et les ententes de dotation en personnel et d'approvisionnement, mais aussi des différences culturelles entre les différents pays d'Amérique latine et entre cette région en général et le Canada.

La compréhension des facteurs culturels comme la langue, la famille, la confiance, le respect, le patrimoine et les influences régionales peut être

essentielle au succès d'une initiative commerciale. Pour surmonter ces difficultés et pénétrer ce marché, il est préférable dans bien des cas de former des alliances ou des partenariats avec des agents locaux (un mandataire, un représentant ou un associé au sein d'une coentreprise). La formation de la Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA) sera favorable aux entreprises du fait qu'elle créera un contexte plus harmonieux dans l'hémisphère.

Plan d'action

L'avantage commercial du Canada en Amérique latine tient à plusieurs facteurs, dont sa solidité dans des secteurs clés comme les ressources, les télécommunications et la gestion de l'environnement, son appartenance à l'ALENA, et les investissements d'envergure qu'il a réalisés dans des marchés choisis. Sa réputation de pays à la pointe de la technologie dont l'économie est évoluée joue également en sa faveur. Faisant fond sur ces éléments, le plan d'action élaboré par la Direction des relations interaméricaines et avec l'Amérique du Sud (LSR) et la Direction des relations avec les Antilles et l'Amérique centrale (LCR) sera axé sur les priorités suivantes : expansion de l'accès au marché (expansion de l'ALENA, dialogue ALENA/Mercosur, ZLEA), renseignements commerciaux, formation de partenariats, analyse politique et économique et évaluation des risques, aide à la réforme des marchés. Dans le plan d'action arrêté pour 1997-1998, on a recensé les secteurs offrant d'excellentes possibilités aux exportateurs canadiens. Les priorités, précisées ci-dessous, se situent dans les domaines suivants : informatique et télécommunications, agriculture et agroalimentaire, pétrole et gaz naturel, transports, environnement, foresterie, métaux et minéraux, électricité et énergie, aérospatiale et défense, et services commerciaux, professionnels et éducatifs. Le plan d'affaires et le guide des affaires élaborés pour le Chili en raison de son intérêt particulier pour le Canada serviront de cadre à la coordination des priorités et des initiatives d'Équipe Canada dans ce pays. Le Brésil, qui a supplanté le Mexique comme principal marché de la région pour les exportations canadiennes, sera une priorité dans notre plan d'activités.

Informatique et télécommunications

De nombreux partenaires commerciaux d'Amérique latine libéralisent actuellement leurs lois et règlements en matière d'investissement et de concurrence et encouragent la privatisation, l'octroi de concessions au secteur privé et l'établissement de réseaux privés. Le Brésil, la Colombie, le Chili et

l'Argentine offrent désormais d'importants marchés pour les télécommunications, les ordinateurs, les périphériques et les logiciels. Et les marchés de la plupart des autres pays latino-américains, dont le Pérou, le Venezuela, le Guatemala, et Salvador, Panama et les pays des Antilles apparaissent tout aussi prometteurs dans le secteur des télécommunications. Les fournisseurs canadiens de matériel et de services de télécommunications rurales, de systèmes à hyperfréquence, de commutateurs, de réseaux privés, de stations cellulaires et de gestion du spectre sont bien placés pour tirer parti des possibilités qui s'offrent dans ce secteur.

En informatique, la performance des entreprises canadiennes devrait être excellente sur les marchés d'Amérique latine. La plupart des pays latino-américains, sinon tous, sont signataires du nouvel Accord sur les aspects de la propriété intellectuelle qui touchent au commerce, conclu sous l'égide de l'OMC. Cet accord renferme des lignes directrices strictes concernant la protection et l'application du droit d'auteur. Au Brésil, la redéfinition des règlements d'importation a fait de ce pays un marché intéressant pour les fournisseurs étrangers de logiciels. Le pays a encore besoin de technologies informatiques de pointe, et il existe des créneaux dans tous les secteurs industriels et commerciaux, notamment pour les entreprises canadiennes spécialisées dans les systèmes de gestion de bases de données, les réseaux locaux et étendus et la gestion de ces réseaux, les produits de connectivité et d'interopérabilité et les produits de mode de transfert asynchrone (MTA).

Avec des dépenses prévues de l'ordre de 650 millions à 1,5 milliard de dollars au cours des cinq prochaines années la région a de bonnes chances de devenir un important marché en expansion pour les produits et services de géomatique (tels que la cartographie cadastrale). Le marché de la géomatique d'Amérique latine est en transition, et des techniques comme la cartographie par ordinateur, les systèmes d'information géographique (SIG), la télédétection et les systèmes de positionnement global (SPG) commencent à peine à pénétrer les secteurs public et privé. Le marché est dominé par l'État et les entreprises publiques, mais on prévoit une croissance dans le secteur privé, particulièrement dans le domaine des ressources naturelles (agriculture, foresterie, mines et énergie). Les perspectives de marché sont attrayantes, surtout en Argentine, en Bolivie, en Colombie, au Pérou, au Chili et au Brésil.

Agriculture et produits alimentaires

Les pays d'Amérique latine et des Antilles importent pour quelque 25 milliards de dollars de produits agroalimentaires chaque année. Sur cette somme, la part des exportations canadiennes dépassait 1,1 milliard de dollars en 1995, en hausse de près de 15 millions de dollars par rapport à 1994, malgré une baisse marquée des ventes de blé autres que de blé dur. Une progression sensible des ventes a été enregistrée pour d'autres produits agroalimentaires et la tendance devrait se maintenir. La reformulation des politiques est une priorité dans le processus de libéralisation en cours en Amérique latine où les distorsions commerciales et les subventions agricoles ont été réduites dans beaucoup de pays. Le bassin des Caraïbes, qui compte 31,5 millions d'habitants et des marchés nombreux et variés (23 pays ou territoires), entretient des liens de longue date avec le Canada atlantique. Par ailleurs, les graines oléagineuses et les céréales, principalement le blé, représentent 80 p. 100 des exportations canadiennes vers l'Amérique du Sud et 60 p. 100 des exportations canadiennes vers l'Amérique centrale et les Antilles.

Voici quelques-unes des contraintes pesant sur les exportations agroalimentaires canadiennes : vive concurrence des produits américains, lesquels dominent le marché, présence de nombreux produits de « marque maison » fabriqués localement sous licence, droits de douane et frais de transport élevés, systèmes complexes d'approbation ou d'homologation, manque de financement, inflation élevée, dévaluation de la monnaie.

Le pouvoir d'achat grandissant des 50 millions de consommateurs à revenu moyen ou supérieur de la région offrira des possibilités de plus en plus nombreuses pour l'exportation de produits alimentaires à valeur ajoutée. Sur ce marché, le Brésil continuera de retenir l'attention en raison de sa taille, de son potentiel économique et de sa propension actuelle à importer des produits canadiens. En 1995, le marché brésilien arrivait au deuxième rang dans la région derrière le Mexique, avec 228 millions de dollars d'importations de produits agroalimentaires canadiens. On mettra ensuite l'accent sur l'accroissement des exportations de produits transformés vers le Chili, la Colombie et le Venezuela (où les exportations canadiennes étaient évaluées à 77 millions, 75 millions et 120 millions de dollars, respectivement, en 1995). En raison de liens noués depuis longtemps, Cuba et les Antilles continueront d'être de bons débouchés pour les exportateurs canadiens de l'Atlantique et du centre du pays. Le rôle grandissant de Miami comme plate-forme de distribution internationale des produits destinés aux Antilles,

à l'Amérique centrale et à l'Amérique du Sud sera le point de mire des efforts de promotion des exportations canadiennes vers cette région.

Le Brésil offre des possibilités accrues dans le domaine des boissons et des aliments transformés tels que la charcuterie fine, les pâtes, les plats cuisinés surgelés, les plats au micro-ondes et les biscuits et craquelins. De nouveaux créneaux apparaissent en Argentine, au Chili, dans les Antilles et en Colombie pour les aliments à valeur ajoutée ainsi que pour le matériel et la technologie de transformation des aliments. Les liens au niveau de la recherche sont solidement établis entre le Canada et l'Amérique latine dans le domaine de la biotechnologie agroalimentaire, et l'on note un intérêt croissant pour trouver des partenaires locaux compétents dans la région. Les renseignements commerciaux, les ententes de promotion bilatérales (comme celle actuellement en cours de négociation avec le Brésil), l'établissement de programmes conjoints avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, la promotion de salons thématiques au Canada et dans la région et l'organisation de missions de haut niveau se rendant dans la région ou de la région vers le Canada sont autant d'éléments qui permettront aux exportateurs canadiens de positionner leurs produits.

L'Amérique latine est aussi un marché de toute première importance pour le malt de blé et le malt d'orge en plus d'être le plus grand marché des pommes de terre de semence canadiennes. Le canola et les cultures spéciales n'intéressent que moyennement la Colombie et moins encore Cuba et le Venezuela qui constituent en revanche de bons débouchés pour les lentilles. Le Canada est le deuxième fournisseur en importance du Brésil pour le blé, les lentilles et les graines de millet et peut compter sur de bons débouchés pour l'orge de brasserie et le canola. Le Canada exporte depuis longtemps du blé et des cultures et grains spéciaux au Pérou, et les possibilités sont intéressantes pour le maïs (jaune), les légumineuses et l'orge. Au Chili, le Canada dispose d'un marché bien établi et en expansion pour les semences et les cultures spéciales et les perspectives sont intéressantes pour les producteurs canadiens de blé dur et de blé roux de printemps, de légumineuses, d'orge, de millet et de pommes de terre de semence.

Les exportations de matériel génétique animal vers les principaux marchés de la région sont également susceptibles de s'accroître. L'industrie brésilienne du bétail n'a d'autre choix que d'améliorer sa productivité pour être en mesure de répondre à la demande intérieure. Le Canada détient actuellement une part de 24 p. 100 du marché du bétail et de la génétique animale, et l'avenir s'annonce prometteur pour les

exportations de sperme congelé, d'embryons, de vaches laitières et de bovins de boucherie, de moutons, de chèvres, de poules pondeuses et de poulets à griller. Le Chili, l'Argentine, le Pérou, l'Amérique centrale et la Colombie continueront d'être des marchés importants pour le matériel génétique canadien, l'Argentine s'employant actuellement à améliorer son immense cheptel bovin et la Colombie, à se doter d'un puissant secteur laitier. À mesure que le Chili libéralisera son secteur agricole, un plus grand nombre de produits agricoles canadiens y trouveront d'intéressants marchés.

Pétrole et gaz naturel

La demande d'énergie primaire en Amérique latine devrait connaître une assez forte croissance en raison de l'urbanisation accrue et de la demande des consommateurs. Les pays producteurs d'Amérique du Sud continuent d'encourager la participation étrangère et de lever progressivement les restrictions imposées à l'investissement et aux importations de matériel lié au pétrole. L'utilisation accrue du gaz naturel dans l'industrie et dans les ménages continuera d'offrir de nouveaux débouchés. Le National Petroleum Show (NPS) qui se déroule à Calgary est la principale manifestation destinée à faire connaître les compétences du Canada dans le domaine. Les années où ce salon n'a pas lieu, comme cette année, la priorité est donnée à l'Argentina Oil and Gas Show et à diverses missions visant à tirer parti des développements survenus dans le domaine du gaz naturel au Canada.

Ce secteur est extrêmement prioritaire au Venezuela, au Chili, en Colombie, à la Trinité-et-Tobago, en Équateur, en Argentine, au Pérou et en Bolivie, car ces pays cherchent des investisseurs dans le domaine de la prospection et de la mise en valeur, de la production et des gazoducs. Dans les années à venir, la privatisation de l'industrie pétrolière et gazière de l'Argentine, actuellement en cours, nécessitera des investissements pouvant atteindre trois milliards de dollars par an pour des activités d'expansion et de modernisation. Les perspectives d'exportation de matériel de traitement, de compression et de transport du gaz ainsi que de matériel et de services de contrôle et de surveillance des champs pétrolifères s'en trouveront améliorées. Au Brésil, au Venezuela, en Bolivie, au Pérou et en Colombie, il existe des possibilités de vente dans le secteur du pétrole, particulièrement pour le matériel de production pétrolière, de raffinage et d'entretien, les logiciels de prospection et la formation. Dans le secteur du gaz naturel en pleine expansion les possibilités visent surtout les gazoducs et les réseaux de

distribution. Le Venezuela est le marché le plus important par la taille de son industrie et le volume de ses réserves prouvées. Des investissements de l'ordre de 49 milliards de dollars seront requis au cours des huit prochaines années.

Les projets de gazoduc entre la Bolivie et le Brésil et entre l'Argentine et le Chili offriront de nombreuses possibilités aux fournisseurs canadiens de produits et de services liés aux gazoducs — véhicules hors route, services d'entretien des puits et services d'experts-conseils.

Transports (urbain et ferroviaire)

Les réseaux de transport et l'infrastructure des transports, qui dans bien des cas sont désuets et mal entretenus, sont une priorité pour la plupart, sinon pour l'ensemble, des gouvernements. Ces derniers reconnaissent qu'ils leur faudra moderniser et entretenir leurs réseaux et leurs infrastructures de transports pour soutenir la croissance économique et le développement social. Les pays les plus pauvres de la région auront besoin du financement des IFI, mais tous envisagent de financer ces grands travaux par la privatisation, l'octroi de concessions et le financement par actions. L'Initiative Transports hémisphère occidental est une mesure prise par l'Amérique latine pour planifier le développement des transports. La participation du Canada à ce projet en étroite collaboration avec le secteur privé, la mission de ministres fédéraux prévue pour le début de 1997 et l'utilisation accrue des renseignements commerciaux — tous ces éléments seront déterminants pour mettre en valeur l'expertise canadienne dans ce secteur.

Au Guatemala et au Salvador, le secteur qui présente les lacunes les plus évidentes est celui des chemins de fer. Le gouvernement guatémaltèque songe à la privatisation. En Jamaïque, le gouvernement a adopté une politique qui vise à réduire la propriété publique dans le secteur des transports. Le transport urbain restera sous le contrôle de l'État, mais la Jamaica Railway Corporation est sur le point d'être privatisée et les services voyageurs et marchandises devraient reprendre.

Le Chili a affiché un taux de croissance annuel moyen de 6 p. 100 au cours des 10 dernières années, mais l'investissement dans l'infrastructure des transports accuse un retard. Les sociétés de chemins de fer pourraient être privatisées et, avec l'adhésion du Chili au Mercosur, le pays serait un choix logique comme corridor des transports pour le commerce entre le cône sud et les pays du Pacifique. La concurrence étrangère est très forte dans ce secteur. Le Pérou, la Bolivie et le Brésil prévoient

aussi de privatiser les chemins de fer. Le service de transport ferroviaire des marchandises sur longue distance en Argentine et les lignes de banlieue desservant la région métropolitaine de Buenos Aires sont maintenant tous privatisés et des activités sont en cours pour accroître leur efficacité et leur fiabilité. Malgré des différences avec les normes canadiennes en matière de transport ferroviaire, des débouchés se font jour pour les fournisseurs de matériel de superstructure, de matériel roulant (remise en état) et de systèmes de contrôle et de communication. Le Brésil connaît aussi une activité considérable, en particulier dans le domaine du transport des marchandises par chemins de fer.

Environnement

Dans l'ensemble, l'Amérique latine offre d'excellentes possibilités sur ce front. En effet, le marché de l'environnement est en expansion et sa valeur devrait passer de 6,6 milliards de dollars américains, en 1994, à 13 milliards de dollars américains en l'an 2000. La région représente un nouveau marché de taille, qui ne le cède qu'à l'Asie pour ce qui est du rythme de progression d'ici l'an 2000. Compte tenu du dynamisme de l'activité environnementale dans la région, le secteur a été classé en tête des priorités par les ambassades du Canada en Argentine, en Uruguay, en Colombie, au Venezuela, au Chili, en Guyana, au Guatemala, à la Barbade et en Jamaïque. Les ambassades du Canada au Pérou, en Équateur, au Costa Rica, à la Trinité-et-Tobago et au Brésil lui ont attribué une cote de priorité secondaire.

La région bénéficie d'investissements importants financés par les IFI et offre des débouchés fort divers pour les entreprises canadiennes. Dans les pays sud-américains, le traitement de l'eau et la gestion des eaux usées, la gestion des déchets solides et des déchets dangereux, la réduction des émissions (pétrole et gaz), les technologies d'assainissement (pétrole et gaz), la lutte contre la pollution (pétrole, gaz et mines), le contrôle et la surveillance de l'environnement ainsi que les plans de gestion des côtes font partie des secteurs qui présentent des possibilités. En Amérique centrale et dans les Antilles, la décontamination, la conservation des ressources, l'amélioration de la gestion des services et des systèmes, la prévention de la pollution, la préservation des côtes, la gestion des bassins hydrographiques et les plans d'action en faveur de l'environnement sont autant de secteurs qui offrent des débouchés. Les programmes continueront d'inciter les acheteurs à se rendre à la foire commerciale Globe 98 à Vancouver, mais l'année qui vient mettra surtout l'accent sur le suivi direct de la mission environnementale effectuée

par une délégation de ministres fédéraux en Amérique du Sud en novembre 1996 de même que sur les visites que des dirigeants latino-américains pourraient faire en retour au Canada.

Foresterie

Si pour le Chili et l'Argentine la foresterie apparaît comme un secteur prioritaire, la Barbade, la Guyana, Cuba, le Pérou et le Brésil y voient pour leur part d'intéressantes possibilités. Des débouchés commencent à se présenter dans certains pays latino-américains pour le bois, le papier et les produits connexes canadiens. Au Pérou, les perspectives sont bonnes pour la vente de papier journal, de pâte de bois, de papier kraft, de carton et de papier fin, de papier hygiénique, de contenants d'emballage et de boîtes de carton. L'approvisionnement en produits du bois étant généralement en déclin, le Chili est l'une des rares sources d'approvisionnement en bois industriel qui soit en expansion. La foresterie, un des secteurs les plus dynamiques de l'économie chilienne, progresse à un taux de 9 p. 100 par an depuis 1978. En 1997, le marché chilien des machines utilisées en foresterie et des machines à travailler le bois devrait atteindre 80 millions de dollars américains, contre 100 millions de dollars américains pour le marché des machines servant à la production des pâtes et papiers et 80 millions de dollars américains pour le marché du matériel d'abattage et du sciage du bois. La quantité de bois provenant des plantations chiliennes devrait tripler d'ici l'an 2005, ce qui entraînera une forte demande de matériel d'exploitation forestière, de sciage, de traitement et de transport du bois et de services d'experts-conseils dans les domaines de l'ingénierie et de l'environnement.

Étant donné l'essor du secteur forestier et les nombreux plans d'investissement et d'expansion actuellement en cours de réalisation, il existe des possibilités pour les entreprises canadiennes. En Guyana, par exemple, les perspectives sont bonnes pour la vente de matériel d'abattage et de sciage du bois, de même que pour la vente d'outils utilisés dans l'industrie des produits du bois. En Argentine, la foresterie est devenue un secteur prioritaire, en faveur duquel le gouvernement a renouvelé son appui en adoptant des lois et des politiques de développement. De façon générale, les ventes canadiennes de produits de la forêt à l'Argentine se limitent aux papiers et au bois d'œuvre; la demande actuelle ne fait pas exception et les produits de papier constituent le gros de nos exportations vers ce pays en ce moment.

Les exportations canadiennes au Venezuela ont atteint leur niveau de maturité et les perspectives de vente restent bonnes pour le papier journal, la pâte à papier, les pièces de machine, les services d'ingénierie et le papier fin. Le marché vénézuélien est évalué à 350 millions de dollars, et 80 p. 100 du matériel y est importé. Des possibilités existent aussi au Brésil et dans les Antilles. À la Barbade, l'activité traditionnelle dans ce secteur a ralenti pour diverses raisons, et s'il existe des créneaux, le prix et le transport seront déterminants. À Cuba, la grande priorité accordée au développement de l'industrie touristique crée un marché pour le bois d'œuvre et les produits du bois.

Métaux et minéraux

L'imposante industrie canadienne des métaux et des minéraux a engendré des industries de soutien qui exportent maintenant activement des produits et des services de haute technologie, notamment dans le domaine de l'extraction minière, de la prospection, du transport, du traitement et du matériel environnemental connexe et des produits consommables. En outre, les services exportés appartiennent à divers secteurs, depuis l'ingénierie, l'entretien et les sciences de la terre, jusqu'à l'arpentage, les analyses, les transports, les logiciels, l'éducation, la formation et la gestion. L'extraction minière est considérée comme un secteur prioritaire dans cinq pays : le Brésil, l'Argentine, la Guyana, le Pérou et le Chili. Elle est d'une priorité secondaire à Cuba et la priorité sectorielle numéro un à Panama, où les investissements canadiens pourraient atteindre un milliard de dollars au cours des cinq prochaines années. Au Venezuela, la privatisation et une nouvelle loi sur les mines accroîtront les possibilités d'investissement.

L'extraction minière constitue la grande priorité sectorielle du Pérou. Le Pérou est en train de devenir le « pôle d'attraction » de l'investissement minier en Amérique latine, avec des investissements prévus de plus de sept milliards de dollars américains pour la période allant de 1995 à 1999. Quelque 20 sociétés minières canadiennes sont solidement établies au Pérou; elles ont prévu des investissements de plus de deux milliards de dollars américains. La stabilité croissante du Pérou, la privatisation des sociétés minières publiques et une nouvelle loi sur l'investissement sont à l'origine de cette croissance phénoménale. Des débouchés existent dans les technologies de prospection, le génie-conseil lié à l'infrastructure minière et tous les types de matériel. Les dépenses de l'industrie se chiffrent à environ un milliard de dollars par an au chapitre des fournitures et du matériel, dont près de 350 millions pour des produits importés. Une importante conférence des

ministres responsables des mines d'Amérique latine coïncidera avec la XXIII Mining Congress and International Exhibition qui aura lieu à Arequipa en septembre 1997 et à laquelle le Canada participera.

Au Chili, le traitement de faveur dont bénéficient les investisseurs étrangers, la stabilité du gouvernement et de l'économie et la richesse des dépôts minéraux ont sensiblement accru la participation du secteur privé et fait de ce pays un foyer d'activité minière. Le secteur minier chilien est particulièrement attrayant pour les investisseurs aussi bien locaux qu'étrangers. L'investissement canadien réel et prévu au Chili dépasse sept milliards de dollars, dont la majeure partie (5,5 milliards) se situe dans le secteur minier. L'investissement dans la prospection a monté en flèche au Chili et le démarrage de plusieurs projets qui en sont actuellement à l'étape de la planification propulsera le secteur minier à des niveaux encore plus élevés au cours de la présente décennie, en particulier en ce qui a trait au cuivre, à l'argent et à l'or. Selon le sous-ministre chilien des Mines, 12,5 milliards de dollars auront été investis dans le secteur minier entre 1992 et 1997. L'accroissement de l'activité minière au Chili est à l'origine d'une demande soutenue de matériel minier. À lui seul, le marché annuel du matériel minier est évalué à plus de 650 millions de dollars. Les importations de matériel continueront d'augmenter au cours des cinq prochaines années, à mesure que les nouveaux projets, de l'ordre de cinq milliards de dollars américains, en arriveront à l'étape de la construction. La grande manifestation à ne pas manquer dans la région demeurera l'exposition bisannuelle Expomin au Chili, où l'industrie jouera un rôle de premier plan en 1998. Nous encourageons l'organisation d'une mission ministérielle pour l'occasion et favoriserons des visites de dirigeants latino-américains en retour.

En Argentine, la nouvelle loi fédérale sur l'exploitation minière suscite l'intérêt des sociétés minières canadiennes. L'Argentine compte actuellement plus de 70 sociétés minières engagées dans quelque 120 projets de prospection et de production, ce qui représente des investissements de près 2,5 milliards de dollars d'ici l'an 2000. Cette activité offre des possibilités dans la prospection, les services et le matériel géologiques, l'analyse géochimique et les études de faisabilité économique et technique, ainsi que dans des coentreprises visant à explorer les gisements de minéraux et dans les services et le matériel de mise en valeur.

La réouverture du Brésil aux sociétés minières (après la levée des restrictions imposées sur la part des exploitations minières que les étrangers sont autorisés à détenir) est accueillie favorablement par la communauté minière internationale. L'amélioration

de la situation économique du Brésil observée depuis le début de 1994, alliée à l'adoption d'une série de règlements stables sur le rapatriement des bénéfices et des capitaux, devrait accroître sensiblement l'intérêt pour le secteur minier une fois que les obstacles juridiques à l'investissement étranger auront été levés. La vague prévue d'investissements étrangers profitera en aval aux fournisseurs canadiens de matériel et de services. Toutefois, contrairement à la situation qui prévaut dans d'autres pays d'Amérique du Sud, le secteur minier brésilien repose sur une bonne assise industrielle locale, ce qui rend la concurrence plus vive entre les entreprises internationales.

Le secteur minier est extrêmement important pour l'économie de la Guyane. Les possibilités dans ce pays se trouvent dans la prospection et l'exploitation aurifères ainsi que dans les services et le matériel miniers et géologiques. Le gouvernement fait bon accueil à toute forme d'investissement étranger dans les grandes exploitations, mais favorise la formation de coentreprises avec des détenteurs de concessions locaux dans le cas des moyennes exploitations. Les entreprises canadiennes sont bien établies au Venezuela et détiennent une part croissante du marché dans le secteur des métaux (cuivre, zinc, nickel et ferraille), du matériel d'exploitation aurifère, des produits métalliques (électrodes en carbone, tubes en acier) et des services d'ingénierie. De plus en plus d'entreprises canadiennes explorent les possibilités d'exploitation minière en Bolivie. La privatisation de la société minière publique, COMIBOL, offrira d'intéressants débouchés aux fournisseurs canadiens.

Électricité et énergie

Il est probable que la consommation d'énergie (qui est actuellement de 1 150 kwh par habitant, en moyenne) doublera au cours des 13 prochaines années. Des investissements massifs seront nécessaires pour réparer et améliorer les installations de production et de distribution. De nouveaux marchés pour l'appareillage électrique canadien pourraient s'ouvrir au Pérou, en Colombie, au Chili, au Brésil, en Argentine, au Venezuela, au Guatemala et en Jamaïque. En Guyane, le financement multilatéral et bilatéral prévu pour la remise en état et l'expansion du secteur de l'électricité ouvrira des créneaux aux fournisseurs canadiens de matériel et de services d'experts-conseils. Au Chili, on prévoit des investissements massifs dans le secteur du transport du gaz naturel, de même que dans le secteur de la production d'électricité en général et de la production d'hydro-électricité en particulier. Compte tenu des capacités de la technologie canadienne dans ces secteurs, les perspectives de vente sont prometteuses dans le

domaine de la houille bitumineuse, des chaudières et des pièces, des services d'ingénierie, des services et produits de protection de l'environnement et des technologies gazières.

Aérospatiale et défense

La libéralisation du commerce et la croissance économique qui en résulte devraient entraîner une augmentation du nombre de voyages intérieurs et de voyages internationaux, particulièrement au Brésil, en Argentine et au Chili, qui ont les plus grands réseaux de transport aérien en Amérique du Sud. La Colombie offre aussi d'excellentes possibilités à cet égard. Il s'agit d'un secteur d'intérêt stratégique à moyen et à long terme, mais les États-Unis dominent depuis toujours le marché civil et militaire de cette région où l'Italie, Israël, l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni sont également présents. À l'exception d'Embraer au Brésil, la fabrication est très limitée dans le secteur de l'avionique en Amérique du Sud.

Par le passé, les activités canadiennes étaient concentrées sur la participation à la FIDAE, la plus grande foire d'avionique en Amérique du Sud, qui a lieu tous les deux ans en mars à l'aéroport Los Cerillos de Santiago. Comme les dépenses militaires diminuent de façon générale dans la région, on met désormais l'accent sur la remise en état et la modernisation du matériel civil et les nouvelles technologies connexes. La lutte contre le terrorisme et la drogue créent aussi des créneaux partout dans la région. Les missions étrangères et canadiennes de haut niveau seront le pivot autour duquel s'articuleront les efforts futurs. La participation à FIDAE 1998, où l'industrie jouera un rôle plus important, pourrait aussi aider certaines entreprises à positionner leurs produits de façon à exploiter de futurs débouchés.

Services commerciaux, professionnels et éducationnels

La région de l'Amérique latine et des Antilles est une région où les entreprises canadiennes de services commerciaux, professionnels et d'enseignement pourront accroître leur activité. Elles occupent en effet des créneaux où l'investissement est jugé prioritaire par les gouvernements de la région désireux de mener à bien les nombreux projets de réforme et de modernisation des structures économiques et sociales. Le perfectionnement professionnel et le développement des ressources humaines font partie des priorités dans tous les secteurs. Le franchisage présente un fort potentiel de croissance en Amérique latine (particulièrement au Brésil, au Chili, en Argentine et en Colombie) et les possibilités sont alléchantes dans le domaine des services de

géomatique (agroentreprise, transports, services publics, communications). L'avenir s'annonce également prometteur dans le domaine de l'enseignement des langues secondes au Brésil, au Venezuela et en Argentine. Les maisons de commerce ont été particulièrement actives dans la région et ont largement contribué à accroître les exportations canadiennes de marchandises vers les Antilles, l'Amérique centrale et la partie sud de la région.

On recommande aux entreprises intéressées par la région d'envisager des formules comme le partenariat, la coentreprise ou la sous-traitance avec des entreprises locales dans leur stratégie de pénétration des marchés. La participation d'entreprises de services locales aux projets aidera à mieux faire connaître les compétences canadiennes et à faire accepter les normes canadiennes. Un projet pilote pour rester au courant des projets financés par la Banque mondiale aidera les entreprises à saisir les possibilités offertes par les IFI.

On encourage aussi les entreprises canadiennes à suivre de près l'évolution de la création de la ZLEA pour tirer parti du cadre commercial et réglementaire qui sera mis en place dans la région et établir des réseaux avec des contacts de premier ordre dans les secteurs prioritaires comme ceux des services bancaires et financiers, des télécommunications et de la mise en valeur des ressources naturelles.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction des relations inter-américaines
et avec l'Amérique du Sud (LSR)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-3877
Télécopieur : (613) 943-8806

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction des relations avec les Antilles
et l'Amérique centrale (LCR)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 992-0384
Télécopieur : (613) 944-0760

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

MEXIQUE

Introduction

Après les graves événements politiques qui se sont produits au Mexique en 1994 et ont préparé le terrain de la terrible crise économique et financière de 1995, certains secteurs de l'économie mexicaine ont graduellement recommencé à progresser au début de 1996. Le secteur des exportations, qui avait bénéficié de la dévaluation du peso, a été le moteur de cette reprise. Après des pointes supérieures à 100 p. 100, les taux d'intérêt sont revenus à des niveaux raisonnables, et le peso s'est stabilisé grâce aux perspectives de baisse du taux d'inflation et au retour des capitaux. L'annonce d'un PIB supérieur aux prévisions pour le premier semestre de 1996 a prouvé le bien-fondé de la politique financière et monétaire du gouvernement. Mais sur le plan proprement intérieur, l'économie a continué de stagner, et il est clair que la population devra encore attendre un certain temps avant de voir son sort s'améliorer. Au cours de 1995, l'inflation devançait de loin les augmentations de salaire, le nombre d'emplois perdus à cause de la crise était évalué à plus de un million et le niveau d'endettement des consommateurs et des entreprises demeurait élevé. Les estimations de croissance du PIB pour 1996 ont été régulièrement révisées à la hausse au cours de la première partie de l'année, et la plupart des analystes estiment que cette croissance pourrait atteindre 3 à 4 p. 100.

Il se peut que la faiblesse du secteur bancaire continue de freiner la croissance en raison de ce qu'il en coûtera au gouvernement dans les années à venir pour mettre en œuvre les programmes de soutien destinés à la fois aux banques et aux débiteurs afin d'empêcher les faillites. Toutefois, le gouvernement poursuit, quoique lentement, les réformes structurelles (privatisation, déréglementation, réforme des pensions) dont le pays a besoin pour atteindre des niveaux élevés de croissance à plus long terme. Le Mexique respecte à la lettre les conditions du programme du FMI et, au milieu de 1996, avait remboursé le gros des fonds qui lui avaient été prêtés en vertu du programme de stabilisation d'urgence.

Le gouvernement mexicain a déclaré qu'il restait fermement déterminé à mener à bien le processus de privatisation et d'élimination des monopoles au cours des deux prochaines années. Les porte-parole du gouvernement reconnaissent qu'ils ne s'attendaient

pas à ce que l'introduction de la concurrence dans des secteurs auparavant soumis au monopole gouvernemental soit d'une telle complexité. Ils se sont par ailleurs heurtés à des résistances dans plusieurs cas.

Contexte commercial

Lorsque le nouveau gouvernement du président Ernesto Zedillo est arrivé au pouvoir en décembre 1994, dans un contexte de grande instabilité politique et économique, il a immédiatement mis en place une politique récessionniste pour contenir l'inflation galopante. Au cours de 1995, le Mexique a vécu ce que les Mexicains ont appelé la crise. Au début de 1996, la situation avait commencé à se stabiliser. Les estimations de la croissance du PIB pour 1996 varient entre 3 et 4 p. 100 et le gouvernement projetait de ramener le taux d'inflation à 20,5 p. 100 en 1996; toutefois, les prévisions du secteur privé se rapprochent davantage de 28 p. 100.

Plusieurs facteurs politiques ont contribué à l'assainissement du climat économique en 1996 et devraient se maintenir en 1997. Le gouvernement Zedillo a, entre autres, entrepris d'éliminer la corruption électorale et de donner plus de pouvoirs aux États; par ailleurs, les partis d'opposition jouent déjà un plus grand rôle, après quelque 70 ans de domination du Parti révolutionnaire institutionnel. De plus, l'élection de 1994 est celle où il y a eu le moins de corruption dans l'histoire du pays.

Après une période d'instabilité du marché au mois de novembre 1995, le peso a repris de la vigueur et se maintient actuellement à environ 7,5 pesos pour 1 dollar américain, sans intervention gouvernementale. Les réserves internationales atteignent 16 milliards de dollars américains, dont 14 milliards en crédit du FMI. Le marché boursier, soutenu par les entrées de capitaux, a donné de bons résultats et, en pesos, a retrouvé sa valeur d'avant la crise. Le gouvernement a réussi son retour sur les marchés internationaux des capitaux, où il est parvenu à vendre des bons d'une valeur de 1,769 milliard de dollars américains. Néanmoins, les marchés demeureront sensibles à toute mauvaise nouvelle, économique ou politique, pour un certain temps encore.

Les fournisseurs canadiens peuvent trouver, dans tous les secteurs de l'économie mexicaine, des débouchés pour les produits et services de même que pour les investissements et la technologie. Aucun secteur industriel et aucune entreprise publique n'ont échappé aux forces du changement qui balaient le Mexique depuis la fin des années 1980. Les fabricants rationalisent leurs activités et modernisent leurs installations pour faire face à l'arrivée de concurrents étrangers. Les fournisseurs de services s'efforcent de devenir plus efficaces et d'offrir les plus récentes innovations à leurs clients. Les compressions budgétaires ont contraint les organismes publics à envisager de nouvelles solutions pour la première fois depuis des décennies. À plus grande échelle, le gouvernement fédéral et les gouvernements des États ont mis sur pied d'ambitieux programmes de modernisation de l'infrastructure obsolète du Mexique, et ils se tournent de plus en plus vers le secteur privé pour les réaliser. Ce contexte offre de nombreuses possibilités aux entreprises canadiennes.

Secteurs prioritaires

Technologies de fabrication de pointe et machinerie industrielle

La fabrication, qui représente le quart du PIB total du pays, est le cœur de l'économie mexicaine. Les entreprises qui connaissent une croissance tirée par les exportations devraient maintenir la tendance à la modernisation établie avant la dévaluation, étant donné que le coût plus élevé de l'équipement peut être plus que compensé par la hausse prodigieuse des ventes à l'exportation en dollars.

À court terme, la demande provenant des petits fabricants du pays sera considérablement freinée par les prix élevés libellés en pesos. Toutefois, les fabricants mexicains doivent se moderniser pour répondre aux exigences de l'exportation, et les entreprises canadiennes qui peuvent utiliser leur savoir-faire à cette fin trouveront, malgré la dévaluation, d'intéressants créneaux.

De nouveaux stimulants fiscaux ont créé d'autres débouchés pour les fournisseurs d'équipement de fabrication de pointe et la taxe sur l'actif a été suspendue.

À plus long terme, le potentiel d'augmentation des ventes est élevé pour tous les types d'équipement de fabrication. Les entreprises mexicaines comprennent désormais les avantages du système de fabrication flexible, et les jeunes ingénieurs formés à l'étranger qui prennent la relève dans les grandes entreprises industrielles créent une demande qui vise aussi bien l'équipement étranger que la capacité de l'utiliser efficacement.

Agriculture et agroalimentaire

Le Mexique offre d'excellents débouchés s'appliquant à une large gamme de produits agricoles et d'aliments transformés canadiens. Le Mexique était en 1995 le septième marché agroalimentaire du Canada, dont les ventes dans ce pays ont atteint 361 millions de dollars. Comme la superficie de l'exploitation agricole moyenne ne dépasse pas cinq hectares, le secteur agricole mexicain n'est pas efficace.

La pénurie d'aliments de bonne qualité pour animaux et de produits génétiques modernes a freiné la production de viande, et une grande partie des terres agricoles du pays est caractérisée par un relief accidenté qui ne se prête pas à la mécanisation. La sécheresse qui a frappé les États du nord a limité encore plus la production, et les entreprises de transformation d'aliments ont de la difficulté à répondre à la demande croissante d'aliments prêts à l'emploi sous emballage attrayant.

Nos deux principaux produits d'exportation sont le blé et la graine de canola, que le Mexique ne produit pas en quantité suffisante pour répondre à la demande intérieure. Le blé canadien a une excellente valeur meunière, et les observateurs estiment que le Canada pourrait doubler ses exportations annuelles et les porter ainsi à deux millions de tonnes. Les Mexicains sont de grands consommateurs d'huile de cuisson, et l'huile de canola est de plus en plus en demande. D'autres produits végétaux pourraient également offrir un bon potentiel, notamment l'orge, les pommes, les pommes de terre de semence et les légumineuses comme les haricots colorés, les lentilles et les pois.

Le Mexique a de plus en plus besoin de bétail et de produits génétiques importés, en particulier les producteurs de produits laitiers et de porcs. Les troupeaux ont souffert de la sécheresse, et l'on s'attend prochainement à une forte demande d'animaux de remplacement.

Le Mexique n'a pas la technologie voulue pour améliorer sa productivité agricole. En dépit des récentes réformes agraires qui leur ont permis de former des coopératives, de louer ou de vendre des terres et d'accroître les économies d'échelle, les petits exploitants agricoles auront besoin des compétences spécialisées de l'étranger pour améliorer leur productivité. Le manque de capitaux et les taux d'intérêt élevés nuisent aux efforts de modernisation, ce qui favorise la création de coentreprises.

Les Canadiens trouveront également des possibilités dans l'industrie mexicaine de la transformation des aliments dont le rythme de croissance n'a pas suivi celui de la population. En outre, la demande d'aliments emballés a augmenté à un rythme supérieur à la croissance démographique. Une grande partie de l'industrie mexicaine est axée sur la viande de transformation et les produits laitiers ainsi que sur les moutures du maïs et du blé.

Les produits à plus grande valeur ajoutée, comme le yogourt et le fromage à faible teneur en matières grasses, le lait ultrapasteurisé, le lait aromatisé et les produits de confiserie, offrent d'excellentes perspectives. Même si les prix élevés des produits importés ont freiné les ventes à court terme, le taux d'inflation qui sévit au Mexique devrait rétablir la compétitivité de certains produits. La viande transformée, en particulier le porc, offre de bonnes possibilités.

Les produits de boulangerie et les pâtes du Canada sont bien cotés au Mexique. Ils sont faits de farine de blé canadienne de qualité supérieure et, jusqu'à la dévaluation, leur prix était concurrentiel. La hausse du coût du blé au Mexique devrait compenser les effets de la dévaluation sur les prix à moyen terme.

Les produits du poisson présentent également des possibilités pour les producteurs canadiens. La demande de nouveaux produits du poisson en conserve a augmenté. Le saumon à transformer au Mexique offre également un potentiel considérable encore inexploité.

L'accroissement des exportations de produits agricoles et alimentaires canadiens est limité par les principaux facteurs suivants : le coût élevé du financement, les barrières non tarifaires et le manque d'efficacité du système de distribution.

La réglementation gouvernementale, en particulier les règlements sanitaires et phytosanitaires, constitue une entrave au commerce. De nombreux produits doivent être autorisés avant l'importation. Souvent l'établissement de relations d'affaires avec un importateur permet d'accélérer les expéditions.

Le Mexique a commencé à remplacer son système de prix fixe garanti des cultures par un programme de subventions agricoles directes appelé PROCAMPO, qui vise le maïs, le blé, les haricots secs, le soja, le riz, le coton et le sorgho. Ce programme, étalé sur 15 ans, a pour objectif d'aligner progressivement les prix intérieurs sur les prix internationaux. Si l'on en croit les analystes, à long terme cette décision devrait avantager les exportateurs canadiens, à mesure que les producteurs mexicains abandonneront le blé au profit de produits horticoles plus intéressants.

La distribution des produits alimentaires n'est pas très efficace. Les organismes publics responsables des importations de produits agroalimentaires ne disposent pas de l'infrastructure requise pour faciliter les expéditions. Les grandes chaînes de supermarchés s'attendent à ce que les produits soient livrés à chaque magasin et exigent beaucoup de soutien après-vente de la part du fournisseur. Les chaînes américaines qui ont formé des coentreprises avec des détaillants mexicains ont donc un avantage. Les entreprises canadiennes qui se lancent sur ce marché auront besoin d'un partenaire mexicain et, de préférence, d'un partenaire qui dispose d'entrepôts. La formation de coentreprises avec les fabricants mexicains peut également aider à contourner ces contraintes.

Produits et services culturels et éducationnels

Le processus de libéralisation des échanges a amené les Mexicains à se tourner vers l'étranger, plus que jamais auparavant. En particulier, la nécessité de recourir à des technologies et à des méthodes commerciales étrangères crée une forte demande de formation technique, commerciale et linguistique.

Les établissements d'enseignement canadiens jouissent d'une bonne réputation au Mexique. La faiblesse relative des frais de scolarité, la facilité d'obtention des visas, la sécurité et la propreté des collectivités urbaines ainsi que la qualité de l'enseignement pourraient renforcer la position des universités canadiennes si elles étaient mieux connues.

Le marché de l'édition est particulièrement porteur. Si les ouvrages publiés en Espagne sont très répandus, ils ne conviennent pas toujours aux lecteurs mexicains à cause de différences linguistiques et culturelles. Les éditeurs canadiens pourraient obtenir les droits de publication, pour le Mexique, de manuscrits en espagnol et les faire publier par des éditeurs mexicains. Les adaptations destinées au marché mexicain peuvent parfois être mises en marché dans d'autres pays d'Amérique latine dont le marché est trop petit pour permettre des éditions nationales. Le secteur mexicain des livres pour enfants et adolescents, de même que celui des manuels pratiques, offre aussi de bonnes possibilités.

Avec la croissance rapide du système d'éducation mexicain, les bibliothèques publiques et scolaires ont constamment besoin de livres. Le marché du CD-ROM est prometteur, mais limité par le petit nombre d'ordinateurs.

Le Mexique possède deux cinémas IMAX qui offrent des possibilités de coproduction. L'industrie mexicaine du cinéma est également en quête de nouvelles technologies, de compétences spécialisées et d'équipement.

Sur le marché des arts visuels, le Mexique, qui a de nombreux collectionneurs privés, présente d'intéressantes possibilités aux galeries d'art canadiennes. De plus, les musées mexicains peuvent être intéressés par la technologie canadienne.

La restructuration de l'économie mexicaine alimente la demande de formation industrielle et, en 1995, 10 000 Mexicains sont allés à l'étranger pour recevoir ce type de formation. Le pays a grand besoin de programmes de formation destinés aux formateurs pour permettre aux Mexicains ayant étudié à l'étranger de transmettre leurs nouvelles connaissances à leurs collègues. Par ailleurs, le facteur coûts accroît la popularité des didacticiels.

Le Mexique, qui investit énormément dans l'expansion de son réseau d'enseignement public, a besoin de consultants, en particulier pour les grands projets subventionnés par la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement.

En réponse aux initiatives gouvernementales, les écoles publiques et privées cherchent activement des solutions de remplacement aux méthodes d'enseignement traditionnelles, en particulier le télé-apprentissage, pour rendre l'éducation plus accessible à moindre coût.

La formation linguistique est un autre marché en développement. Il y a environ 600 écoles de langues enregistrées au Mexique, et la plupart des observateurs estiment que le marché est saturé. Toutefois, les programmes d'immersion à l'étranger représentent une possibilité à exploiter. Même après la dévaluation, en 1995, quelque 43 000 étudiants étaient inscrits à des programmes non universitaires d'enseignement de l'anglais langue seconde au Mexique et à l'étranger. Environ 10 p. 100 d'entre eux étudiaient dans d'autres pays. Si le français est moins populaire comme deuxième ou troisième langue, le pays demeure néanmoins un marché intéressant pour les entreprises canadiennes d'enseignement du français langue seconde.

Malgré leur excellente réputation au Mexique, les Canadiens ont de la difficulté à accroître leur part de ces marchés, du fait que les divers établissements d'enseignement et entreprises culturelles sont peu connus. Par conséquent, l'offre est fragmentée, se répartissant entre de nombreux établissements. Les principaux fournisseurs d'information sur les universités canadiennes disent avoir de la difficulté à obtenir des calendriers et d'autres documents. De leur côté, les observateurs du secteur industriel déclarent que les formateurs canadiens ont moins bien réussi que leurs concurrents américains à adapter leurs produits et services au marché mexicain. Les possibilités d'édition sont surtout associées aux ententes de co-édition, car le marché des publications anglaises et françaises est très petit. Il est donc essentiel d'établir des contacts avec des partenaires potentiels avant de se lancer sur le marché.

Équipement et services de production d'électricité

Abandonnant complètement sa politique antérieure, la Commission fédérale d'électricité fera appel au secteur privé et se fera livrer des projets clés en main pour environ 60 p. 100 de son programme d'expansion. Jusqu'à tout récemment, l'énergie était exclue du processus de privatisation du gouvernement, parce qu'elle était réservée à l'État en vertu de la constitution mexicaine.

Au cours du mandat de l'ex-président Carlos Salinas, les restrictions s'appliquant à l'électricité ont été progressivement assouplies. Une nouvelle loi sur l'électricité, entrée en vigueur le 1^{er} décembre 1992, maintenait le monopole de la Commission sur la production et la distribution de l'électricité vendue au public, mais autorisait pour la première fois la production, par les consommateurs industriels, de l'électricité dont ils ont besoin.

Selon le scénario de forte demande du secrétariat de l'Énergie, des Mines et des Industries d'État, le pays aurait besoin d'une nouvelle capacité de production de 14 639 mégawatts pour répondre à la demande prévue pour 2003, dont 6 479 mégawatts proviendront d'installations construites par la Commission. Le Mexique demanderait donc au secteur privé de fournir les 8 160 mégawatts supplémentaires, en plus des systèmes connexes de transmission et de distribution. S'ajoutent à cela les nouvelles installations pour consommation privée des entreprises ou des groupes industriels. De plus PEMEX (Petróleos Mexicanos), la société pétrolière d'État, exploite son propre système de production d'électricité, d'une capacité de 2 000 mégawatts, et a continuellement besoin d'étendre et de moderniser ses installations.

En vertu de la nouvelle réglementation environnementale, qui entrera en vigueur en 1998, les nouvelles centrales du gouvernement seront alimentées au gaz naturel. On incitera également les propriétaires de centrales privées à utiliser le gaz naturel, et nombre des anciennes centrales seront converties.

Aucune centrale de la Commission n'a encore été construite par le secteur privé, et les grands projets de centrale ont connu d'importants retards. Néanmoins, la Commission poursuit les procédures de passation de marchés afin de réaliser ce plan. Au début de 1995, un consortium d'entreprises américaines et mexicaines de services publics et d'ingénierie a reçu une concession pour la construction d'une centrale thermoélectrique dans l'État de Chihuahua, dans le Nord. La centrale, qui porte le nom de Samalayuca 11, aura une capacité totale de 700 mégawatts produits par trois unités séparées et coûtera 650 millions de dollars américains.

Au mois d'août 1995, la Commission a annoncé qu'elle lancerait sous peu des appels d'offres pour la construction de six autres centrales. Elle a de plus révélé que, d'ici l'an 2000, elle ferait construire par des producteurs privés 13 nouvelles centrales, d'une valeur approximative de 8,5 milliards de dollars américains. Ces centrales seront très probablement construites dans le cadre d'un contrat de construction-location-transfert, une option autorisée en vertu de la loi mexicaine.

Les experts de l'industrie sont d'avis que l'actuel plan décennal de développement du secteur mexicain de l'électricité présente des lacunes à bien des égards. D'abord, il s'appuie sur des projections de croissance du PIB qui ne sont plus réalistes. Par

ailleurs, il ne tient pas compte des effets de la hausse des prix de l'énergie sur la demande. Un nouveau plan énergétique quinquennal (de 1995 à 2000) a été diffusé par le secrétariat de l'Énergie en 1996, mais les experts en énergie n'ont pas terminé leur évaluation et l'on n'est pas sûr de son effet, à court terme, sur la demande d'équipement et de services.

Par ailleurs, le financement par contrats de construction-exploitation-transfert est nouveau au Mexique, et le dossier devrait évoluer lentement, d'autant plus que le gouvernement a d'autres sujets de préoccupation à l'heure actuelle. La construction de centrales privées a également été entravée par l'absence de règles de base claires, notamment le barème des prix de l'énergie excédentaire qui doit, en vertu de la loi, être vendue à la Commission.

En dépit de ces contraintes, il est clair que le secteur mexicain de l'énergie doit progresser pour répondre aux besoins d'une population en pleine croissance et faciliter l'essor de l'industrie. Dans une étude publiée en 1995, la Commission prévoyait qu'après la dévaluation du peso la consommation d'électricité continuerait de progresser à un rythme annuel de plus de 5 p. 100 et nécessiterait des investissements de 30 milliards de dollars américains dans le secteur. Même si les détails de cette expansion demeurent inconnus, les perspectives sont évidentes : le marché est porteur pour les entreprises qui adoptent une stratégie à moyen et à long terme.

Pour tirer parti de ces possibilités, les entreprises canadiennes doivent être inscrites auprès de la Commission. Elles doivent aussi se faire connaître des acheteurs mexicains et, pour cela, établir une présence à long terme.

Équipement et services pétroliers et gaziers

L'énergie est le secteur le plus important de l'économie mexicaine. Le pays possède environ 5 p. 100 des réserves de pétrole et 1 p. 100 des réserves de gaz naturel du monde et fournit 4,5 p. 100 de la production mondiale de pétrole. Certains gisements pétroliers du Mexique sont parmi les plus productifs du monde.

Quatre-vingt-quinze pour cent des 7,8 quadrillions de BTU d'énergie primaire sont produits sous forme de pétrole et de gaz. Le pétrole, à lui seul, représente plus des trois quarts du total, mais le gouvernement a annoncé une nouvelle politique d'exploitation du gaz naturel.

PEMEX, la société pétrolière d'État, est le seul producteur de pétrole et de gaz du Mexique. L'article 27 de la constitution du Mexique lui confère le monopole en matière d'exploration et de production pétrolières. Jusqu'à récemment, la réglementation des prix et les politiques d'approvisionnement protectionnistes ont empêché la société d'atteindre les niveaux d'efficacité propres aux entreprises d'envergure internationale, mais la situation a commencé à changer avec la libéralisation du contexte commercial. PEMEX a lancé un vaste programme de modernisation, en grande partie fondé sur la technologie étrangère. En particulier, le secteur du gaz naturel, y compris la distribution, le stockage et le transport, est déjà plus ouvert. Les efforts du Mexique visant à la fois la modernisation, l'expansion et l'assainissement du secteur de l'énergie accroîtront considérablement la demande d'équipement, de fournitures et de services importés.

En 1995 et en 1996, le pays a stimulé la production et les exportations pour stabiliser l'économie après la dévaluation du peso, mais l'expansion devrait se poursuivre pour soutenir le rythme rapide de la croissance démographique. Certains estiment que le Mexique devra doubler sa capacité de raffinage.

La dévaluation a eu pour effet d'accélérer les plans visant à élargir le rôle du secteur privé. Jusqu'à ce jour, le gouvernement a annoncé que 61 usines pétrochimiques secondaires seraient mises en vente et que la transmission, la distribution et le stockage du gaz naturel seraient également privatisés et accessibles à l'investissement étranger.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction du Mexique
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 992-0385
Télécopieur : (613) 996-6142

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

ASIE-PACIFIQUE

Introduction

La région de l'Asie-Pacifique possède des marchés qui affichent les plus fortes croissances du monde. Ces marchés sont aussi variés que les pays eux-mêmes et présentent des possibilités pour presque tous les secteurs d'activité du Canada. Avec les géants économiques que sont le Japon, la Chine, l'Inde et la Corée, et les nouveaux pôles de développement que représentent l'Indonésie, la Malaisie et la Thaïlande, sans oublier l'Australie et la Nouvelle-Zélande, cette région est le moteur de la croissance économique mondiale.

Si l'accès à ces marchés n'est pas facile en raison des obstacles linguistiques et culturels d'une part et de méthodes commerciales fort différentes d'autre part, le dynamisme et l'innovation des sociétés de l'Asie-Pacifique font contrepoids à ces difficultés. Des enceintes multilatérales comme l'APEC et des regroupements sous-régionaux comme l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) créent des liens entre ces cultures et ces pays très différents. Dans son effort de pénétration de ces marchés, le Canada a l'avantage de compter parmi ses citoyens un grand nombre de Canadiens d'origine asiatique dont l'immense potentiel de créativité, les compétences linguistiques et la connaissance de la culture constituent un atout.

En 1995, les exportations de marchandises canadiennes vers la région ont totalisé plus de 26 milliards de dollars. Il importe de mentionner que ces exportations ont commencé à se diversifier, englobant des secteurs à plus forte valeur ajoutée. Tout en continuant d'être un important exportateur de colza canola et de blé, de pâte de bois et de bois d'œuvre, et de charbon et d'aluminium, le Canada s'est rapidement taillé une place sur d'autres fronts et figure maintenant au nombre des principaux exportateurs de matériel de télécommunications, de logiciels, d'avions d'affaires et d'hélicoptères. Les Canadiens progressent à pas de géant dans les secteurs des services en pleine expansion des pays de l'Asie-Pacifique, où leurs compétences dans le domaine des transports, des communications, de l'énergie, de l'environnement, des finances et de l'éducation se révèlent à la hauteur des énormes besoins d'infrastructure de l'Asie, qui se chiffrent à plus de 200 milliards de dollars par an.

La hausse des revenus personnels et l'évolution des styles de vie font de l'Asie un marché en plein essor pour le tourisme, les industries culturelles et les produits agroalimentaires transformés. Avec des taux d'épargne dépassant 30 p. 100, l'Asie de l'Est dispose d'une énorme source de capital d'investissement pour les secteurs de la fabrication, de l'exploitation des ressources et de la recherche-développement.

L'expansion des marchés d'exportation de la région Asie-Pacifique a été l'un des grands objectifs du gouvernement canadien pour favoriser la création d'emplois et la croissance sur le territoire national. Les missions d'Équipe Canada en Chine, en 1994, et dans l'Asie du Sud et du Sud-Est, en janvier 1996, ont été les éléments clés de la stratégie canadienne en matière de promotion commerciale. Au cours de la visite d'Équipe Canada en 1996, sous la direction du Premier ministre Jean Chrétien, des contrats d'une valeur de 8,7 milliards de dollars ont été conclus. En janvier 1997, une mission d'Équipe Canada s'est rendue en Corée du Sud, aux Philippines et en Thaïlande.

Les missions d'Équipe Canada ont montré que le Canada était un concurrent de taille sur les marchés asiatiques et ont eu de nombreuses retombées commerciales pour les Canadiens. Elles continueront d'ouvrir des portes aux entreprises canadiennes sur ces nouveaux marchés et leur succès encouragera un plus grand nombre de sociétés à explorer les possibilités en Asie.

APEC

En 1997, le Canada sera l'hôte du Forum de l'APEC, qui se terminera en novembre par une réunion des ministres des Affaires étrangères et du Commerce des pays membres de l'APEC et par une rencontre de leurs leaders économiques. Tout au long de l'année, le Canada aura pour mission de faire progresser le programme de libéralisation et de facilitation du commerce et de l'investissement de l'APEC, ainsi que les activités de promotion de la coopération économique et technique.

En ce qui concerne l'APEC, les consultations auprès des représentants du monde des affaires, jugées cruciales pour assurer une concordance entre l'APEC et les intérêts et aspirations du secteur

privé canadien, continuent d'orienter la politique du Canada. Les efforts canadiens en 1997 continueront à s'articuler selon une stratégie de partenariat faisant appel à tous les paliers de gouvernement et au secteur privé. Des activités sont prévues dans toutes les régions du pays pour sensibiliser davantage les entreprises canadiennes aux possibilités d'affaires de la région et encourager les exportateurs actuels et nouveaux. Toutes les activités liées à l'APEC en 1997 concourront à la réalisation des buts précisés dans la *Stratégie canadienne pour le commerce international*.

Année canadienne de l'Asie-Pacifique

Pour créer un effet de synergie, 1997 a été proclamée officiellement l'Année canadienne de l'Asie-Pacifique (ACAP). L'ACAP sera multisectorielle. Elle mettra à contribution les entreprises, les universités, les organismes culturels, les jeunes, les médias, etc. En fait, elle portera non seulement sur les pays de l'APEC mais sur l'Asie toute entière; elle s'étendra sur toute l'année civile et entraînera la participation de tout le Canada. L'objectif de l'ACAP est de sensibiliser les Canadiens à l'Asie. Son programme sera conçu de manière à renforcer la capacité de notre pays à prendre sa place dans le siècle prochain, que d'aucuns appellent le « Siècle du Pacifique ».

Pour s'acquitter de son rôle au cours de l'ACAP, le gouvernement du Canada fournira le cadre général (notamment logo, publications telles que des guides et des bulletins) et contribuera à la collecte de fonds et aux activités de promotion, en plus d'être le maître d'œuvre des grandes manifestations organisées au cours de l'année. Il travaillera en partenariat avec les provinces, les municipalités, le monde des affaires, les groupes ethnoculturels asiatiques, les établissements d'enseignement, les représentants de divers gouvernements asiatiques au Canada, la Fondation Asie-Pacifique du Canada et d'autres organismes. Toutes les initiatives qui prendront place pendant l'ACAP ne seront pas nouvelles, mais on s'efforcera de donner aux événements un cachet asiatique, et certains seront mis sur pied spécialement pour l'année.

Japon

Introduction

Malgré une récession récente et des difficultés d'ajustement structurel, l'économie du Japon, qui se chiffre à cinq billions de dollars, continue d'exercer

une influence considérable sur le reste du monde, particulièrement le Canada. Ce pays connaît encore d'importants changements politiques et sociaux, qui globalement offriront d'exceptionnels débouchés aux entreprises canadiennes. Avec une valeur de 12 milliards de dollars en 1995, les exportations canadiennes vers le Japon ont enregistré une hausse de 23 p. 100 et ce, immédiatement après deux années d'augmentations annuelles de plus d'un milliard de dollars.

Parallèlement, le Canada doit relever des défis de taille sur son deuxième marché d'exportation, car une part considérable des 12 milliards de dollars de marchandises canadiennes exportées au Japon est constituée de matières premières. Même si le Canada est appelé à conserver sa part du marché dans ces secteurs traditionnels d'exportation, la croissance réelle à long terme se situe ailleurs. La fermeté du yen, la déréglementation intérieure et le raffinement croissant des consommateurs ont pour effet de délocaliser la production de base et de stimuler l'importation de produits à valeur ajoutée.

Les résultats fort satisfaisants dont font état les entreprises canadiennes dans les secteurs de croissance de cette économie, ont incité le monde des affaires du Canada à élaborer un projet d'ensemble pour le marché japonais. Cette vision globale de ce qui peut être accompli avec le temps sur le territoire nippon est décrite dans le *Plan d'action du Canada pour le Japon*. Ce plan, qui bénéficie de l'appui du gouvernement fédéral et des provinces, articule à l'intention du secteur privé un ensemble de stratégies qui permettront au Canada de réaliser son plein potentiel dans les secteurs à forte croissance de l'archipel.

Contexte commercial

Dans les années 80 et au début des années 90, le taux moyen de croissance économique du Japon a été le plus élevé de tous les grands pays industrialisés, faisant de ce pays la deuxième puissance économique mondiale, après les États-Unis. En dépit du ralentissement actuel, les bases sont solides et le Japon demeurera le plus important partenaire commercial du Canada outre-mer. Le Japon est devenu un marché dynamique et vaste, de plus en plus friand de produits importés; il offre donc des possibilités à la fois uniques et financièrement intéressantes pour les fournisseurs étrangers.

Il n'est pas facile de pénétrer le marché japonais. De fait, peu de pays exigent qu'on leur consacre autant de dépenses et de temps. Néanmoins, les

entreprises canadiennes sont de plus en plus nombreuses à constater que, malgré les efforts et les sommes nécessaires, le Japon est un marché lucratif, indispensable dans le cadre d'une stratégie commerciale mondiale. Il offre par ailleurs l'avantage de la stabilité.

Débouchés commerciaux

Le *Plan d'action du Canada pour le Japon* met en évidence des possibilités dans les secteurs prioritaires suivants.

Produits du poisson

Le Japon est le plus grand marché au monde pour les produits du poisson importés. Il absorbe plus du tiers des exportations mondiales et le Canada est son huitième fournisseur. Les produits de la pêche offrent de bonnes perspectives, car les prises japonaises continuent de diminuer et les produits d'élevage ne suffisent pas à la demande.

Le Japon compte de plus en plus sur les importations pour l'approvisionnement de son marché intérieur, et celles-ci sont passées de 25 p. 100, en 1987, à plus de 42 p. 100 en 1994. Les exportations canadiennes ont augmenté au même rythme que la valeur et le volume des produits importés par le Japon. La proportion des travailleurs japonais de sexe masculin âgés de 40 ans et plus, dans le domaine de la pêche en mer, est passée de 60,3 p. 100, en 1988, à 66,5 p. 100 en 1994. Cette situation n'est pas sans incidence sur la quantité de poisson capturée et sur le coût de la main-d'œuvre dans les entreprises de transformation du poisson; elle explique l'accroissement des investissements japonais dans les installations de transformation à l'étranger, dont certaines se trouvent au Canada. Il y a place pour d'autres investissements.

Produits forestiers et matériaux de construction

Depuis plusieurs années, le Japon est au premier rang des marchés étrangers du Canada pour les produits forestiers, surtout le bois d'œuvre et la pâte et le papier. En 1995, les exportations canadiennes de ces produits vers le Japon ont dépassé 4,8 milliards de dollars, dont 2,6 milliards de dollars de matériaux de construction en bois, notamment le bois d'œuvre et le contreplaqué. Les sciages de résineux canadiens comblent une grande partie des besoins du Japon, dont le secteur de l'habitation est en plein essor. Avec environ 1,5 million de mises en chantier par an, c'est le plus important marché au monde. Le Canada

élargit sa part du marché des produits finis tels que les portes, les fenêtres et les armoires de cuisine. En 1995, le Canada est devenu le principal fournisseur du Japon en maisons préfabriquées importées. Grâce à nos efforts de promotion, nos ventes à l'exportation de produits finis ont doublé, et cette croissance devrait se poursuivre dans un avenir prévisible.

Pour faciliter les exportations canadiennes de matériaux de construction à valeur ajoutée vers le Japon, nous participons actuellement à des discussions bilatérales en vue d'en arriver à la reconnaissance mutuelle des normes applicables aux matériaux de construction. Une étape importante a été franchie en ce sens le 19 décembre 1995, puisque à cette date le ministère de la Construction du Japon a accordé aux Laboratoires des assureurs du Canada (ULC) le statut d'« organisme d'essai étranger », ce qui leur permet d'effectuer l'essai de certains matériaux de construction pour s'assurer qu'ils sont conformes aux normes japonaises. On s'attend à d'autres progrès sous peu dans des domaines comme la construction d'immeubles d'habitation de trois niveaux à ossature de bois et l'approbation des classes de bois d'œuvre établies par la Commission nationale de classification des sciages (NLGA). Les initiatives de ce genre visent à réduire d'un tiers le coût des habitations japonaises d'ici l'an 2000. Pour un nombre croissant d'entreprises canadiennes, le marché dynamique du Japon s'est révélé fort lucratif ces dernières années, comparativement aux marchés déprimés du Canada et des États-Unis.

Produits alimentaires transformés

Le Japon est le plus grand importateur net de produits agricoles et alimentaires. Les entreprises qui sont prêtes à s'engager à long terme sur ce marché, à adapter leurs produits aux goûts des consommateurs et à respecter des normes de qualité rigoureuses peuvent s'attendre à tirer parti de la croissance de ce marché dynamique.

Avec une part de 5 p. 100 du marché japonais, le Canada est le cinquième fournisseur du Japon pour les produits alimentaires d'origine agricole et transformés, et le Japon constitue le deuxième marché d'exportation du Canada. Les importations de produits agroalimentaires continueront de progresser, car la consommation augmente plus rapidement que la production intérieure. La pénurie de main-d'œuvre, la politique d'aménagement du territoire et les programmes de soutien des prix exercent une pression à la hausse sur les coûts de production intérieurs et, de ce fait, rendent les importations plus concurrentielles. Ces facteurs stimulent également l'intérêt

des Japonais pour l'établissement d'installations de production à faible coût à l'étranger. Bien qu'une grande partie de l'investissement à l'étranger se fasse dans les autres pays d'Asie, il y a des possibilités pour les entreprises canadiennes, surtout en ce qui concerne les aliments surgelés, les biscuits, la confiserie et les amuse-gueule.

Le nouveau paysage démographique crée aussi de nouveaux débouchés. L'accroissement du nombre de familles à deux revenus, la diminution de la taille des familles et le remplacement de la famille étendue traditionnelle par les ménages célibataires, tous ces changements élargissent le marché des plats préparés, car les consommateurs n'ont plus autant de temps à consacrer aux courses et à la préparation des repas. La concurrence s'intensifie entre les fournisseurs du secteur de la restauration, qui s'élargit en raison d'un nombre croissant de clients. Les restaurateurs sont ouverts aux idées nouvelles qui leur permettront de conserver et d'augmenter leur clientèle tout en réduisant les coûts, particulièrement si la main-d'œuvre requise pour préparer les aliments peut être réduite au minimum.

Tourisme

Parmi les facteurs favorables dans ce secteur, mentionnons l'appréciation substantielle du yen par rapport aux autres devises, un programme quinquennal qui encourage les voyages à l'étranger, l'évolution du style de vie des Japonais et les efforts de promotion extrêmement concurrentiels déployés par l'industrie canadienne du tourisme. Malgré le ralentissement de la croissance économique, les observateurs de l'industrie touristique prévoient que, d'ici l'an 2000, plus de 20 millions de Japonais feront des voyages à l'étranger chaque année. Pour stimuler le tourisme entre le Canada et le Japon, les deux gouvernements ont annoncé la mise en place d'un programme intitulé « Tourisme réciproque 21 ». Ce programme est un effort concerté de promotion du tourisme international à grande échelle, maintenant et au début du XXI^e siècle. Si l'on compte atteindre le principal objectif d'accroissement des recettes grâce, en partie, à un plus grand nombre d'arrivées, l'augmentation des dépenses par voyage représente un autre volet essentiel de la stratégie. On continuera de mettre l'accent sur les segments du marché du voyage japonais qui offrent le plus fort rendement.

Technologies de l'information

Logiciel : Le Japon est le deuxième marché mondial du logiciel. Les importations, dont 90 p. 100 provenaient des États-Unis, ont atteint 259 milliards de yens en 1994. Les exportations canadiennes vers le Japon ne représentaient que 3 p. 100 des importations (100 millions de dollars).

L'entrée de logiciels standard importés a été accélérée par l'arrivée de Windows 3.1J et de Windows 95 (version japonaise), qui ont simplifié l'adaptation des logiciels au Japon, c'est-à-dire la traduction en japonais et le transfert de ces produits sur les plates-formes logicielles locales. Les ventes de Windows 95 au Japon ont été très fortes, puisque plus de 3,8 millions d'exemplaires du logiciel se sont vendus entre novembre 1995 et mars 1996. Ces chiffres devaient doubler pendant le reste de l'année 1996.

Le multimédia et la réseautique représentent deux nouveaux créneaux importants pour les fabricants canadiens de logiciels, à mesure que des systèmes plus petits et plus souples dotés de serveurs puissants remplacent progressivement les gros ordinateurs. Les ventes d'ordinateurs personnels au Japon sont en plein essor, avec une croissance prévue de 30 p. 100 en 1996, qui portera le nombre de ventes à 7,5 millions d'unités (sur le marché intérieur).

Télécommunications : Le Japon est le marché le plus important et le plus évolué à l'extérieur des États-Unis. Il présente d'énormes possibilités pour les entreprises canadiennes. L'investissement prévu pour la mise en place d'une infrastructure à fibres optiques en 1996 dépassera 6,8 milliards de dollars. Les pressions intérieures et internationales en faveur d'une déréglementation des télécommunications, comme la restructuration de Nippon Telephone and Telegraph (NTT), ne se relâchent pas; le morcellement de NTT en sociétés régionales d'exploitation de télécommunications plus petites qui résultera d'une telle décision ouvrira de nouveaux marchés pour le matériel et les services. (Si l'on en croit le ministère des Postes et Télécommunications, cette ouverture aura lieu en 1998.) Les marchés peu développés du réseau Internet et de la télédistribution connaissent aussi une forte croissance. L'utilisation des téléphones cellulaires continue de dépasser toute attente, le nombre total d'abonnés étant passé d'à peine plus de 4,6 millions à près de 11 millions d'avril 1995 à avril 1996 (soit une augmentation de 136,1 p. 100).

Les entreprises canadiennes, qu'elles soient des fournisseurs de matériel, des intégrateurs de systèmes ou des fournisseurs de service, profitent d'un meilleur accès au marché japonais, par suite des négociations d'un accord-cadre entre les États-Unis et le Japon.

Il se peut que les fabricants canadiens de matériel de télécommunications sans fil trouvent complexe l'environnement réglementaire du Japon. Les produits de télécommunications câblées et sans fil sont soumis à des essais auprès de deux organismes distincts au Japon et les accords de reconnaissance mutuelle conclus entre le Canada et le Japon ne s'appliquent qu'à l'essai des machines câblées.

Produits de consommation

Produits utilisés pour les soins de santé et appareils médicaux : Au Japon, la demande de produits et de services médicaux ou utilisés pour les soins de santé a progressé rapidement au cours des cinq dernières années. Le marché des appareils médicaux a connu une augmentation constante de 5,4 p. 100 par an et le marché des soins de santé devrait croître de 8 à 10 p. 100 par an au cours des 10 à 15 prochaines années. Les estimations de ce marché varient entre 8 et 20 billions de yens (source : Japan Export Trade Organization), selon la définition retenue pour le secteur.

Le gouvernement japonais envisage d'accroître ses dépenses pour améliorer les soins de santé à domicile et pour l'achat de produits et services destinés aux personnes âgées et aux personnes handicapées. La position concurrentielle des importations est renforcée par les coûts élevés de la fabrication au Japon, par l'internationalisation et par le désir des entreprises japonaises de conclure des ententes de partenariat et des alliances avec des sociétés étrangères.

Les sous-secteurs les plus prometteurs sont ceux de l'équipement d'imagerie diagnostique, du matériel et des fournitures dentaires, des dispositifs à implanter, des produits de soins de santé à domicile et de l'équipement médical d'urgence. Les produits les plus en demande pour les soins de santé sont les fauteuils roulants, les prothèses auditives, les couches jetables, l'équipement de réadaptation et les toilettes portatives.

Meubles : La production nationale de meubles au Japon était estimée à deux billions de yens en 1995 (chiffres obtenus à partir de données fournies par de grands fabricants et d'estimations pour les petites sociétés). Le Japon a importé des meubles et des

éléments de meubles d'une valeur de 230,3 milliards de yens (augmentation de 10,3 p. 100 par rapport à 1994). Voici la répartition de ces importations : meubles en bois : 122,5 milliards de yens (augmentation de 15,9 p. 100); meubles en rotin : 13,4 milliards de yens (diminution de 8,8 p. 100); meubles en métal : 42,2 milliards de yens (augmentation de 17,6 p. 100); autres : 6,3 milliards de yens (augmentation de 5,6 p. 100) et éléments de meubles : 45,7 milliards de yens (augmentation de 0,9 p. 100).

La majorité des importations proviennent de l'Asie du Sud-Est, le reste étant réparti à peu près également entre les États-Unis (27,7 milliards de yens, une diminution de 0,1 p. 100 par rapport à 1994) et l'Europe. Les ventes de meubles canadiens au Japon augmentent à mesure que les Japonais connaissent mieux les compétences et les catégories de prix de l'industrie canadienne. Les exportations ont progressé, passant de 3,2 millions de dollars, en 1991, à quelque 14 millions de dollars en 1996 (chiffre estimatif). La croissance devrait se poursuivre, car les taux de change favorables et les coûts élevés de fabrication sur le marché intérieur encouragent les grossistes, les détaillants et les fabricants japonais à acheter au Canada. La popularité croissante des habitations de style occidental incite les consommateurs à se tourner vers les meubles importés, les styles choisis étant ceux qui ont du succès en Amérique du Nord et en Europe. Toutefois, les coûts élevés du transport pour acheminer les meubles au Japon et à l'intérieur de l'archipel demeurent un obstacle. Les perspectives de ventes de meubles aux établissements publics et de ventes sous contrat à des hôpitaux et à des établissements de soins sont plus prometteuses, car le Japon applique sa stratégie axée sur le marché de la génération d'âge mûr. En revanche, le marché de l'ameublement de bureau demeure stagnant.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction du Japon
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-1281
Télocopieur : (613) 943-8286

Chine et Hong Kong

Introduction

En plus d'être la septième puissance économique mondiale par son PIB, la Chine apparaît comme le moteur économique de la région Asie-Pacifique. L'envergure et la portée de sa transformation économique spectaculaire sont, dans un avenir prévisible, les garants du maintien d'une croissance économique soutenue, caractérisée par une augmentation du PIB de 10,2 p. 100 en 1995. Dans les trois prochaines années, le monde des affaires du Canada devrait s'attendre à la poursuite d'une réforme économique graduelle, à une gestion macro-économique serrée et à une croissance encore encourageante, de 8 à 9 p. 100.

La Chine est maintenant le quatrième pays d'exportation du Canada, le commerce bilatéral ayant atteint le chiffre record de 8,1 milliards de dollars en 1995. La portion des exportations canadiennes représente plus de 3,2 milliards de dollars, soit une hausse impressionnante de 50 p. 100 par rapport aux exportations de 1994, qui s'élevaient à 2,1 milliards de dollars. Les céréales, dont les ventes sont évaluées à plus de 1,2 milliard de dollars, demeurent la marchandise canadienne la plus exportée en Chine, mais les produits manufacturés occupent une place qui augmente constamment depuis 20 ans et représentent maintenant 43 p. 100 de l'ensemble des ventes.

Si l'expansion des relations commerciales entre le Canada et la Chine est d'abord attribuable à la persévérance des entreprises canadiennes qui s'efforcent de pénétrer les marchés chinois, la qualité des relations que le Canada entretient depuis longtemps avec ce pays — 26 ans de relations diplomatiques en octobre 1996 — a également joué un rôle important. Les nombreux échanges bilatéraux sur le commerce, notamment la mission d'Équipe Canada dirigée par le Premier ministre Jean Chrétien en novembre 1994 et la visite du Premier ministre Li Peng au Canada en octobre 1995, ont créé une atmosphère propice à la poursuite de l'expansion des rapports commerciaux.

Hong Kong demeure un marché dynamique qui s'intègre de plus en plus à la Chine. L'île constitue un immense entrepôt pour le commerce avec la Chine, puisque 37 p. 100 environ du flux commercial mondial de la Chine lui est attribuable et que 69 p. 100 à peu près des investissements effectués en Chine passent par Hong Kong. En hausse par rapport aux 898 millions de dollars enregistrés en 1994,

les exportations canadiennes vers Hong Kong ont dépassé 1,38 milliard de dollars en 1995, faisant ainsi de Hong Kong le 10^e marché d'exportation du Canada.

Contexte commercial

Le neuvième plan quinquennal de la Chine (1996-2000), annoncé au printemps 1996, vise la stabilité économique et sociale plutôt qu'une réforme radicale, le renforcement du contrôle macro-économique exercé par le gouvernement central et l'utilisation efficiente des capacités existantes avant d'en construire de nouvelles. Les grandes priorités sont le renforcement du secteur agricole; la réforme graduelle des entreprises d'État; la science et la technologie; et la réduction des disparités, sur le plan du développement, entre les régions côtières et les régions intérieures.

Alors que la Chine poursuit ses négociations en vue d'être partie à l'Organisation mondiale du commerce, le Canada lui offre un appui vigoureux à des conditions avantageuses pour les deux pays tout en protégeant l'intégrité du système commercial multilatéral.

Il importe de considérer la Chine comme un regroupement de vastes marchés régionaux, très différents, ayant des frontières communes ainsi qu'un potentiel industriel et des facteurs culturels semblables. Selon des études de marché récentes, il y aurait lieu de se concentrer sur six marchés régionaux en particulier (d'une population de plus de 100 millions d'habitants chacun et affichant des PIB de plus de 27 milliards de dollars), à savoir : le Nord-Est (Heilongjiang, Jilin et Liaoning); la région de Beijing (Hebei, Beijing, T'ien-Tsin et Shan-tung); les provinces du Centre (Shanxi, Henan, Hubei, Hunan et Jiangxi); le Sichuan; Shanghai et l'Est (Shanghai, Jiangsu et Zhejiang); et le Sud (Guangdong, Fujian et Hainan).

À un niveau plus pratique, le facteur le plus important dont doit tenir compte toute entreprise canadienne qui envisage de faire des affaires en Chine est que le marché est encore très protectionniste. Les barrières non tarifaires sont considérables, y compris les contingents récents imposés pour certains produits agricoles, et les obstacles administratifs sont énormes. Des changements apportés à la politique tarifaire de la Chine ont éliminé les importations en franchise pour les projets financés par l'étranger, mais un certain nombre de politiques préférentielles existent toujours, notamment des régimes fiscaux avantageux pour les investisseurs.

La difficulté de trouver le partenaire commercial qui convient, qu'il s'agisse d'un agent ou d'un distributeur ou encore d'un associé pour un bureau de représentation ou pour une coentreprise, demeure une préoccupation importante sur le marché chinois. Tout investissement en Chine exige des négociations détaillées et comporte habituellement des exigences élevées en matière de transfert de technologie. Les entreprises canadiennes qui souhaitent investir en Chine devraient étudier avec soin tous les aspects d'un investissement éventuel et engager des ressources avec prudence en prenant soin de se renseigner de manière précise et approfondie sur les nuances de la politique d'investissement et de la loi chinoises. La crainte de l'inflation et l'endettement des sociétés d'État ont amené la Commission de planification de l'État à limiter certains investissements et à accorder la priorité à des projets conçus pour moderniser l'industrie et, sur le plan géographique, aux provinces du Centre et de l'Ouest.

La Chine commence aussi à faire l'expérience des projets réalisés selon la formule construction-exploitation-transfert, et l'on s'attend à ce que le gouvernement central énonce des lignes directrices relatives à cette forme d'investissement. L'investissement direct canadien en Chine a fait un bond, passant de 15 millions de dollars, en 1991, à 339 millions de dollars en 1995. On conseille aux sociétés qui songent à y exercer des activités commerciales d'entrer d'abord en contact avec l'ambassade du Canada à Beijing, avec les consulats à Shanghai et à Guangzhou, avec la commission à Hong Kong et avec le Conseil commercial Canada-Chine.

À Hong Kong, le climat commercial demeure excellent. Le régime de libre-échange qui y prévaut fait de ce territoire une source majeure d'investissement pour le Canada et un marché très stimulant pour la technologie, les produits et les services canadiens. Hong Kong est avant tout une plate forme commerciale, tant pour les produits que pour les services, et elle conserve sa position de centre bancaire et financier de l'Asie de l'Est. C'est également une plaque tournante pour les transports et les ventes régionales. Comme il est prévu, après que le territoire aura été rendu à la Chine le 1^{er} juillet 1997, que Hong Kong conservera son propre système économique et financier de même que son système juridique de common law britannique, il n'est pas irréaliste de croire que son économie conservera toute sa solidité sous l'égide de la Chine.

Débouchés commerciaux

Les secteurs qui suivent sont ceux qui offrent les meilleures possibilités de commerce avec la Chine et Hong Kong.

Agriculture

Bien que le gouvernement chinois ait une stratégie officielle d'autosuffisance, la croissance du marché est assez rapide pour permettre une progression du niveau absolu des importations. Les principaux concurrents du Canada dans le secteur sont les États-Unis, l'Australie et l'Union européenne. Depuis toujours, les exportations canadiennes vers la Chine sont dominées par les céréales. En 1995, les céréales et les oléagineux représentaient 90 p. 100 de la totalité des exportations de produits agroalimentaires, mais des gains importants ont été réalisés au chapitre de l'exportation d'autres produits agroalimentaires puisque la valeur des exportations de produits agroalimentaires vers la Chine a atteint cette année-là 1,39 milliard de dollars, en hausse par rapport aux 691 millions de dollars enregistrés en 1994. Les perspectives sont favorables pour les produits canadiens du secteur des céréales et des oléagineux (où la demande d'orge de brasserie, de colza canola et de soja est à la hausse). Elles sont aussi très bonnes pour les produits agricoles à valeur ajoutée (où on observe une demande croissante dans le domaine des serres, du matériel de manutention des grains, du matériel génétique pour les animaux, de l'hygiène vétérinaire, de l'alimentation des animaux, de l'élevage et de la transformation des produits d'origine animale) et pour les aliments transformés. Le marché chinois n'en reste pas moins difficile en raison de l'absence de système fiable pour la distribution et l'entreposage, d'un manque de clarté dans le régime d'octroi des licences et dans le régime réglementaire.

Les débouchés à Hong Kong sont excellents pour le bœuf; le poisson et les fruits de mer; les boissons; les produits de confiserie; les céréales pour petit déjeuner; les aliments pour animaux familiers; l'eau embouteillée; la volaille et les sous-produits d'origine végétale destinés à un usage médicinal.

Produits ou systèmes utilisant une technologie de pointe et exportations connexes

Dans le domaine de la technologie de pointe, il existe des débouchés dans les trois catégories suivantes.

Télécommunications : La Chine considère le secteur des télécommunications comme crucial pour la poursuite de son développement national. Aussi les exportations vers la Chine dans ce secteur ont-elles dépassé 318 millions de dollars en 1995. Le marché est extrêmement porteur pour les entreprises canadiennes et ce, sur plusieurs fronts, notamment les données, la fibre optique ainsi que les télécommunications par satellite, rurales et mobiles. La gestion étrangère des télécommunications nationales a été limitée jusqu'ici, mais les sociétés ont établi des coentreprises de fabrication. Le ministère des Postes et Télécommunications de la Chine étudie la possibilité d'assouplir l'interdiction qui s'applique à certains services à valeur ajoutée, ce qui ouvre des débouchés pour les fournisseurs canadiens de services dans le domaine du courrier électronique, de l'information et de la téléphonie cellulaire.

Produits et services reliés à l'espace (prises d'images du globe, télédétection et systèmes à satellites) : L'observation de la terre, les communications par satellites, les stations terriennes et la robotique sont des domaines prometteurs pour l'industrie canadienne, tant en Chine qu'à Hong Kong.

Ordinateurs : Le marché de la Chine, pour l'année 1996, est estimé à 10 milliards de dollars et, selon les projections, le taux de croissance devrait être de 25 p. 100 par an. Les principaux débouchés, tant en Chine qu'à Hong Kong, se trouvent dans le domaine des matériels informatiques de pointe, de l'intégration des systèmes, et des logiciels d'application.

Construction

La forte croissance économique de la Chine a suscité un boom du secteur de la construction dans la plupart des régions du pays. La construction de gratte-ciel modernes, d'autoroutes, de logements, de lieux de villégiature et de complexes commerciaux est à la hausse. Pour faire face à la demande provoquée par un accroissement démographique estimé à 500 millions de personnes d'ici 2030, la construction et la rénovation de logements font partie des grandes priorités du gouvernement chinois. Il y a des débouchés dans les domaines suivants : matériaux isolants; fenêtres et portes; matériaux de couverture; bardages; technologies permettant d'économiser l'énergie; villas et appartements pour les résidents étrangers; matériaux de construction légers; produits pour le chauffage, la ventilation et la climatisation; appareils de contrôle et de mesure automatisés; architecture; services de gestion d'immeubles.

À Hong Kong, on observe un intérêt pour les domaines suivants : décoration intérieure, raccords et appareils; services de conception d'ameublement, de création architecturale et d'aménagement intérieur; services d'ingénierie et de gestion de projets; construction d'habitations; et aménagement des terrains qui longent la nouvelle voie ferrée menant à l'aéroport.

Équipement d'alimentation, équipement utilisé pour la production d'énergie et exportations connexes

La Chine a adopté le programme de production d'énergie le plus ambitieux au monde. La puissance installée a atteint 200 gigawatts (Gw) et le gouvernement chinois vise une puissance installée de 300 Gw d'ici l'an 2000 et de 400 Gw d'ici 2010. Bien que les centrales thermiques fournissent encore la plus grande partie de l'énergie produite en raison des cycles de projets relativement courts et du rapport coût-efficacité, la Chine s'intéresse également à l'énergie hydro-électrique et à l'énergie nucléaire. Le climat pour l'investissement dans le secteur énergétique devrait s'améliorer en raison des besoins, comme le montre l'intérêt croissant pour l'élaboration de lignes directrices et de règlements touchant les contrats de construction-exploitation-transfert. Il y a des débouchés pour les fournisseurs de matériel et pour les experts-conseils dans les domaines suivants : énergie thermique, énergie nucléaire, énergie hydro-électrique, cogénération, transport d'énergie et remise à neuf, ainsi que dans des projets thermiques moins importants.

Transports

Le développement de l'infrastructure de transport demeure une priorité stratégique pour la Chine. Des possibilités considérables s'offrent aux intéressés dans les secteurs aéronautique, ferroviaire, maritime et routier. Le ministère des Chemins de fer est en train de réaliser le plus ambitieux programme d'expansion du réseau ferroviaire au monde. Le budget prévu s'élève à plus de 600 millions de dollars américains par an pour l'acquisition de la technologie étrangère, du matériel et du savoir-faire requis à cette fin. Les débouchés pour les Canadiens portent sur presque tous les aspects de la construction et de l'exploitation d'un réseau ferroviaire.

La Chine a établi des plans prévoyant la modernisation de 60 aéroports et la construction de 90 nouveaux aéroports dans les 10 prochaines années. Comme elle envisage aussi d'acquérir plus de 800 nouveaux avions, dont la majorité seront

importés, le marché est prometteur pour l'industrie aéronautique canadienne et les fournisseurs des domaines connexes. La demande porte sur les avions, les pièces d'aéronefs importantes, la construction d'aéroports ainsi que la formation et la gestion. La construction navale et le transport maritime continuent d'offrir des créneaux aux exportateurs canadiens. Les dépenses totales pour les autoroutes dépasseront 52 milliards de dollars dans les cinq prochaines années. Les possibilités sont nombreuses dans ce domaine pour les petits projets et pour des projets réalisés en vertu de contrats de construction-exploitation-transfert. Bien que de grandes sociétés canadiennes soient déjà actives en Chine dans nombre de ces secteurs, il reste encore certains créneaux, comme la sous-traitance pour des consortiums ou des alliances stratégiques.

À Hong Kong, les projets prometteurs sont la construction du nouvel aéroport et l'agrandissement du port dans l'île Lan Tao, qui nécessitent la construction de ponts, de routes et de tunnels, des systèmes de régulation du trafic, des échangeurs et des péages. Les perspectives sont également intéressantes dans les services de soutien pour le réseau de transport en commun et l'aménagement ferroviaire, notamment l'installation de systèmes de climatisation et de ventilation, de systèmes de détection automatique d'incendie, de systèmes de sécurité et de systèmes de régulation de la circulation.

Environnement

Le gouvernement chinois s'intéresse maintenant davantage aux problèmes environnementaux considérables de la Chine qui découlent de l'intensification du développement agricole et industriel qu'a connue le pays. Pour s'attaquer à ces problèmes, le gouvernement a déterminé les domaines requérant une participation étrangère dans le cadre du neuvième plan quinquennal (1996-2000). Ces domaines sont les suivants : désulfuration des gaz de combustion, construction en vertu de contrats de construction-exploitation-transfert de stations d'épuration des eaux usées, technologies de pointe dans le domaine des pâtes et papiers, efficacité énergétique, traitement organique des déchets provenant des secteurs de la confiserie, de l'imprimerie et de la teinture. Les projets environnementaux sont surtout financés par le gouvernement chinois (cinq milliards de dollars d'ici l'an 2000) et par des sources étrangères, notamment la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement (BAD), qui investiront environ cinq milliards de dollars dans les cinq prochaines années. Ce sont les projets financés par l'étranger qui offrent

les perspectives les plus alléchantes pour les produits et services environnementaux canadiens car les normes environnementales à respecter y sont plus strictes que celles des règlements locaux.

À Hong Kong, les domaines présentent d'intéressantes possibilités : études de faisabilité; planification urbaine pour des installations susceptibles de présenter un risque pour l'environnement; gestion des déchets; systèmes de dépollution de l'eau de mer; matériel de réduction des déchets industriels; stations de traitement de l'eau et équipement utilisé pour éliminer les déchets solides.

Pétrole et gaz

Les liens sino-canadiens en matière de commerce et d'investissement dans le secteur pétrolier se sont renforcés ces dernières années. L'Alberta a réussi à se faire connaître grâce à son programme dynamique de promotion du commerce, en vigueur depuis 1979. La Chine est devenue un importateur net de pétrole en 1993, et la demande continue de dépasser l'offre. Le pays a donc redoublé d'efforts sur le front de l'exploration pétrolière et accru les possibilités de participation étrangère dans l'exploration et la production pétrolières à terre et en mer ainsi que dans l'investissement dans la récupération assistée du pétrole dans les champs pétrolifères en exploitation. De nouvelles découvertes, particulièrement dans le bassin encore largement inexploré du Tarim, mèneront à un investissement dans des projets de production et de prolongement de pipelines. L'industrie pétrolière chinoise s'intéresse particulièrement aux domaines suivants, où le Canada a des compétences particulières : exploitation de pétrole lourd ou de sables bitumineux; récupération assistée du pétrole; traitement du gaz naturel; récupération du soufre; forage horizontal; récupération thermique; construction et exploitation de pipelines; forage à grande profondeur; systèmes informatiques et logiciels; pompes; séparateurs; génératrices; installations de forage; équipement de laboratoire; services d'ingénierie et services d'experts-conseils.

Renseignements

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

Corée et Taïwan

Introduction

La Corée du Sud et Taïwan sont parmi les pays qui affichent les plus fortes croissances au monde. En 1995, le commerce bilatéral du Canada avec la Corée du Sud, qui s'élevait à 5,9 milliards de dollars, avait progressé de 27 p. 100 par rapport à 1994. Taïwan suivait de près, avec 4,5 milliards de dollars, soit une augmentation de 18 p. 100 par rapport à 1994.

Comme la Corée et Taïwan rejoignent rapidement le Japon, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, Singapour et Hong Kong pour figurer au nombre des pays « industrialisés » et « développés », les Canadiens ont dû repenser et réorganiser leurs stratégies et leurs objectifs commerciaux traditionnels de manière à se tailler une place plus importante sur ces marchés en transition de la région Asie-Pacifique.

Contexte commercial

Au fur et à mesure que la libéralisation s'instaurera, le climat commercial s'améliorera nettement pour les entreprises canadiennes en Corée et à Taïwan.

En dépit de progrès remarquables, les réformes sont loin d'être terminées en Corée. Il reste à surmonter de nombreux obstacles, officiels ou autres, au commerce et à l'investissement. Ces obstacles sont les suivants : droits de douane élevés, système financier inefficace, procédures d'importation coûteuses, absence de protection adéquate de la propriété intellectuelle. En revanche, la performance économique de la Corée, constamment soutenue depuis trois décennies, et les efforts du gouvernement pour réduire son ingérence dans l'économie, comme en témoignent la présentation d'un plan économique quinquennal et la demande d'adhésion à l'OCDE, devraient être des facteurs positifs propres à favoriser le succès du Canada sur ce marché. La recherche des marchés mondiaux et d'une compétitivité accrue obligeront l'industrie coréenne à continuer d'importer du matériel et de la technologie d'avant-garde. À mesure que le pays mettra davantage l'accent sur l'amélioration, les sociétés canadiennes auront l'occasion de pousser plus loin leurs négociations et de tirer parti d'ouvertures sur le marché.

Le ralentissement de la croissance du produit national brut (PNB), qui est passée de 7 p. 100 à un peu plus de 5 p. 100, est le signe d'un certain essoufflement de l'économie taïwanaise. Comme les exportations continuent de croître et que la balance

commerciale est plus favorable que jamais, on attribue principalement ce ralentissement à la baisse de la demande des consommateurs et du nombre de mises en chantier. Dans les cinq premiers mois de 1996, on a pu observer une croissance négative de l'indice de la production industrielle, alors que le taux de chômage atteignait 2,35 p. 100, un sommet depuis 10 ans, et que le nombre de faillites était à la hausse. Parmi les indices positifs, mentionnons que, d'après les prévisions, ce ralentissement obligera à accroître la productivité, ce qui accentuera la déréglementation et, par conséquent, augmentera les possibilités pour les fournisseurs canadiens.

La Corée et Taïwan ont le sentiment d'avoir réussi sur le plan économique. Comme preuve de cette nouvelle prospérité, les deux pays comptent maintenant parmi les principaux investisseurs en Asie, particulièrement au Viêt-nam. Il y a seulement une génération, ces pays attiraient l'investissement des pays occidentaux industrialisés. Bénéficiant désormais d'un revenu disponible plus élevé et d'un plus grand nombre d'heures de loisirs, les Coréens et les Taïwanais aspirent à une meilleure qualité de vie, ce qui se traduit par une plus forte demande de services et de produits de consommation.

Débouchés commerciaux

Corée

Le Canada et la Corée sont en train de donner forme à un partenariat spécial. L'idée avait d'abord été lancée au sommet de l'APEC, en 1993, par le Premier ministre Jean Chrétien et le Président Kim Young Sam, et elle s'est concrétisée en avril 1994, sous l'impulsion de M. MacLaren, alors ministre du Commerce international, lors de sa visite à Séoul. En 1996, un Arrangement de coopération industrielle et technologique a été conclu et des comités mixtes cherchent maintenant activement des solutions aux problèmes liés à l'accès au marché et à la coopération industrielle. Des alliances stratégiques devraient être formées entre des entités canadiennes et coréennes.

Les objectifs commerciaux et économiques du Canada s'articulent autour de la Stratégie pour la Corée, qui comprend les cinq objectifs suivants :

- accroître le commerce de produits manufacturés et de produits de haute technologie;
- accroître les exportations agroalimentaires en continuant d'exercer des pressions sur la Corée pour qu'elle résolve les problèmes d'accès aux marchés et accorde la priorité aux produits transformés et aux produits à valeur ajoutée;

- accroître l'investissement bilatéral;
- promouvoir la coopération et les partenariats entre les entreprises canadiennes et coréennes pour la recherche de débouchés sur des marchés tiers;
- établir des liens commerciaux et des liens à long terme plus solides dans les nouveaux services et les nouvelles technologies.

Depuis trois ans, les marchés coréens de la technologie de l'information et des télécommunications ont progressé à un rythme moyen de 20 p. 100 par an. Conjugée à l'amélioration des droits de propriété intellectuelle, la libéralisation qui se poursuit en Corée, devrait susciter un vif intérêt chez les fournisseurs étrangers de matériel et de services.

L'apparition de la Corée comme fabricant de matériel de transport est un fait sans précédent. Le pays est maintenant un exportateur important de matériel de transport, mais l'industrialisation et l'urbanisation rapides ont créé une demande dans de nombreux domaines où les Coréens manquent de savoir-faire. À court terme, il s'agit d'un secteur de premier plan qui met l'accent sur les activités liées aux secteurs de l'aérospatiale, de l'aéronautique, de l'industrie marine et de l'automobile. La Corée améliorera bientôt ses dispositifs de contrôle de la circulation aérienne et ses installations aéroportuaires, et l'on sait que la compétence des entreprises canadiennes est bien connue dans les technologies liées aux transports et dans les services connexes.

Il est essentiel que le Canada continue à jouer un rôle dans le secteur de l'électricité et de l'énergie s'il veut conserver son rang parmi les principaux partenaires commerciaux de la Corée. Il existe des débouchés pour le matériel et les services d'appui relatifs au réacteur CANDU ainsi que dans le secteur de la distribution de l'électricité. Les entreprises peuvent envisager de conclure avec la Corée des partenariats solides et d'envergure portant sur des marchés tiers essentiels.

L'environnement — technologies, équipement et services de consultation — représente un secteur clé où un certain nombre de petites entreprises ont réussi à prendre place. Les entreprises canadiennes se sont révélées particulièrement compétentes dans le domaine des services, où les consultants peuvent jouer un rôle de premier plan. Sur ce front, le Ministère a réussi à concrétiser certaines initiatives, dont l'Arrangement de coopération industrielle et technologique qui vise à promouvoir la création de coentreprises stratégiques entre des sociétés canadiennes et coréennes dans le domaine de l'environnement et dans d'autres secteurs.

La Corée offre également des débouchés pour les exportations canadiennes de produits agricoles, d'aliments et de boissons. Le secteur agricole coréen n'est pas en mesure d'accroître suffisamment la production de produits de base et d'aliments pour répondre à la demande des consommateurs. Les produits alimentaires à valeur ajoutée qui pourraient être positionnés avec succès sur ce marché sont l'eau embouteillée, le miel, la confiserie, les mélanges à pâtisserie, les viandes transformées, les spiritueux (boissons alcoolisées et vins) et les produits à base de farine de poisson.

Le gouvernement coréen continue d'augmenter les sommes affectées au budget de la défense et s'efforce de diversifier ses fournisseurs, offrant ainsi d'alléchantes possibilités aux entreprises canadiennes de matériel de défense. La Corée est actuellement au troisième rang des marchés étrangers du Canada pour le matériel de défense.

Le tourisme est un autre secteur extrêmement porteur. Dans la première moitié de 1996, le nombre de voyageurs venus au Canada en provenance de la Corée a dépassé de 55 p. 100 le chiffre correspondant à la même période en 1995. Ce pourcentage est cependant inférieur à l'augmentation de 96 p. 100 enregistrée pour la période 1994-1995. On attribue l'extraordinaire augmentation des déplacements entre la Corée et le Canada aux nouvelles routes aériennes d'Air Canada vers la Corée et à l'élimination des visas pour les visiteurs.

Taiwan

En raison de son envergure, le Plan de développement national de l'infrastructure de Taïwan crée des débouchés pour les fournisseurs de matériaux de construction, ainsi que pour les ingénieurs-conseils et les entreprises spécialisées du secteur de la construction ou du génie civil. La demande de produits de consommation et de produits agroalimentaires demeure soutenue.

L'augmentation du coût de la main-d'œuvre et l'appréciation de la monnaie par rapport aux autres devises contraint l'industrie taïwanaise à rationaliser et à améliorer ses technologies de systèmes et la qualité de ses produits pour demeurer concurrentielle sur le marché mondial. Il existe donc un fort potentiel pour la technologie des installations et des appareils modernes, les produits et services du secteur de l'environnement (particulièrement les eaux usées et les déchets solides) et les services d'ingénieurs-conseils.

Taiwan est en train de prendre les mesures voulues pour devenir un centre des opérations régionales avant la fin de la décennie. Ce projet ambitieux et à long terme ouvrira de nouveaux marchés aux Canadiens dans le domaine des télécommunications, des services financiers, du transport aérien et maritime et de la radiodiffusion.

Avec un taux d'augmentation de 60 p. 100 par rapport à 1994 le tourisme est aussi une industrie à forte croissance à Taiwan. Les Lignes aériennes Canadien International sont en train d'accroître leur service vers Taiwan pour répondre à la demande.

Taiwan représente une excellente source potentielle d'investissement pour le Canada, particulièrement dans les secteurs de la haute technologie, de l'environnement, des télécommunications et de la biotechnologie.

La SEE et la Corporation commerciale canadienne (CCC) sont toutes deux actives sur ce marché.

Renseignements

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

Australie et Nouvelle-Zélande

Introduction

L'économie de l'Australie et celle de la Nouvelle-Zélande connaissent une bonne croissance. La Nouvelle-Zélande a achevé ses réformes économiques et, bien que la croissance réelle ait reculé en 1995 pour se situer à 2,5 p. 100, le niveau de confiance demeure élevé. Ce pays, dont l'économie était autrefois l'une des plus réglementées et des plus protégées au monde, a subi une restructuration radicale dans le but de rendre son industrie concurrentielle à l'échelle internationale. Les réformes donnent des résultats satisfaisants et les industries de la Nouvelle-Zélande se modernisent et rationalisent leurs activités, faisant souvent appel à des compétences et à du matériel étrangers. Ces dernières années, l'Australie a aussi entrepris une déréglementation économique conséquente et a connu un nouvel

essor économique qui a propulsé son taux de croissance à 4,5 p. 100 entre juillet 1994 et juin 1995. À mesure que l'économie australienne poursuit sa croissance, axée sur les importations de technologies de pointe, de biens d'équipement et de produits fabriqués, une pression accrue s'exerce sur le compte courant.

Contexte commercial

L'Australie et la Nouvelle-Zélande sont avant tout des exportateurs de produits agricoles et de matières premières. Les deux gouvernements sont des partisans actifs et dynamiques de la libéralisation des échanges et ils se font les champions de cette cause au sein de l'OMC, de l'APEC et d'autres organismes. De plus, les entreprises et les industries sont ouvertes à des partenariats internationaux car elles cherchent à bâtir de nouvelles industries exportatrices et à exploiter de nouveaux marchés, particulièrement en Asie. Le Canada est considéré comme un associé privilégié dans nombre de ces projets, en raison d'une longue tradition d'investissements à haut rendement et de la similitude de son système administratif et juridique. Pour souligner le centenaire des relations officielles entre le Canada et l'Australie, une Entente de coopération commerciale et économique a été signée en 1995. Elle stimulera la coopération commerciale entre les petites et moyennes entreprises. Au début, le programme de travail sera concentré sur les technologies de l'information, sur les technologies et services environnementaux, sur le matériel et les services utilisés dans l'exploitation minière et pétrolière, sur l'enseignement à distance et sur les industries du spectacle.

La Nouvelle-Zélande et l'Australie sont des pays modernes très évolués, dotés de systèmes juridiques fondés sur la common law et sur le droit commercial britanniques et dont les pratiques commerciales s'inscrivent dans la tradition britannique. Les exportations canadiennes vers ces deux pays sont surtout composées de marchandises fabriquées à valeur ajoutée élevée et à forte intensité de main-d'œuvre, provenant habituellement des usines des PME canadiennes. Si les dirigeants d'entreprises des deux pays ont l'habitude de traiter sans problème avec des fournisseurs étrangers, un agent ou un représentant local peut toutefois améliorer considérablement le chiffre d'affaires et le service à la clientèle. En fait, les similitudes entre le contexte commercial du Canada et celui de ces deux pays ne peuvent que favoriser la formation d'alliances commerciales susceptibles de se révéler avantageuses pour accéder

à partir de l'Australie ou de la Nouvelle-Zélande à d'autres parties de la région Asie-Pacifique ou, dans le cas des partenaires australiens ou néo-zélandais, pour atteindre d'autres marchés des Amériques à partir d'une base au Canada.

Débouchés commerciaux

Comme la croissance économique axée sur l'importation de matériel et de services se poursuit, on a choisi quatre secteurs présentant un grand intérêt tant en Australie qu'en Nouvelle-Zélande : la technologie de pointe; le matériel et les services environnementaux; les machines utilisées en foresterie et l'agroalimentaire. On parle de ces secteurs plus en détail ci-dessous. Les autres priorités sur le marché australien sont les suivantes : biotechnologie, soins de santé, machines agricoles, machines pour l'extraction minière et le travail des métaux, matériel utilisé pour la transformation des aliments, matériel de transport, matériel de défense et matériel aérospatial, produits de la pêche. Pour la Nouvelle-Zélande, les biens de consommation constituent un autre secteur prioritaire.

Technologie de pointe

L'Australie et la Nouvelle-Zélande sont des pays très évolués sur le plan technique et extrêmement réceptifs à la nouvelle technologie. Ils comptent aussi, dans une large mesure, sur des importations dans ce secteur. Alors que la croissance économique sera alimentée par l'agriculture et l'exploitation des ressources, l'application de technologies de pointe dans le secteur des télécommunications, de la fabrication et dans d'autres domaines fera l'objet de dépenses en capital considérables. En particulier, la déréglementation des télécommunications dans les deux pays offre des possibilités aux exportateurs canadiens. De plus, les services informatiques et les logiciels canadiens sont tenus en haute estime.

Matériel et services environnementaux

Les Australiens et les Néo-Zélandais ont un très grand souci de l'environnement. La Nouvelle-Zélande, en particulier, vient d'adopter de nouvelles règles en matière de traitement des eaux usées qui créent d'importants débouchés. L'assainissement des effluents de l'industrie forestière est un domaine hautement prioritaire. Parallèlement, l'Australie travaille à apporter des améliorations dans les domaines suivants : manutention et traitement des matières

dangereuses, décontamination du sol, amélioration de la qualité de l'air et traitement des eaux usées. Ces efforts requièrent une participation importante des entreprises locales et étrangères et reposent souvent sur des partenariats avec des entreprises étrangères pour la réalisation de grands travaux en Australie et dans d'autres pays, surtout en Asie.

Machines utilisées en foresterie

On ignore le plus souvent que l'Australie possède une industrie forestière considérable et d'une grande importance économique. Avec plus de 43 millions d'hectares de forêt naturelle et un million d'hectares de plantations, l'industrie forestière occupe une place de premier plan. Or de nouveaux achats de biens d'équipement et des renouvellements sont prévus. En Nouvelle-Zélande, la privatisation et la nécessité de moderniser les scieries sont des facteurs qui stimulent la demande de matériel à la fine pointe de la technologie où les importations occuperont une place de choix.

Agroalimentaire, matériel de transformation des aliments

L'Australie et la Nouvelle-Zélande sont l'une et l'autre de gros producteurs d'aliments, notamment de bœuf, d'agneau et de blé. Toutefois, on constate actuellement un raffinement croissant du marché qui ouvre de nouveaux créneaux pour des produits alimentaires transformés. On constate aussi un besoin croissant d'équipement à la fine pointe pour la préparation et la manutention des aliments, car les entreprises locales se préparent à fournir les plats préparés de qualité recherchés par les consommateurs. La réputation du Canada en tant que fournisseur de produits alimentaires de qualité n'est plus à faire et le gouvernement déploie des efforts considérables pour que les fabricants de matériel aient de bonnes chances d'avoir leur part du marché.

Renseignements

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

Inde et Asie du Sud

Introduction

En 1995, les exportations de marchandises du Canada en Asie du Sud ont atteint 688 millions de dollars, soit une augmentation de 36 p. 100 par rapport à 1994, la région devenant un marché de choix pour les produits, les services et l'investissement canadiens. En Inde, par exemple, le Canada était le 10^e investisseur étranger direct en 1995, avec des investissements dépassant 150 millions de dollars. Les pays de l'Asie du Sud, comme l'Inde, le Pakistan, le Bangladesh, le Sri Lanka, le Népal et l'Afghanistan, délaissent, pour la plupart, les politiques économiques en circuit fermé en faveur d'une politique de libre concurrence et s'engagent plus avant dans l'économie mondiale. L'Inde et le Pakistan cherchent activement des entreprises et des investisseurs étrangers qui les aideront à développer et à améliorer leur infrastructure, particulièrement dans les domaines de l'énergie, des télécommunications et des transports et dans d'autres secteurs comme l'environnement et la transformation des aliments.

Il ne faut pas négliger l'importance de l'Inde parmi les nouveaux grands marchés de l'avenir. Une classe moyenne comptant près de 250 millions de personnes fait de ce pays le plus grand bassin de consommateurs de classe moyenne dans le monde. Conscient de l'énorme potentiel d'accroissement du commerce entre le Canada et l'Inde, le MAECI a publié un document intitulé *Pleins feux sur l'Inde* qui expose en détail la stratégie commerciale et économique du Canada à son égard. Cette stratégie est une initiative d'Équipe Canada, qui fait suite à de vastes consultations auprès du secteur privé et entre les gouvernements fédéral et provinciaux. Elle met en évidence les secteurs où les besoins de l'Inde correspondent aux points forts et aux capacités du Canada, cerne les difficultés et les restrictions inhérentes au marché indien et dresse la liste des sources d'information, des programmes et des activités offerts aux exportateurs.

Contexte commercial

Les intérêts commerciaux canadiens en Asie du Sud ont connu une croissance très rapide au cours des cinq dernières années et commencent à se traduire concrètement par des contrats commerciaux, surtout en Inde. La crédibilité du Canada dans

cette région est bien établie, sur la base de l'aide au développement, de la coopération dans le cadre du Commonwealth et des Nations Unies et de puissants liens créés par l'émigration au Canada d'un fort contingent de personnes originaires de cette région. La pratique très répandue de la langue anglaise, dans de nombreux pays de l'Asie du Sud, allée à la connaissance des structures du marché et à l'expérience du fonctionnement d'institutions démocratiques et d'un système judiciaire efficace, facilite la promotion du commerce dans la région. La visite du Premier ministre en Inde et au Pakistan au début de 1996 a suscité un tel intérêt pour les produits et services canadiens que les membres d'Équipe Canada ont signé des marchés s'élevant à environ 4,4 milliards de dollars au cours de leur visite.

Le secteur financier est bien développé en Asie du Sud, et la SEE manifeste beaucoup d'intérêt pour cette région. Elle offre aux PME des services financiers pour la vente de produits et de services canadiens. Les IFI sont aussi actives dans la région, notamment la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement. En outre, il y a des possibilités commerciales liées à l'aide internationale dans la plupart de ces pays.

Débouchés commerciaux

L'image du Canada en Asie du Sud est celle d'un pays très industrialisé qui a la réputation de fournir des produits et services raffinés de qualité supérieure. Les pays de l'Asie du Sud voient des avantages particuliers à conclure des partenariats, des coentreprises et des contrats de licence avec les entreprises canadiennes, en raison notamment de leurs capacités poussées sur les plans technologique et industriel.

Les principaux secteurs présentant des débouchés dans toute cette région sont la production d'électricité, l'exploitation du pétrole et du gaz, les produits et services relatifs à l'environnement, les télécommunications et récemment l'agroalimentaire. L'éducation et la formation offrent également des possibilités. Les services en demande sont les services d'ingénieurs-conseils ou d'agents-conseils en environnement, la géomatique et les services de gestion générale. L'investissement va bon train dans certains secteurs comme les télécommunications, les mines et les produits alimentaires, mais l'intérêt des investisseurs étrangers est relativement nouveau dans d'autres secteurs comme celui des assurances.

Voici les principaux secteurs commerciaux offrant des possibilités dans chaque pays.

Inde

Ce pays est de loin le plus vaste marché de la région et il y a place pour une coopération commerciale de grande envergure. L'énergie, les télécommunications, les produits et services liés à l'environnement, l'aéronautique, les produits chimiques, la transformation des aliments, le matériel électronique, le matériel médical et les transports sont les secteurs les plus intéressants, mais des possibilités existent dans pratiquement tous les domaines, particulièrement du fait des politiques de réforme et de libéralisation mises en œuvre par le précédent gouvernement. Le Canada a connu une année record en 1995 où ses exportations vers l'Inde ont fait un bond de 64 p. 100 par rapport à 1994, pour atteindre 427 millions de dollars. En outre, l'investissement étranger direct en provenance du Canada est devenu un facteur de poids dans l'économie indienne, puisque les sociétés canadiennes ont investi plus de 150 millions de dollars dans le pays.

Pakistan

Les exportations du Canada vers le Pakistan ont augmenté de façon spectaculaire pour atteindre 122,6 millions de dollars en 1995, en hausse de 100 p. 100 par rapport à l'année précédente. Le Pakistan se montre de nouveau intéressé à renforcer ses relations commerciales bilatérales avec le Canada. Le ministre du Commerce du Pakistan est venu deux fois au Canada depuis un an et, grâce à la mission d'Équipe Canada au début de 1996, on assiste à une croissance des échanges commerciaux entre les deux pays. Les perspectives sont bonnes dans les domaines suivants : matériel de télécommunications et technologies de l'information; pâte de bois et papier; exploitation du pétrole et du gaz; produits agroalimentaires; métaux et minéraux et matériel de transport, pour ne nommer que ceux-là. Comme dans tout pays en développement, la demande d'énergie est considérable et crée d'excellents débouchés pour le matériel et les services utilisés dans ce secteur.

Bangladesh

En dépit de l'instabilité politique, les possibilités d'accroissement du commerce entre le Canada et le Bangladesh sont considérables et des débouchés se font jour dans les secteurs de l'énergie et des télécommunications. Les principales marchandises canadiennes exportées vers le Bangladesh en 1994 étaient des produits agroalimentaires, du tabac, du bois et du papier, des métaux et des engrais.

Sri Lanka

Les exportations vers le Sri Lanka sont demeurées stables, particulièrement en ce qui concerne les secteurs de l'énergie et des télécommunications. Il existe des créneaux pour les produits de papier imprimés, les matériaux de construction spéciaux, les produits chimiques, la machinerie, les tissus, les métaux et minéraux et les produits alimentaires.

Népal

Les principales marchandises exportées au Népal en 1995 étaient des produits de papier imprimés; des métaux et minéraux; du matériel optique de précision; des fibres manufacturées et du matériel mécanique. Des possibilités existent aussi dans les secteurs de l'énergie, du transport par route et de l'aéronautique.

Afghanistan

Bien qu'il soit de petite taille, le marché de l'Afghanistan présente des débouchés pour les entreprises canadiennes audacieuses qui exportent des produits agroalimentaires, de l'équipement de transformation, de l'équipement pour la production d'électricité et de l'appareillage électrique. Dix ans de guerre civile ont pratiquement détruit l'infrastructure afghane. Une fois que l'agitation politique se sera apaisée, la reconstruction du pays offrira de nombreux débouchés.

Renseignements

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

Asie du Sud-Est et ASEAN

Introduction

L'Asie du Sud-Est promet d'être la région la plus dynamique du monde sur le plan économique dans les 10 prochaines années; même les obstacles de longue date au commerce sont en train de disparaître. Les pays membres de l'Association des nations de l'Asie de Sud-Est sont Brunéi, l'Indonésie, la Malaisie, les Philippines, Singapour, la Thaïlande et le Viêt-nam. Le Laos, le Cambodge peut-être même la Birmanie y adhéreront aussi. Peuplée de plus de 430 millions d'habitants, cette région représente un immense marché d'une importance stratégique pour l'avenir.

La forte croissance des dernières années se poursuivra, à mesure que les nouveaux « tigres » de la région acquerront le dynamisme propre aux anciens « tigres de l'Asie », devenus de plus en plus coûteux. Cette croissance obligera les pays de la région à développer et à améliorer leur infrastructure pour que cette dernière ne soit pas un obstacle au développement et au progrès économiques. Ces aménagements exigeront des injections considérables de capitaux publics et privés provenant de sources intérieures et étrangères ainsi que le recours à des méthodes de financement créatives, dont les mécanismes de type construction-exploitation-transfert ou construction-possession-cession. Des organismes internationaux comme la Banque mondiale et la Banque asiatique de développement dont le siège est à Manille devront également participer. La BAD peut conseiller les éventuels fournisseurs et adjudicataires de marchés dans le cadre de son programme de projets de développement régional.

Contexte commercial

Les gouvernements de la région, qui s'efforcent de soutenir la concurrence entre eux et à l'échelle mondiale pour l'obtention d'investissements étrangers, travaillent actuellement à aplanir les obstacles bureaucratiques qui sont une entrave au commerce. La déréglementation interne et la privatisation ont pour effet d'assainir graduellement le climat du commerce. Il devient aussi plus facile d'y faire des affaires en raison de la libéralisation des échanges engendrée par l'OMC, par l'APEC (dont le siège est à Singapour) et par l'Accord asiatique de libre-échange proposé par l'ASEAN en vue d'assurer le libre-échange intérieur d'ici 2003. Les droits de

douane ont déjà chuté et la prochaine cible sera les barrières non tarifaires, notamment en ce qui concerne les services et la propriété intellectuelle.

L'ASEAN offre un contexte commercial moins risqué que beaucoup de ses voisins plus importants. De plus en plus, le secteur privé adopte des pratiques commerciales nord-américaines. Toutefois, le secteur public peut être lent et manque parfois de transparence.

Débouchés commerciaux

À l'exception de Singapour, où la population a déjà un niveau de vie équivalant à celui du Canada, la région voit émerger une importante classe moyenne dotée d'un pouvoir d'achat et à l'affût des dernières nouveautés en matière de biens de consommation, y compris dans le secteur de l'automobile et des aliments transformés. Les exportations de produits de base canadiens traditionnels demeureront vigoureuses, mais ce marché est idéal pour les exportations à valeur ajoutée comme les services et les compétences opérationnelles. De par leur nature, de telles exportations vers des marchés éloignés présentent un rapport compétitivité-coût avantageux, car leur valeur se fonde sur des connaissances plutôt que sur le coût du transport. Toutefois, elles supposent d'étroites relations avec le client. Pour susciter la confiance et un sentiment d'appartenance chez leurs clients d'Asie, les exportateurs canadiens doivent bien se préparer, être prêts à traiter en personne avec eux et se sentir à l'aise dans un contexte commercial et linguistique très différent. Dans de nombreux cas, pour réaliser des ventes à l'exportation sur ces marchés, on recommande aux exportateurs d'envisager d'établir une présence visible sur le marché, soit par des coentreprises, soit par d'autres moyens. Toutefois, il y a encore quelques barrières qui nuisent à l'exportation dans des domaines comme les communications et les franchises de vente au détail.

Le Canada a concentré ses efforts de promotion du commerce international dans différents secteurs clés des pays de l'ASEAN, à savoir : électricité et énergie; technologie de pointe, plus particulièrement la géomatique; technologie de l'information et télécommunications; transports; environnement et agroalimentaire. Les types de possibilités varient d'un pays à l'autre, selon le degré de développement de chacun. Voici quels sont les secteurs les plus prometteurs selon le pays.

Indonésie

Formé d'un archipel de 14 000 îles et peuplé de près de 200 millions d'habitants, ce pays possède d'abondantes ressources naturelles qu'il lui faut gérer. Avec un partenaire ayant de bonnes relations sur le marché local, les entreprises canadiennes reconnues et respectées pour leur compétence dans ces domaines devraient réussir à exploiter les nombreuses possibilités qui se présentent dans tous les secteurs des ressources naturelles et du développement des infrastructures de la région, qui est le plus gros marché d'exportation du Canada parmi les pays de l'ASEAN. Les secteurs porteurs sont les suivants : électricité (équipement de production géothermique et hydro-électrique); informatique et télécommunications (intégrateurs de systèmes); environnement (pour les industries d'exploitation des ressources en eau et des ressources naturelles et les chantiers de construction); mines (équipement, formation et services de conseils); transports (systèmes aéroportuaires et aides à la navigation, amélioration des installations routières, ferroviaires et portuaires, matériel roulant et traversiers); produits agroalimentaires (aliments transformés, produits halal); construction (matériaux de construction résidentielle et tuyauterie en acier et en céramique).

Malaisie

Arrivant au troisième rang en Asie derrière la Chine et Singapour pour le taux de croissance économique, la Malaisie est bien partie pour atteindre son but, qui est de devenir un pays développé d'ici 2020. Le lien avec le Commonwealth et la pratique de l'anglais mettent les Canadiens à l'aise, mais il ne faut pas négliger l'esprit farouchement indépendant des Malais musulmans. La Malaisie requiert un plan de marketing distinct. Les secteurs prometteurs sont les suivants : environnement (déchets dangereux et contrôle de la pollution atmosphérique); énergie (systèmes de transport et de distribution); soins de santé (équipement et systèmes médicaux d'urgence); technologie de pointe (informatique, géomatique et télécommunications); éducation (offerte en Malaisie et au Canada); produits agroalimentaires (produits halal, fruits et marchandises en vrac).

Philippines

Depuis trois ans, les Philippines connaissent une transformation économique. La situation politique se stabilise et les Philippines se concentrent sur les affaires. Comme l'anglais est la langue des affaires, ce pays constitue une excellente base pour l'implantation sur le marché asiatique. En outre, après

50 années d'influence américaine, les Philippines sont habitués aux pratiques commerciales nord-américaines. Les secteurs porteurs sont les suivants : technologie de l'information et télécommunications; agroalimentaire; énergie (production géothermique et hydro-électrique et à partir de carburants fossiles, projets d'économie et de gestion de l'énergie); mines (technologies d'exploration, matériel primaire d'exploitation des mines de cuivre et d'or et pièces); environnement (traitement des déchets et technologies relatives au secteur de l'exploitation minière); foresterie (reboisement et autres compétences de gestion).

Singapour

Avec un revenu individuel qui les situe au deuxième rang en Asie-Pacifique, derrière les Japonais, les Singapouriens sont des consommateurs raffinés et nantis, et Singapour est un centre financier régional et une plaque tournante pour les transports et les communications. Les secteurs suivants sont parmi les plus prometteurs : environnement (traitement des déchets municipaux, épuration des eaux usées et réduction de la pollution acoustique); agroalimentaire (produits de la viande et aliments transformés); aérospatiale (cellules et pièces de moteurs); pétrole (pour les multinationales desservant la région à partir de Singapour); construction (matériaux de construction et compétences dans des créneaux d'avant-garde); informatique (télématique et technologies de convergence); défense et sécurité (formation, matériel de maintien de l'ordre).

Thaïlande

La Thaïlande, dont l'économie connaît un essor remarquable, joue un rôle très important auprès des pays de l'Indochine (Viêt-nam, Laos, Cambodge et Birmanie) et de la Chine du Sud. Ce pays courtise avec insistance les entreprises étrangères. Les secteurs porteurs sont les suivants : énergie (générateurs hydro-électriques, cogénération); transports (transport urbain, ferroviaire et routier); environnement (gestion des déchets industriels et mesures correctrices); soins de santé (instruments, matériel de diagnostic, matériel dentaire); agroalimentaire (franchisage et marchandises sèches).

Viêt-nam

Alors que le Viêt-nam vient tout juste de faire ses premiers pas dans la voie du développement et que le mot d'ordre sanctionné par l'État est « *Doi Moi* » ou rénovation, il y règne une atmosphère enivrante de ruée vers l'or. Ce pays n'en demeure pas moins un

État socialiste disposant de peu de capitaux et affligé d'une lourde bureaucratie. Sa population connaît très mal les pratiques commerciales reconnues et le pays est en outre incapable de soutenir une activité économique à grande échelle en raison de l'état actuel de ses infrastructures et de son système judiciaire et financier. Les meilleures possibilités pour les entreprises canadiennes se situent dans les activités financées par les donateurs bilatéraux ou par les IFI. Parmi les secteurs prometteurs, mentionnons les suivants : industries liées aux infrastructures (construction routière); transports (gestion portuaire, contrôle de la circulation aérienne); agroalimentaire (bétail de haute qualité, équipement de transformation des aliments); télécommunications et informatique (équipement de commutation numérique, télécommunications rurales, équipement de multiplexage, logiciel, formation); énergie (technologie, équipement et compétences en matière de transport de l'énergie hydro-électrique et thermique).

Brunéi

Brunéi est une petite zone économique riche en pétrole, que le Sultan tient bien en main et qui dispose de fonds servant à financer des projets choisis. En 1995, le Canada et Brunéi ont ouvert des hauts-commissariats l'un chez l'autre pour développer leurs relations en matière de commerce, d'investissement et de politique.

Cambodge et Laos

Le Cambodge et le Laos sont de petits pays pauvres qui ont récemment ouvert leur porte à l'investissement étranger. Le Cambodge a adopté une économie de marché et le Laos, comme le Viêt-nam, est un État socialiste qui vient d'amorcer, très timidement, des réformes commerciales.

Les possibilités sont limitées pour les entreprises canadiennes et le financement provient essentiellement de l'aide financière internationale. Les secteurs intéressants au Cambodge sont surtout liés à la remise en état de l'infrastructure. Au Laos, les débouchés se limitent essentiellement au domaine de l'énergie hydro-électrique, des transports et de la foresterie.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction de l'Asie du Sud-Est
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-8187
Télécopieur : (613) 944-1600

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.c>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Introduction

L'Afrique et le Moyen-Orient forment une région dynamique qui gagne régulièrement en importance. En 1995, les exportations canadiennes dans cette région ont atteint un total de 3,2 milliards de dollars, auquel on peut ajouter 800 millions de dollars en services. Ce chiffre correspond à une augmentation de 28 p. 100 de l'ensemble des exportations par rapport à 1994, et à une augmentation de 45 p. 100 depuis 1990. D'après les chiffres préliminaires de 1996, cet excellent taux de croissance des exportations se maintiendra.

Il n'est pas plus difficile d'avoir accès à ces pays qu'aux marchés asiatiques et latino-américains, bien que certains facteurs culturels influent sur les pratiques commerciales de la région. Une stratégie de pénétration élaborée avec soin et un effort soutenu peuvent mener à des occasions d'affaires profitables et à un assez fort rendement sur l'investissement. Alors que les secteurs du pétrole et du gaz, des télécommunications et de la haute technologie, des transports et de l'agroalimentaire offrent généralement les meilleures perspectives commerciales, d'autres secteurs comme celui des services (éducation, banques et services financiers) et ceux de l'environnement, de l'extraction minière et de l'énergie sont aussi très productifs. Ils sont sur le point de bénéficier d'ouvertures importantes alors qu'un grand nombre de pays africains optent pour la privatisation et la libéralisation commerciale, que l'Afrique du Sud devient un partenaire plus actif de la région et que le processus de paix au Moyen-Orient se concrétise.

Afrique

Contexte commercial

En 1995, les exportations totales du Canada en Afrique ont augmenté de 40 p. 100 par rapport à l'année précédente, passant à 1,5 milliard de dollars (sans compter des exportations de 130 millions de dollars vers l'Égypte). Selon les chiffres préliminaires pour 1996, les exportations vers des marchés importants comme ceux de l'Algérie, de l'Afrique du Sud, du Maroc et de la Tunisie connaîtront une

nouvelle augmentation par rapport à 1995. Pas moins de 59 p. 100 des exportations canadiennes vont à l'Afrique du Nord. L'Afrique est aussi un marché de premier ordre pour les services canadiens, dont les ventes annuelles sont estimées à quelque 400 millions de dollars. En 1995 en particulier, les contrats attribués au Canada par la Banque africaine de développement (BAFD) en vue de la réalisation de projets en Afrique se sont élevés à 52,5 millions de dollars.

La participation commerciale du Canada en Afrique a fortement augmenté depuis 25 ans. Les programmes d'aide au développement, les programmes de financement de la SEE, la participation du Canada à la Francophonie et au Commonwealth, les initiatives concernant la lutte contre l'apartheid et la remise des dettes ont contribué à une perception très positive du Canada sur le continent africain. De plus, notre caractère bilingue, la complémentarité des besoins des économies canadienne et africaine et les compétences sectorielles du Canada donnent une bonne avance aux exportateurs canadiens.

Ces dernières années, un nombre croissant de pays africains ont adopté des réformes politiques et économiques, principalement pour établir des régimes politiques multilatéraux, libéraliser le commerce extérieur, rationaliser les finances publiques et développer le secteur privé. Le Canada appuie activement ces mesures, dont un grand nombre sont facilitées par un financement considérable accordé par la Banque mondiale et la BAFD, et, également, par l'appui de l'ACDI. On s'attend généralement à ce que ces mesures créent de nouvelles occasions d'affaires pour l'équipement, les services et l'investissement. L'éducation et la formation reprennent de l'importance, et les programmes de privatisation ont ouvert la voie à de nouveaux débouchés importants pour des compétences dans les domaines de la consultation, de la formation, de la gestion et des services financiers.

Les activités du Canada concernant le développement du commerce en Afrique visent à tirer parti des nombreuses occasions de commerce et d'investissement découlant des programmes de restructuration économique en cours. On mettra beaucoup l'accent sur l'établissement de relations commerciales et

de relations d'investissement avec le secteur privé naissant de ces pays et sur les débouchés auxquels donneront lieu les initiatives financées par les IFI. Aux activités d'expansion des exportations s'ajoutera la promotion d'occasions de coentreprises et de transfert de technologies.

Le financement des exportations constitue un problème crucial dans de nombreux pays africains. De ce fait, les exportateurs devront envisager d'obtenir des garanties à l'étranger tout en concentrant leurs efforts sur les secteurs producteurs de recettes ou sur des initiatives de développement soutenues par les IFI.

L'éventail des exportations canadiennes en Afrique varie considérablement, allant des produits de base comme le blé, le bois d'œuvre et les minerais, jusqu'aux produits de haute technologie comme le matériel téléphonique, les simulateurs de vol, les hélicoptères, l'équipement d'exploitation des ressources et l'équipement destiné à la production et à la transmission d'énergie. L'Afrique représente maintenant un important marché pour les entreprises canadiennes de services dans divers domaines, entre autres le pétrole et le gaz, l'ingénierie, la gestion, l'éducation, les soins de santé, l'informatique et les services financiers et bancaires.

En Afrique du Sud, la levée des restrictions commerciales du Canada continue de faire progresser les exportations canadiennes. Le Canada réussit dans une foule de secteurs, et les perspectives de débouchés futurs pour les entreprises canadiennes sont excellentes. En 1995, les ventes totales de biens canadiens à l'Afrique du Sud se sont chiffrées à 321 millions de dollars, soit une augmentation de 42 p. 100 par rapport à 1994. Les niveaux moyens de commerce bilatéral enregistrés avant les sanctions, d'environ 500 millions de dollars, ont déjà été dépassés. En outre, une grande partie des ventes canadiennes sont réalisées dans le domaine des produits manufacturés et des produits de haute technologie. Au fur et à mesure que l'Afrique du Sud s'intègre à l'économie régionale et mondiale, on s'attend à ce que de nouvelles occasions d'affaires émergent dans le domaine des mines, des télécommunications et de l'informatique, de la géomatique, de l'environnement, des produits de sécurité et des produits et services médicaux.

Près de 60 p. 100 des exportations canadiennes vers ce continent sont destinées à l'Afrique du Nord. Il s'agit de céréales, de produits laitiers, de soufre, de bois d'œuvre, de minéraux et d'une grande variété de produits manufacturés — locomotives, matériel de télécommunications, hélicoptères, machines de construction, produits chimiques, équipement d'exploitation du pétrole et du gaz, équipement de production et de transport de l'énergie hydro-électrique. L'Afrique du Nord représente aussi un marché important pour les services comme l'ingénierie, les services de conseils, l'éducation, les soins de santé, l'informatique et les finances. À la fin du premier trimestre de 1996, les exportations du Canada vers l'Afrique du Nord avaient énormément augmenté.

Priorités

Les pays et secteurs offrant les débouchés les plus prometteurs pour les exportateurs canadiens en Afrique sont décrits ci-dessous.

Algérie

L'Algérie est le plus grand marché du Canada sur le continent africain, avec des ventes totales de 530 millions de dollars en 1995, soit une augmentation de 16 p. 100 par rapport à l'année précédente. Elle offre des débouchés dans les domaines du pétrole et du gaz, des transports, de la construction, des télécommunications, de l'irrigation, de l'agriculture, du développement industriel et des services (ingénierie, gestion, éducation et formation, services bancaires et financiers). Récemment, l'Algérie a annoncé son intention d'accorder la priorité aux importations de produits agricoles, de matériaux de construction et de produits pharmaceutiques.

Maroc

Les secteurs les plus prometteurs sont l'agriculture, les télécommunications, les transports, les infrastructures industrielles, le pétrole et le gaz, l'énergie, l'environnement, l'équipement et les services informatiques, l'éducation et la formation et les services financiers. Un programme de privatisation très étendu et la volonté du Maroc de traiter avec de nouveaux partenaires commerciaux ne faisant pas partie de l'Union européenne pourraient susciter un intérêt au Canada. La Commission bilatérale Canada-Maroc s'est réunie à Ottawa les 8 et 9 octobre 1996.

Le but poursuivi par les membres de la Commission et l'objectif de la Déclaration de partenariat signée par l'honorable Art Eggleton, ministre du Commerce international du Canada, et M. Taieb Fassi-Fihri, secrétaire d'État aux Affaires étrangères et à la Coopération du Maroc, sont de réorienter les relations bilatérales vers un développement du commerce axé sur le secteur privé.

Tunisie

Les domaines d'intérêt sont, notamment, le pétrole et le gaz, l'environnement, les télécommunications, les transports, la production et la transmission d'électricité et les services financiers.

Afrique du Sud

De 1993 à 1995, le commerce bilatéral a augmenté de 145 p. 100 et, en 1995, les exportations canadiennes à destination de l'Afrique du Sud ont dépassé 320 millions de dollars. Les secteurs prometteurs pour les entreprises canadiennes sont les télécommunications, l'exploitation minière, l'agriculture et l'agroalimentaire, les technologies environnementales, les soins de santé, les transports, l'équipement et les services informatiques et les logiciels, les services professionnels et l'éducation et la formation. La privatisation graduelle des entreprises d'État pourrait offrir de nouveaux débouchés.

En Afrique subsaharienne, l'Afrique du Sud exceptée, les ressources disponibles imposent au Canada de porter son attention sur les marchés prometteurs. En vertu du Plan d'action régional pour l'Afrique australe et orientale (PARAAO), le Canada adoptera une approche régionale pour mieux cibler les débouchés commerciaux dans des pays comme l'Angola, le Kenya, le Zimbabwe et la Tanzanie. Les secteurs prioritaires définis dans le PARAAO sont les mines, les télécommunications, les transports et l'électricité et l'énergie. Les autres pays d'Afrique pouvant présenter de l'intérêt comprennent notamment le Sénégal, le Tchad, le Gabon (où le secteur de l'exploitation forestière présente des débouchés particuliers), le Ghana, le Cameroun et la Côte d'Ivoire.

Moyen-Orient

Contexte commercial

La croissance des exportations vers le Moyen-Orient ces dernières années est très encourageante, le Canada ayant enregistré une hausse de 14,2 p. 100 en 1995. En 1995, nos ventes dans cette région ont été d'environ 1,7 milliard de dollars et, si l'on tient compte des services, elles ont excédé 2,5 milliards de dollars. Ces chiffres parlent d'eux-mêmes et font ressortir le dynamisme de la région, laquelle absorbe, chaque année, des importations de tous genres pour une valeur de 200 milliards de dollars. L'importance du Moyen-Orient pour l'économie canadienne est encore plus évidente si l'on considère le fait que, en dehors des États-Unis, c'est la seule région du monde avec laquelle la balance commerciale du Canada a pu afficher des surplus ces dernières années.

En 1995, l'Arabie saoudite a été le plus grand marché d'exportation du Canada au Moyen-Orient; viennent ensuite l'Iran, Israël, les Émirats arabes unis et l'Égypte. Le Liban et la Jordanie sont de nouveaux marchés, tandis que les marchés de la Syrie, du Yémen, d'Oman et du Qatar sont très prometteurs et devraient être cultivés maintenant si l'on veut réaliser leur potentiel à titre de marchés futurs des entreprises canadiennes.

Bien que le Canada continue d'exporter au Moyen-Orient un volume appréciable de produits primaires, le proportion de biens et de services à valeur ajoutée s'accroît régulièrement. En outre, la formation de coentreprises a progressé de façon marquée. De plus en plus, le Canada est perçu sur ces marchés comme un chef de file mondial dans les télécommunications, la technologie de l'information, l'énergie, l'environnement et la technologie biomédicale, de même que dans le secteur agroalimentaire.

Les exportations du secteur tertiaire représentent également une part importante (évaluée à plusieurs centaines de millions de dollars annuellement) des ventes canadiennes au Moyen-Orient. Les services d'ingénieurs-conseils dans les secteurs du pétrole, du gaz et de l'électricité constituent depuis longtemps l'essentiel de ce type d'exportations. Année après année, les compétences canadiennes trouvent le

chemin de ces marchés dans différents domaines comme l'environnement, la gestion du bétail et la génétique des bovins laitiers, les services d'architecture, l'éducation et la formation, la géomatique et les services financiers.

Ces dernières années, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a travaillé en étroite collaboration avec le secteur privé canadien afin d'augmenter la part des exportations canadiennes au Moyen-Orient. À cet égard, le MAECI, des associations commerciales et d'autres représentants du secteur privé coopèrent fréquemment pour sensibiliser davantage les entreprises canadiennes aux débouchés qui s'offrent sur les divers marchés de la région. Voici deux exemples récents de cette collaboration : la conclusion d'un accord de libre-échange entre le Canada et Israël, et la participation du Canada au Sommet économique du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Ces deux initiatives ont pour dénominateur commun le souci du gouvernement canadien de faire en sorte qu'un plus grand nombre d'entreprises canadiennes soient en mesure de tirer profit des occasions d'affaires qui découlent du processus de paix au Moyen-Orient.

Au cours de l'année écoulée, un certain nombre d'entreprises canadiennes ont très bien réussi sur le marché du Moyen-Orient. À l'heure actuelle, nos entreprises tentent de saisir des débouchés estimés à quelque 15 milliards de dollars dans les domaines suivants : télécommunications et technologies de l'information, pétrole et gaz, construction, transports, environnement, agriculture et ingénierie et services de consultation.

La SEE est présente sur la majorité des marchés de la région afin d'appuyer les exportateurs canadiens. En particulier, elle a des lignes de crédit avec le Koweït, Israël et le Liban. La SEE offre aux exportateurs des services concurrentiels similaires à ceux qu'offrent d'autres organismes de crédit à l'exportation de l'OCDE. Le MAECI consulte régulièrement la SEE afin d'explorer de nouvelles voies ou de nouveaux mécanismes qui pourraient aider les entreprises canadiennes à élaborer divers types d'accords financiers avec des partenaires du Moyen-Orient et à soutenir la concurrence sur les marchés.

Priorités

Les principaux secteurs commerciaux présentant des possibilités dans chaque pays sont décrits ci-après.

Arabie Saoudite

Ce pays est notre principal marché au Moyen-Orient. Il existe d'importants débouchés de plusieurs milliards de dollars dans les domaines suivants : équipement et services de sécurité et de sûreté, équipement lié à la défense, haute technologie et informatique, transports (en particulier, l'aviation civile), céréales et produits alimentaires, équipement et services médicaux, services et équipement liés au pétrole et au gaz, services pour le secteur de l'électricité, grande variété de machines et d'équipement industriels, et produits forestiers.

Iran

Sur ce marché, les secteurs les plus porteurs sont ceux de l'agriculture et des services. Il existe aussi d'excellentes possibilités dans le domaine des transports, de la haute technologie et de l'éducation.

Israël

Avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et Israël, le 1^{er} janvier 1997, les exportateurs canadiens seront en meilleure position pour soutenir la concurrence relativement à toute une gamme de produits, notamment des produits de base, des produits manufacturés et de l'équipement de technologie de pointe. La biotechnologie, l'environnement et la production d'électricité représentent d'autres domaines prometteurs. Il existe aussi des possibilités de coopération accrue en matière de coentreprises.

Jordanie

Ce marché présente des débouchés dans les télécommunications, l'agroalimentaire, le secteur minier (équipement et services), la machinerie industrielle et les transports.

Liban

Suite à l'effort de reconstruction, comportant des dépenses évaluées à 10 milliards de dollars au cours des huit prochaines années, le Liban offre un certain nombre de débouchés pour les entreprises canadiennes dans les domaines de l'agriculture, de l'énergie, des produits et services de santé et de la construction.

Syrie

Il existe dans ce pays d'intéressantes possibilités dans les transports, les mines et la machinerie industrielle, le pétrole et le gaz, l'agroalimentaire, les télécommunications et la production d'électricité.

Koweït

Les secteurs qui offrent des débouchés aux entreprises canadiennes sont, notamment, les transports, l'équipement et les services de sécurité, l'agroalimentaire, la géomatique, les télécommunications, le pétrole et le gaz, les soins de santé et l'électricité et l'énergie.

Égypte

Il existe dans ce pays de bonnes possibilités dans l'agroalimentaire, les transports, l'environnement, les technologies de pointe et les produits de base.

Émirats arabes unis

En avril 1993, un consulat a ouvert ses portes à Dubaï pour desservir les entreprises canadiennes à la recherche de débouchés dans les Émirats arabes unis; on a, en outre, reconnu l'importance de ce marché en rouvrant l'ambassade du Canada à Abu Dhabi à l'automne de 1996. Des possibilités existent en agriculture et dans les télécommunications ainsi que dans les services d'éducation et de formation, les produits de défense, les transports, la construction et le pétrole et le gaz.

Oman et Qatar

À Oman, il existe des possibilités dans le pétrole et le gaz et dans les télécommunications, ainsi que dans l'industrie des pêches pour la vente de navires de pêche, d'installations portuaires, d'équipement et de services connexes. Par ailleurs, les vastes réserves de gaz du Qatar sont prometteuses pour les entreprises canadiennes.

Renseignements

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction du Moyen-Orient (GMR)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-5993
Télécopieur : (613) 944-7975

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Direction du Maghreb et de
la Péninsule arabe (GMG)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-7040
Télécopieur : (613) 944-7431

InfoCentre : 1-800-267-8376
Babillard électronique : 1-800-628-1581
FaxLink : (613) 944-4500;
de l'étranger : (613) 944-6500
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

Centres de commerce international

Colombie-Britannique

(et Yukon)

Vancouver

Téléphone : (604) 666-0434
Télécopieur : (604) 666-0954

Alberta

(et T.N.-O.)

Edmonton

Téléphone : (403) 495-2944
Télécopieur : (403) 495-4507

Calgary

Téléphone : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Saskatchewan

Saskatoon

Téléphone : (306) 975-5315
Télécopieur : (306) 975-5334

Regina

Téléphone : (306) 780-6325/6124
Télécopieur : (306) 780-8797

Manitoba

Winnipeg

Téléphone : (204) 983-5851
Télécopieur : (204) 983-3182

Ontario

Toronto

Téléphone : (416) 973-5053
Télécopieur : (416) 973-8161

Québec

Montréal

Téléphone : (514) 283-6328
Télécopieur : (514) 283-8794

Nouveau-Brunswick

Moncton

Téléphone : (506) 851-6452
Télécopieur : (506) 851-6429

Île-du-Prince-Édouard

Charlottetown

Téléphone : (902) 566-7443
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Halifax

Téléphone : (902) 426-7540
Télécopieur : (902) 426-5218

Terre-Neuve

St. John's

Téléphone : (709) 772-5511
Télécopieur : (709) 772-5093

QUEEN HF 1479 .I5714 1997/98
Équipe Canada
Stratégie canadienne pour l

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA



117674

10-202-11-11-11



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada