



# Équipe Canada inc

PLAN D'ACTIVITÉS 2000-2003



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Canada

## Lettre des partenaires d'Équipe Canada inc

Aussi modestes soient-ils, les Canadiens ont raison d'être fiers – l'économie du pays connaît une croissance vigoureuse et nombre d'entreprises canadiennes manifestent une grande capacité à exploiter les débouchés de la nouvelle économie mondiale.

Le gouvernement du Canada a la ferme conviction que la mondialisation peut être synonyme d'accroissement de la richesse et de débouchés ainsi que d'amélioration du mieux-être pour l'ensemble des Canadiens. Nos efforts de promotion du commerce visent à accroître la capacité du Canada à participer au commerce et à l'investissement international et à tirer pleinement parti des nouveaux débouchés. Cela suppose de collaborer avec les entreprises canadiennes, les provinces et les territoires ainsi que d'autres organisations pour fournir l'information, le soutien et les services pertinents aux entreprises et ce, rapidement, efficacement et en temps opportun.

Le présent document, troisième plan d'activités annuel d'Équipe Canada inc (ECI), précise la stratégie du gouvernement du Canada en vue d'appuyer et de renforcer les démarches des Canadiens en matière de commerce et d'investissement. Le plan traite de la mondialisation et de ses répercussions sur la dépendance traditionnelle du Canada à l'égard du commerce. Il propose un examen sectoriel du cadre de planification, en particulier des défis et des possibilités que réserve l'avenir. Il résume les objectifs du gouvernement du Canada concernant le commerce international et esquisse le rôle de soutien d'ECI dans l'atteinte de ces objectifs, c'est-à-dire d'améliorer l'accès aux marchés étrangers, d'accroître la capacité d'exportation et l'état de préparation des exportateurs, de développer les marchés internationaux, et d'attirer et de maintenir les investisseurs au Canada.

Ce plan d'activités est un document de transition. Un nouveau document de planification paraîtra dans les prochains mois et reflétera les nouvelles orientations stratégiques du gouvernement en matière de commerce international. Le prochain plan d'activités comportera un ensemble de critères de mesure du rendement pour ECI.

Nous cherchons à amener plus d'entreprises canadiennes à vendre davantage de biens et de services dans un plus grand nombre de pays. À cette fin, nous devons les aider à se préparer au commerce international et les appuyer à l'étranger. Le but est simple : miser sur la force traditionnelle du Canada en tant que nation commerciale pour favoriser l'évolution du Canada en une nation de commerçants.

## TABLE DES MATIÈRES

Lettre des partenaires d'Équipe Canada inc	1
<b>Introduction</b>	<b>3</b>
Une nouvelle économie mondiale	3
La place du Canada au sein de l'économie mondiale	4
<b>Cadre de planification 2000-2003</b>	<b>4</b>
Aperçu de la situation économique mondiale	4
<b>Principaux partenaires commerciaux du Canada</b>	<b>5</b>
États-Unis	5
Europe de l'Ouest	5
Japon	5
<b>Nouveaux partenaires commerciaux du Canada</b>	<b>6</b>
Amérique centrale et Amérique du Sud	6
Pays asiatiques à l'exclusion du Japon	6
Europe de l'Est	6
Moyen-Orient et Afrique	6
Australie et Nouvelle-Zélande	7
<b>Aperçu sectoriel</b>	<b>7</b>
Agriculture, aliments et boissons	7
Automobiles	8
Biens de consommation	8
Produits et services culturels	8
Énergie	9
Produits forestiers	9
Produits et matériaux industriels	10
Minéraux et métaux	10
Machinerie et équipement	11
Services	12
<b>Équipe Canada inc – Mandat et aperçu</b>	<b>13</b>
Stratégie canadienne en matière de commerce international	13
Mission d'Équipe Canada inc	13
Priorités d'Équipe Canada inc	14

<b>Stratégie d'Équipe Canada inc pour 2000-2003</b>	<b>15</b>
Accès aux marchés	15
Négociations commerciales	15
Élimination des obstacles au commerce et à l'investissement	16
<b>Capacité d'exportation et état de préparation</b>	<b>17</b>
Services de base d'Équipe Canada inc	18
Aperçu des services à l'exportation	18
Nouveaux produits et services d'information	18
Promotion d'Équipe Canada inc et de ses services	18
Consolidation du groupe de membres et du réseau de partenaires d'ECI	19
Planification et mesure du rendement	19
<b>Développement des marchés internationaux</b>	<b>20</b>
Missions commerciales d'Équipe Canada	20
Sommets interaméricains	20
Équipes sectorielles commerciales Canada	20
Commercialisation sectorielle internationale	20
Foire commerciale virtuelle	20
Aide sur place	20
<b>Promotion de l'investissement</b>	<b>21</b>
Améliorer le climat d'investissement au Canada	21
Faire connaître le Canada comme destination d'investissement de choix	22
Attirer et maintenir des investissements multinationaux au Canada	22
Créer des partenariats internationaux	22

## INTRODUCTION

### Une nouvelle économie mondiale

La dernière décennie a été marquée à l'échelle mondiale par une intégration rapide du commerce, de l'investissement, de la technologie et des entreprises. Ce processus, qualifié de mondialisation, est stimulé par des forces telles que :

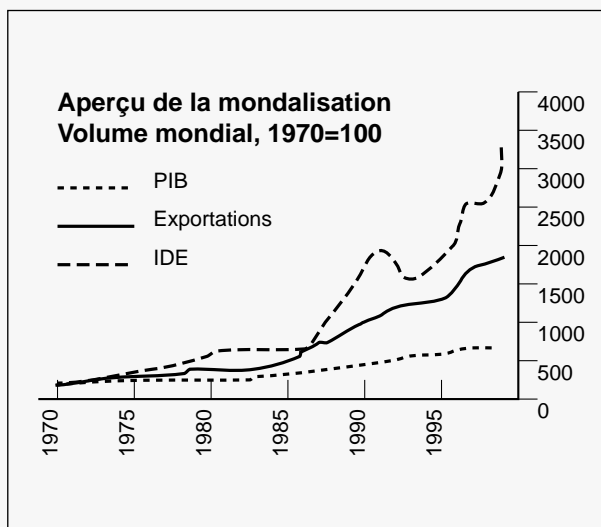
- la libéralisation du commerce et de l'investissement;
- l'accroissement des zones régionales d'échange commercial;
- une généralisation de la privatisation et de la déréglementation;
- une rationalisation des activités des entreprises à l'échelle mondiale; et
- les progrès technologiques, dont la croissance du cybercommerce.

Il en résulte l'émergence d'une économie du savoir pratiquement sans frontières, au sein de laquelle les activités de commerce et d'investissement dépassent, en règle générale, la croissance mondiale du PIB<sup>1</sup>.

La mondialisation est l'intégration des économies mondiales par le truchement du commerce, de l'investissement, des échanges de technologie et d'information et des contacts interculturels.

Source : Rapport sur les Perspectives de l'économie mondiale du Fonds monétaire international, avril 1997

### L'investissement direct étranger et les exportations dépassent la croissance du PIB



Source : World Investment Report, 1998 et 1999

Depuis 1985, la croissance de l'investissement direct étranger a dépassé celle des exportations, et du PIB.

Le total des exportations mondiales de biens et de services s'est accru à un rythme de 7,4 % entre 1991 et 1996, comparativement à 6,4 % pour la croissance mondiale du PIB.

Les exportations mondiales considérées comme pourcentage du PIB sont passées de 14 % en 1985 à 17 % une décennie plus tard.

Au cours des années 1990, le rythme des mouvements d'investissement direct étranger a dépassé de 2,5 fois la croissance des exportations.

Entre 1982 et 1994, le stock d'investissement direct étranger en tant que pourcentage du PIB mondial a doublé pour atteindre 10 %, soit environ 3,2 billions \$US.

Au sein de la nouvelle économie mondiale, les pays qui réussissent le mieux sont ceux qui :

- maintiennent les conditions nécessaires à la croissance économique, à l'innovation et à une productivité accrue – des éléments essentiels pour attirer des mandats de production mondiale; et
- encouragent leurs entreprises à envisager leurs opérations d'un point de vue mondial et la production intérieure comme élément d'une chaîne d'approvisionnement mondiale.

<sup>1</sup>Produit intérieur brut

## La place du Canada au sein de l'économie mondiale

Le Canada est depuis longtemps une nation commerciale. L'abondance de ses ressources naturelles et la proximité de la première puissance économique mondiale ont rendu nécessaire sa dépendance traditionnelle envers le commerce. La mondialisation ne l'a qu'intensifiée.

Au terme d'une décennie de croissance phénoménale en matière d'exportations, celles du Canada représentent maintenant environ 43 % du PIB<sup>2</sup>, le pourcentage le plus élevé parmi les pays de l'OCDE<sup>3</sup> et presque le double de la moyenne de l'OCDE. De nos jours, le Canada exporte trois fois plus par habitant que les États-Unis et deux fois plus que le Japon<sup>4</sup>.

Pour renforcer la capacité du Canada à tirer pleinement profit des débouchés mondiaux, le gouvernement du Canada s'est employé à créer un climat favorable à la croissance économique, à l'innovation et à une productivité accrue. Les Canadiens commencent à récolter les avantages d'un climat fiscal plus sain. L'impôt sur le revenu personnel diminue. Le chômage régresse. La croissance du PIB s'accélère. Les exportations sont florissantes.

### Faits saillants de 1999

Les exportations ont augmenté de 11 %, pour dépasser 412 milliards \$.

Le PIB du Canada a atteint près de 958 milliards \$.

La croissance du PIB réel s'est accélérée, pour se situer à 4,5 % contre 3,3 % en 1998.

Le taux de chômage au Canada s'est situé en moyenne à 7,6 % et est descendu à 6,8 % en décembre – son plus bas niveau depuis avril 1976.

L'inflation est demeurée faible à 1,7 %, à l'intérieur de la fourchette-cible de 1 % à 3 % fixée par la Banque du Canada.

Source : Point sur le commerce, juin 2000

En dépit de ces réussites, encourager encore plus d'entreprises canadiennes à innover et à élargir leurs horizons au-delà des frontières nationales demeure crucial pour la croissance et la prospérité du Canada. Cela signifie que le travail d'Équipe Canada inc est plus important que jamais.

## CADRE DE PLANIFICATION 2000-2003

### Aperçu de la situation économique mondiale<sup>5</sup>

On s'attend à ce que l'économie mondiale s'accroisse vigoureusement – à un rythme annuel d'environ 3 à 4 % – pour les prochaines années. Le rythme phénoménal de l'économie américaine depuis la fin des années 1990 ralentit, tandis que l'Europe jouit d'une croissance plus forte. L'Asie de l'après-crise économique devrait maintenir une croissance d'environ 5 % par année. L'économie de l'Amérique latine se redresse et l'Afrique connaît des foyers de croissance. La combinaison de ces facteurs devrait faire en sorte que la croissance du PIB du Canada continue à un rythme dynamique.

Les exportations canadiennes ont monté en flèche en 1999 – affichant une hausse de plus de 11 %, consistant en une augmentation des exportations de près de 15 % vers les États-Unis et de 12 % vers le Mexique. Bien que ces taux de croissance formidables devraient s'atténuer pendant la période de planification, une reprise notable des ventes au Japon, en Europe, en Asie, au Moyen-Orient et en Afrique, ainsi qu'en Amérique latine devrait engendrer une croissance intense et plus équilibrée des exportations pour le Canada.

<sup>2</sup>Bien que 43 % du PIB du Canada soit lié aux exportations, la teneur croissante en importations des exportations signifie que la valeur ajoutée au PIB par les exportations est plus près de 30 %. On trouvera un bilan plus détaillé des incidences de la hausse de la teneur en importations des exportations dans le Point sur le commerce en l'an 2000 publié en juin 2000 par le ministre du Commerce international.

<sup>3</sup>Organisation de coopération et de développement économique.

<sup>4</sup>Basé sur des données commerciales de l'OCDE pour les pays membres.

<sup>5</sup>Cet aperçu est adapté de Prévisions à l'exportation de la Société pour l'expansion des exportations, une analyse plus détaillée expliquant les incertitudes qui pourraient miner l'exactitude des projections. Le document Prévisions à l'exportation peut être consulté dans le site Internet de la SEE à [www.edc-see.ca](http://www.edc-see.ca) ou le site Internet ExportSource d'Équipe Canada inc à <http://exportsource.gc.ca>.

## Principaux partenaires commerciaux du Canada

### États-Unis

*Les États-Unis absorbent plus de 85 % des exportations du Canada et continueront d'être un des piliers de la croissance économique du Canada. Les exportations canadiennes vers les États-Unis devraient s'accroître, bien qu'à un rythme différent de celui des dernières années.*

Les États-Unis en sont à une dixième année d'expansion économique, la meilleure performance de l'histoire moderne. Le PIB réel a augmenté de 4,2 % en 1999 et devait progresser jusqu'à 5 % en 2000. Le taux de chômage reste au voisinage de son niveau le plus bas en 30 ans et la confiance des consommateurs est élevée. Les investissements des entreprises continuent d'augmenter, en particulier en matière de technologie de l'information, ce qui laisse entrevoir une hausse prochaine de la productivité. Toutefois, après une année de resserrement de la politique monétaire, l'économie montre des signes évidents de ralentissement. En 2001, la croissance devrait ralentir à un rythme plus soutenu de 3 %. Ce qui menace probablement le plus l'économie américaine, c'est un atterrissage brutal précipité par une chute importante et soutenue du marché des actions. Par ailleurs, comme l'endettement des ménages augmente à un rythme à deux chiffres, un ralentissement plus rapide que prévu de l'économie engendrerait des ennuis financiers pour nombre de personnes et, partant, une diminution des dépenses de consommation. L'endettement des entreprises s'accroît aussi rapidement et la qualité du crédit s'est détériorée, menaçant les investissements des entreprises. Dans l'ensemble, la croissance économique devrait ralentir, tandis que la hausse des coûts exercera des pressions sur les marges bénéficiaires et que les dépenses de consommation s'atténueront en raison de taux d'intérêt et de cours du pétrole plus élevés. Cela devrait se traduire par un assouplissement de la croissance des exportations canadiennes vers les États-Unis.

### Europe de l'Ouest

*L'Union européenne (UE) a été le deuxième partenaire commercial en importance du Canada en 1999, absorbant 5 % des exportations canadiennes. La part de marché du Canada au sein de l'UE s'est érodée, la valeur de ses importations de l'UE ne représentant plus que 1,8 %<sup>6</sup>. Au fur et à mesure*

*du redressement de la croissance du PIB dans les 15 pays membres de l'UE, les exportations canadiennes devraient y augmenter de 5 à 6 %.*

La croissance du PIB réel dans les pays membres de l'UE s'est accrue pour atteindre 2,3 % en 1999. Toutefois, la demande d'importations est restée modérée en raison de la dépréciation de l'euro et des taux de chômage obstinément élevés. On s'attend cependant à un accroissement de la confiance des entreprises et des consommateurs, à une diminution du taux de chômage et à une recrudescence de l'investissement des ménages en capital fixe. Les risques inflationnistes, aggravés par l'affaiblissement de l'euro et les cours toujours élevés du pétrole, pourraient amener la Banque centrale européenne à majorer davantage les taux d'intérêt et à freiner la croissance pendant le premier semestre de l'exercice 2001.

### Japon

*Les exportations canadiennes vers son troisième partenaire commercial ont fortement diminué en 1998 (- 26 %) et modérément en 1999 (- 3 %) par suite des propres difficultés économiques du Japon. Par conséquent, la part des exportations canadiennes vers le Japon a régressé de 4,1 % en 1997 à 2,6 % en 1999. Les exportations vers le Japon devraient augmenter au fur et à mesure du redressement.*

Les bénéfices et les principaux indicateurs économiques se sont accrus au Japon. L'augmentation des dépenses en immobilisations montre que la confiance des entreprises s'améliore véritablement. En revanche, les perspectives concernant les dépenses de consommation restent faibles. La reprise en Asie et la croissance dynamique des économies américaine et européenne devraient stimuler les ventes outre-mer du Japon, ce qui contrebalancera au moins partiellement la faiblesse de la demande intérieure. Dans l'ensemble, l'économie japonaise devrait afficher une croissance de près de 2 % en 2001, par rapport à 1 % en 2000. Le Japon traverse un important changement structurel tandis que son économie axée sur l'industrie manufacturière (sidérurgie, construction navale, électronique, automobile) se convertit aux technologies de pointe.

<sup>6</sup>Comparé à une part supérieure à 20 % pour les États-Unis.

## Nouveaux partenaires commerciaux du Canada

### *Amérique centrale et Amérique du Sud*

*Les marchés de l'Amérique centrale et du Sud représentaient environ 1,2 % des exportations totales du Canada en 1999; les exportations ont régressé de plus de 17 % par rapport aux niveaux de 1998, les baisses les plus notables touchant le Brésil (- 36 %), la Colombie (-46 %) et l'Argentine (- 39 %). Les exportations vers ces régions devraient s'améliorer au cours de la période 2000-2003.*

L'Amérique latine connaîtra une croissance mondiale accrue et une hausse des cours des produits de base en 2000-01, ce qui est de bon augure pour la région. La croissance dans l'ensemble de la région devrait dépasser 3 %. On prévoit que le Mexique, le Brésil et le Pérou seront en tête avec une croissance supérieure à 4 %. Le Mexique (8<sup>e</sup> partenaire commercial du Canada) bénéficie de l'ALENA et de liens économiques avec les États-Unis. Des exportations vigoureuses, la hausse des cours du pétrole, de saines politiques macro-économiques et un train de mesures d'aide financière favoriseront le maintien des taux de croissance au cours des prochaines années. Un accord de libre-échange a été conclu avec l'UE à la fin de l'année dernière, faisant du Mexique un carrefour pour les exportations en Amérique du Nord. Le Brésil émerge de deux années de croissance stagnante. L'Argentine, le Honduras, l'Équateur et le Panama devraient connaître une croissance modeste. L'économie du Chili a stagné l'année dernière, mais le PIB réel devrait croître de 4 % cette année. Le Venezuela a enregistré une baisse de 7,2 % de son PIB réel l'an dernier, le pire déclin en dix ans. Les perspectives de croissance économique sont meilleures en 2000-2003, en particulier à la lumière des cours élevés du pétrole.

### *Pays asiatiques à l'exclusion du Japon*

*Environ 2,5 % des exportations canadiennes sont destinées aux pays asiatiques autres que le Japon. Les exportations du Canada vers cette région devraient se rétablir d'un fléchissement de 1,4 % en 1999, pour atteindre environ 3 % en 2000 et en 2001.*

En 1999, toutes les économies de la région ont connu une reprise économique plus rapide et plus forte que prévu. On s'attend à des taux de croissance allant de 5 % à 7,5 %, soutenus par de vigoureuses politiques de stimulation,

l'accroissement du commerce étranger, une revitalisation de la demande intérieure, des devises stables et la reprise de la confiance intérieure et étrangère. L'ensemble de la région devrait connaître une croissance économique positive – Hong Kong, la Chine, l'Inde, Taiwan, la Malaisie, Singapour et la Thaïlande étant les pays plus performants. La croissance économique de l'Indonésie se redresse après un recul en 1999. La croissance de la Chine se maintient à un rythme vigoureux et l'entrée de ce pays au sein de l'OMC devrait générer une hausse de l'investissement direct étranger et accélérer les réformes économiques. Une forte reprise de l'activité industrielle et la croissance vigoureuse des services alimentent la croissance en Inde. Une augmentation marquée des exportations stimule la croissance en Corée du Sud, tandis que la restructuration des entreprises et du secteur financier au cours des deux dernières années a engendré une forte croissance de l'investissement intérieur et étranger.

### *Europe de l'Est*

*On prévoit que les exportations vers l'Europe de l'Est augmenteront de 5 % en 2000 et de 7 % en 2001, à la suite d'un fléchissement de 22 % en 1999.*

Les réformes financières et institutionnelles se sont poursuivies dans la région, certains pays affichant une augmentation des exportations et une hausse des revenus et des investissements en capital. La croissance économique de la région a été modeste, en raison de l'activité économique modérée en Europe de l'Ouest, des exportations réduites vers la Russie et de l'embargo en Yougoslavie. Néanmoins, la croissance économique devrait accélérer à environ 2 % cette année et 3 % en 2001.

### *Moyen-Orient et Afrique*

*Les exportations canadiennes vers la région devraient s'accélérer pour s'établir au voisinage de 5 % à 8 % au cours des prochaines années. Globalement, la hausse des cours du pétrole et d'autres produits de base a amélioré les perspectives de croissance à court terme, tandis que la faiblesse des prix agricoles a eu un effet négatif sur certaines économies africaines.*

La croissance économique modérée du Moyen-Orient devrait se poursuivre. Bien que le PIB réel ait augmenté de 1,8 % seulement en 1999, la croissance devrait revenir à un seuil de 3,2 %. Les exportateurs de pétrole bénéficient de revenus élevés. Le PIB de l'Afrique a

augmenté de 3,1 % l'année dernière et devrait s'établir à environ 3,5 % cette année. Certains pays africains profitent d'un allègement de leur dette extérieure grâce à la mise en œuvre de l'Initiative en faveur des pays pauvres très endettés (dont le Canada est l'un des artisans).

### **Australie et Nouvelle-Zélande**

*L'Australie et la Nouvelle-Zélande, qui n'absorbent que 0,5 % des exportations canadiennes, sont de riches marchés industriels encore inexploités par nombre d'exportateurs canadiens.*

Le PIB de l'Australie a affiché une croissance de 4,3 % en 1999 et devrait se maintenir autour de 4 % cette année. La consommation intérieure demeure vigoureuse et le contexte commercial au cours du dernier trimestre de 1999 a été le meilleur des cinq dernières années. Le PIB de la Nouvelle-Zélande s'est accru de 3 % en 1999 et devrait augmenter de 4 % au cours des prochaines années.

## **Aperçu Sectoriel**

*La croissance des ventes à l'exportation du Canada devrait être plus équilibrée en 2000, tandis que les secteurs dont la croissance a ralenti l'an dernier se redresseront grâce à la reprise asiatique et que la croissance des secteurs florissants sera plus modérée.*

La performance économique vigoureuse du Canada s'est poursuivie en 1999. Globalement, la croissance économique a été bien équilibrée dans l'ensemble des secteurs, la demande intérieure et les exportations de biens et de services contribuant à la croissance. Toutes les régions du Canada ont profité de cette expansion.

Depuis 1997, les cours des produits de base ont affiché un degré important de volatilité. Les cours plus élevés du pétrole, le déclin des cours des produits forestiers et la faiblesse continue des produits miniers ont eu des répercussions directes sur les exportations canadiennes. En revanche, les cours des produits de base ont maintenant récupéré, nombre d'entre eux aux niveaux qui prévalaient avant la crise asiatique. Les cours et les perspectives des exportations des produits de base devraient s'améliorer durant la période de planification, mais des problèmes de capacité excédentaire à l'échelle mondiale continueront d'affliger un certain nombre de secteurs axés sur les ressources.

Les biens d'équipement de technologie de pointe, tels que matériel de télécommunications, aéronautique et autres machineries et équipements, devraient connaître la plus forte croissance du Canada au cours de la période de planification. Les exportations de biens de consommation, dont les produits automobiles, devraient également afficher une forte croissance, quoique moins vigoureuse qu'au cours des dernières années. Les services devraient enregistrer une croissance approchant les deux chiffres, sous l'impulsion d'une croissance des services informatiques et d'information, des services de communication et des services d'architecture et de génie.

### **Agriculture, aliments et boissons**

*Le secteur agricole et agroalimentaire du Canada représente environ 9 % du PIB canadien et emploie un Canadien sur sept, soit plus de 2 millions de travailleurs.*

Le Canada détient présentement environ 3,5 % du commerce mondial en produits agricoles et agroalimentaires. Le secteur cherche à s'emparer d'une part de 4 % d'ici 2005.

En 1999, les exportations agricoles et agroalimentaires du Canada ont décliné de 4 % pour s'établir à 21,7 milliards \$, une diminution attribuable en grande partie aux cours mondiaux moins élevés de certains produits de base. Certains signes indiquent que les cours ont atteint un creux conjoncturel, et en conséquence les perspectives du secteur

#### **Le saviez-vous?**

Les dépenses canadiennes de consommation en produits agroalimentaires atteignent près de 100 milliards \$.

Les aliments et les boissons à valeur ajoutée et prêts à la vente au détail représentaient 40 % des exportations globales agricoles et agroalimentaires en 1999, en hausse d'environ 25 % par rapport à 1988.

Le conditionnement des aliments et des boissons est le deuxième secteur manufacturier du Canada.

Une ferme moyenne du Canada produit suffisamment d'aliments pour 120 personnes.

Quelque 98 % de l'ensemble des fermes au Canada sont des exploitations familiales.

Les États-Unis représentaient 61 % des exportations agroalimentaires totales en 1999, en hausse de 57 % par rapport à l'année précédente.



demeurent positives. Les exportations des produits alimentaires et des boissons à valeur ajoutée continuent de croître, pour atteindre 11,3 milliards \$ ou environ 52 % des exportations agroalimentaires totales. D'ici 2005, l'objectif est d'accroître la proportion de ces produits à valeur ajoutée jusqu'à 60 % des exportations agricoles et agroalimentaires totales, créant de 120 000 à 170 000 emplois supplémentaires dans le secteur.

### Automobiles

*L'industrie automobile du Canada est très compétitive et en grande partie axée sur l'exportation.*

L'industrie automobile est l'un des secteurs qui contribue le plus à l'économie canadienne. En 1999, les expéditions de produits automobiles ont dépassé 106 milliards \$, à savoir 70,3 milliards en véhicules, 33,3 milliards \$ en pièces pour véhicules automobiles et 2,9 milliards \$ en carrosseries et remorques de camions.

Les exportations de produits de l'automobile ont augmenté de 24 % en 1999 pour atteindre 96 milliards \$, soit presque 23 % des exportations totales du Canada.

#### Le saviez-vous?

Le Canada se classe 5<sup>e</sup> au monde en production automobile.

Plus de 72 % de la production canadienne de pièces automobiles et plus de 90 % de la production canadienne de véhicules est exportée vers les États-Unis, qui demeure le principal marché automobile du Canada.

L'industrie automobile génère environ 13 % du PIB manufacturier et fournit plus de 540 000 emplois à salaire très élevé.

En 2000, la croissance des exportations a fléchi et ne devrait pas dépasser 4 % en 2000. Toutefois, la demande reste vigoureuse et contribue à maintenir les expéditions canadiennes à des niveaux robustes.

Au fur et à mesure de la mondialisation de l'industrie automobile et de la diminution des obstacles au commerce international, les exportations des produits canadiens de l'automobile vers d'autres marchés du monde devraient s'accroître.

### Biens de consommation

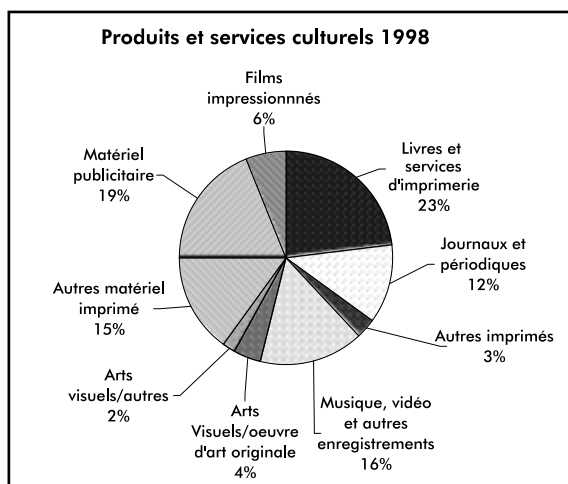
*Les biens de consommation font partie d'un vaste secteur qui comprend les fabricants de vêtements et de chaussures, d'ameublement et d'électroménagers, d'équipements sportifs et de produits textiles.*

La production canadienne de biens de consommation a atteint près de 22 milliards \$ en 1999, soit près de 2,3 % du PIB total du Canada. Les exportations ont grimpé de près de 10 % pour atteindre 13,6 milliards \$ en 1999, soit environ 3,3 % du total des exportations canadiennes. Les exportations devraient être plus modérées en 2000, du fait que le fléchissement de la demande américaine empêche le secteur d'atteindre le taux de croissance de l'an dernier, soit 7,3 %. En 2001, de robustes facteurs économiques fondamentaux en Europe, en Amérique latine et en Asie devraient contrebalancer l'affaiblissement de la consommation des États-Unis et aider à faire augmenter les ventes canadiennes de 3 %.

### Produits et services culturels

*Le secteur culturel du Canada est de nature entrepreneuriale, varié dans son éventail de produits et de services, et reconnu comme un producteur mondial de contenu culturel de qualité.*

Le secteur culturel représentait environ 3,6 % du PIB total du Canada en 1998, affichant des ventes de plus de 25 milliards \$ pour l'année. Les exportations annuelles de biens et de services culturels se chiffrent à environ 3,2 milliards \$, soit une croissance approximative de 15 % par année, les services et les produits fondés sur le savoir étant les moteurs de cette croissance. Les États-Unis sont la principale destination des produits culturels canadiens, absorbant 93 % des exportations annuelles. L'Europe est un marché d'exportation stable et en expansion pour les



Source : Statistique Canada, Cultural Trade and Investment Project, 1998-99

biens et services culturels anglais et français. On constate plus particulièrement une demande élevée pour des livres de qualité (produits finis et ventes de droits), la musique, les arts d'interprétation, les services patrimoniaux et de conservation, la programmation télévisuelle ainsi que le contenu et les services en nouveaux médias, dont la formation. L'Asie offre des débouchés à la hausse pour l'exportation de programmation télévisuelle ainsi que de contenu et d'apprentissage en nouveaux médias, de même qu'un accès à du capital-risque et une infrastructure de technologie de pointe. Le Mexique et l'Amérique latine constituent des marchés émergents pour le contenu culturel, en particulier en matière de livres, de musique et d'arts d'interprétation.

### *Le saviez-vous?*

Le secteur culturel employait environ 710 000 personnes en 1996-97, dont 82 % sont considérées comme des travailleurs du savoir.

Le Canada est un des principaux fournisseurs mondiaux de contenu culturel, en particulier de films et de vidéos (longs métrages et programmation télévision), de livres, de nouveaux médias (contenu et formation), d'arts d'interprétation d'avant-garde, de services aux organismes patrimoniaux et aux musées, et de tourisme culturel.

On trouve au Canada une industrie en plein essor du cinéma, du vidéo et de la télévision qui a enregistré des revenus de production de 879 millions \$ en 1995-96.

On prévoit une augmentation importante de la demande mondiale au cours des 20 prochaines années<sup>7</sup>, stimulée par la croissance économique mondiale, l'amélioration des niveaux de vie et la déréglementation des marchés. L'Asie et l'Amérique du Sud devraient mener cette augmentation. Des investissements publics et privés considérables seront nécessaires pour satisfaire à la demande mondiale croissante en matière d'énergie, en particulier pour le développement de la production de gaz naturel et d'électricité. Les entreprises canadiennes sont bien placées pour exporter leur expertise énergétique à l'échelle mondiale et devraient récolter les fruits de l'accroissement des activités de développement.

### *Le saviez-vous?*

Le secteur énergétique du Canada fournit 195 000 emplois.

Les États-Unis sont le principal marché du Canada pour les produits énergétiques et absorbent 90 % de l'ensemble des exportations énergétiques canadiennes.

Le Japon a été la destination pour plus de 43 % des 34 millions de tonnes de charbon exporté par le Canada en 1999.

Le Canada est le 3<sup>e</sup> producteur mondial de gaz naturel.

Parmi les pays membres de l'OCDE, le Canada se classe 3<sup>e</sup> en production d'électricité

## *Énergie*

*Le Canada possède une vaste expérience en matière de production, de transmission et d'utilisation de l'énergie respectueuses de l'environnement. Le secteur de l'énergie est fortement compétitif et à l'avant-garde de l'innovation.*

Le secteur énergétique du Canada a contribué environ 52 milliards \$ au PIB total en 1999, soit environ 6%. Les exportations d'énergie ont atteint près de 31 milliards \$, une hausse de 15 % par rapport aux niveaux de 1998 et de plus de 100 % par rapport à ceux de 1989. Aujourd'hui, les exportations énergétiques représentent environ 9 % des exportations globales de marchandises du Canada. La balance du commerce énergétique figure au deuxième rang derrière les produits forestiers comme ayant contribué le plus à la balance commerciale globale excédentaire du Canada.

## *Produits forestiers*

*Le Canada est reconnu comme un chef de file pour ses progrès en matière de gestion durable des forêts, de services de protection et de technologie. C'est le principal exportateur mondial de produits forestiers, sa part du commerce mondial s'élevant à 19 %.*

La production du secteur des produits forestiers du Canada a contribué plus de 19 milliards \$ au PIB en 1999, soit l'équivalent de 2 % du PIB total canadien. Les exportations de produits forestiers ont augmenté de plus de 11 % en 1999, pour atteindre un niveau record historique de 44,2 milliards \$. Bien que les ventes de produits forestiers soient conjoncturelles, les exportations annuelles se sont accrues de plus de 2 milliards \$ depuis 1995.

<sup>7</sup>Agence internationale de l'énergie, *Perspectives énergétiques mondiales 1998*, Paris, 1999 et United States Energy Information Administration, *International Energy Outlook 2000*, Washington, 2000, Washington, 2000

La croissance démographique mondiale, l'accroissement du PIB mondial, la hausse du revenu par habitant et la progression du taux d'alphabétisation continueront de stimuler la demande pour les produits forestiers du Canada. Les économies d'Asie et d'Europe seront à l'avant-garde de cette croissance de la demande mondiale au cours des prochaines années. Pour nombre de produits forestiers du Canada, les perspectives à long terme de croissance des exportations résident dans les marchés émergents de l'Asie. La reprise des exportations de produits forestiers du Canada, en particulier celles des produits ligneux, devrait se poursuivre et revenir aux niveaux existant avant la crise économique en Asie. Les exportations canadiennes de papier et de carton devraient continuer de croître à un rythme rapide au cours des prochaines années, principalement sous l'impulsion d'une faible croissance des capacités et de vigoureux marchés mondiaux.

### *Le saviez-vous?*

Le Canada possède 10 % des forêts du monde et est le principal exportateur mondial de produits forestiers.

Des 921 millions d'hectares de territoire au Canada, 418 millions (56 %) sont boisés. De ceux-ci, 244 millions font l'objet de foresterie commerciale.

Chaque année, le Canada prélève approximativement 1 million d'hectares de forêts, moins de la moitié de un pour cent de son territoire forestier commercial.

Le secteur des produits forestiers emploie directement quelque 352 000 Canadiens.

### *Produits et matériaux industriels*

*Les exportations canadiennes de produits industriels et de matériaux se sont élevées à 33,5 milliards \$ en 1999, en hausse de 3,7 % par rapport à l'année précédente. Le secteur, qui englobe les produits chimiques, les engrais et les plastiques, représente environ 8 % du total des exportations du Canada.*

L'industrie des plastiques<sup>8</sup> du Canada est concurrentielle à l'échelle internationale et possède un fort coefficient d'exportation. En 1999, les expéditions du secteur canadien des plastiques s'élevaient à 24,5 milliards \$, dont 47 % étaient destinées à l'exportation.

<sup>8</sup>Y compris les résines synthétiques, machinerie pour plastique, moules et produits plastiques.

La restructuration et la rationalisation des producteurs mondiaux de produits chimiques ont profondément marqué l'industrie chimique du Canada, qui se compose en grande partie de filiales américaines.

Près de la moitié de la production chimique du Canada est exportée et plus de 80 % des exportations de produits chimiques sont destinées au marché américain. Comme c'était le cas l'an dernier, les prix de vente pour la plupart des produits chimiques ne devraient pas suivre la cadence de la montée soudaine des stocks d'alimentation énergétique, ce qui limitera ou réduira les marges bénéficiaires des producteurs. La croissance des exportations de produits chimiques devrait culminer sur les marchés asiatiques, quoiqu'elle sera probablement limitée par la concurrence des producteurs chimiques de l'Asie.

Les exportations canadiennes de matières plastiques devraient augmenter à un taux de croissance annuel moyen de 7,6 %, à la faveur des avantages concurrentiels des produits de construction durables, des pellicules agricoles biodégradables, des revêtements pour bassins de confinement environnemental, des pièces pour véhicules automobiles, des pièces d'aéronef, et des cartes de circuit imprimé et des boîtiers pour ordinateurs. Les exportations d'engrais devraient continuer de croître selon l'augmentation de 7,7 % de l'année dernière, tandis que les offres excédentaires devant le raffermissement de la demande mondiale engendreront des prix faibles pour l'urée et les phosphates et de modestes augmentations du prix de la potasse.

### *Minéraux et métaux*

*Le Canada est l'un des principaux pays d'exploitation minière au monde. Il produit plus de 60 minéraux et métaux et emploie plus de 200 000 travailleurs.*

Le secteur des minéraux et des métaux du Canada contribue près de 19 milliards \$ au PIB global, soit un peu plus de 2 %. Les exportations canadiennes de minéraux et de métaux représentent près de 9 % des exportations totales du Canada ou plus de 29 milliards \$ (une contribution positive de 11 milliards \$ à la balance commerciale du pays). Le Canada est le premier producteur mondial de potasse et d'uranium et le second pour ce qui est du nickel, du cadmium et du cobalt. Le Canada est également un des principaux producteurs de cuivre, d'or, de plomb, de magnésium, de molybdène, de métaux voisins du platine, d'aluminium primaire et de zinc.

Les récentes hausses du cours de certains métaux sont encourageantes pour l'industrie minière du Canada, après une période prolongée de demande et de prix peu élevés. Cependant, la faiblesse des prix de l'or et du charbon demeure préoccupante. L'Indice mensuel des prix des métaux de Ressources naturelles Canada a augmenté de près de 19 % à la fin de novembre 2000 par rapport à son bas niveau en décembre 1998<sup>9</sup>. Les cours plus élevés des produits de base ont contribué à améliorer les résultats financiers de la plupart des principaux producteurs du Canada.

#### *Le saviez-vous?*

Le secteur des minéraux et des métaux du Canada fournit plus de 200 000 emplois directs chaque année.

Le secteur comprend plus de 200 grandes mines d'extraction de minerais métalliques et non métalliques et de charbon, environ 3 000 exploitations de carrière et de gravier, 50 fonderies de métaux non ferreux, raffineries et usines sidérurgiques ainsi que plus de 600 entreprises hautement spécialisées de matériel et de services d'exploitation des mines.

Le secteur du matériel et des services d'exploitation des mines du Canada est un volet à forte valeur ajoutée de l'industrie, qui exporte un large éventail de produits et de services en matière d'exploration, d'extraction minière, de contrôle de l'environnement, de traitement, de fonte et d'affinage.

Les sociétés minières canadiennes possèdent des exploitations dans plus de 100 pays et contrôlent environ 30 % des coûts mondiaux d'exploration.

Le financement des activités minières canadiennes est sensiblement inférieur pour l'an 2000, 476 millions \$ ayant été réunis cette année contre 1,4 milliard \$ pour la même période en 1999. Les institutions financières canadiennes ont été responsables, en 1999, de plus de 55 % de l'ensemble des capitaux réunis à l'échelle mondiale en vue de l'exploration et de l'exploitation des minéraux.

### *Machinerie et équipement*

*Le secteur de la machinerie et de l'équipement englobe les industries technologiques de pointe du Canada et emploie quelque 300 000 Canadiens chaque année.*

En 1999, les exportations du secteur se sont accrues de près de 8 % pour atteindre 85 milliards \$, soit un peu moins de 21 % des exportations globales. Les exportations des industries de la **machinerie industrielle et agricole** ont enregistré peu de croissance en 1999, la demande pour les machines agricoles étant faible en raison de la crise agricole persistante aux États-Unis et de la lente reprise en Asie. Bien que les exportations de machinerie agricole devraient reculer davantage en 2000, celles de la machinerie et des pièces industrielles devraient augmenter plus rapidement en raison d'une croissance continue, de l'intensification des pressions salariales et des taux élevés d'utilisation des capacités aux États-Unis. Globalement, les exportations de machinerie industrielle et agricole se sont accrues d'environ 37 % depuis 1995.

Les exportations d'**aéronefs et autre équipement de transport** ont augmenté de 5,5 % en 1999 pour dépasser 17 milliards \$. Depuis 1995, les exportations dans ces industries ont grimpé de plus de 62 %. Les expéditions d'aéronefs devraient continuer de s'accroître, quoique à un rythme moins frénétique que celui des dernières années. On prévoit une croissance vigoureuse des ventes de jets de transport régional et d'affaires, que les compagnies de transport aérien privilégieront aux gros-porteurs pour répondre à la hausse du trafic régional de passagers en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest. Après une décennie de recul, les exportations de transport ferroviaire devraient augmenter au cours des prochaines années, à la faveur de la fermeté des cours des produits de base<sup>10</sup>, un mouvement à la hausse des volumes du fret<sup>11</sup> et le remplacement prévu de l'équipement vétuste. On s'attend à un potentiel supplémentaire de ventes lorsque les compagnies de transport urbain Long-Island/MTA commenceront à moderniser leur réseau de trains de banlieue. Les perspectives à long terme sont encore plus roses. L'industrie américaine du transport ferroviaire entend consacrer 160 milliards \$US à l'amélioration de son réseau ferroviaire et 200 milliards \$ à son entretien, en vue de faire face à une augmentation anticipée de 50 % dans le transport du fret au cours des 20 prochaines années. Cela fournira une multitude de débouchés pour les exportateurs canadiens.

<sup>9</sup>L'index comprend le cuivre, le plomb, le zinc, l'argent et l'or, et est pondéré par la part relative de la production canadienne de chaque produit. Exprimé en dollars courants US.

<sup>10</sup>Plus de 60 % des expéditions de charbon, d'acier et de céréales se font par rail.

<sup>11</sup>Les avantages d'une décennie de libéralisation du transport ferroviaire et de consolidation dans l'industrie.

Les exportations de **l'industrie canadienne des télécommunications** continueront de prospérer en 2000 et 2001, sous l'impulsion de l'expansion rapide des marchés pour les entreprises de télécommunications et des producteurs d'équipement, de la diminution des coûts de production et des avancées technologiques. L'industrie canadienne de la fibre optique est en pleine expansion et ses ventes devraient passer de 10 milliards \$US en 1998 à 22,9 milliards \$US en 2002 aux États-Unis seulement. L'industrie américaine du téléphone cellulaire est maintenant en pleine phase de consommation de masse et sur le point d'adopter la technologie de troisième génération – un éventail de réseaux mobiles capables d'assurer la transmission à haute vitesse de signaux (données et voix) à large bande – au cours des prochaines années. Le rythme rapide du développement des produits mettra le cycle de remplacement en œuvre, ce qui augmentera la demande totale des consommateurs et créera de nouveaux débouchés pour les exportateurs canadiens de télécommunications. L'Accord de 1997 sur les télécommunications de l'OMC ayant accéléré le rythme de la privatisation de l'industrie en Europe de l'Ouest, on prévoit un accroissement de la concurrence, une diminution des prix et une hausse des rendements d'échelle. Les exportateurs canadiens devraient voir leurs têtes de pont européennes prendre de l'expansion, en particulier au Royaume-Uni, en Allemagne et en Irlande. En Amérique latine, le potentiel de croissance est énorme, surtout dans les secteurs de l'Internet et du sans-fil. La sous-pénétration des services de téléphone terrestre et public engendre une grande partie de ce potentiel, tout comme la hausse du revenu de la classe moyenne. L'Asie doit également surmonter un réseau inefficace et fixe de télécommunications en adoptant la plus récente technologie sans fil. Après avoir surmonté la crise de 1997-98, les deux régions envisagent de réinvestir dans leurs infrastructures de télécommunications afin d'attirer plus de capitaux étrangers. Bien que les ventes dans ces régions semblent pâles par comparaison aux États-Unis et en Europe, elles constituent néanmoins des débouchés pour une croissance future des exportations canadiennes.

En dépit d'une vigoureuse demande mondiale et de volumes croissants de ventes, la réduction marquée des prix continuera de faire baisser la valeur totale des **exportations canadiennes de matériel informatique et de composants électroniques**. Une concurrence extrême, des composants moins chers et des cycles de remplacement plus courts ont entraîné une chute de plus de 25 % des prix depuis 1997. Cette tendance baissière devrait accélérer légèrement en 2001 à la faveur du

ralentissement de la croissance américaine. Les exportations vers l'Europe de l'Ouest, l'Amérique latine, l'Asie et l'Océanie compenseront une partie de la perte de vitesse du marché américain, tandis que les entreprises chercheront à améliorer la productivité en modernisant la technologie et en poussant vivement les consommateurs à se brancher. La demande japonaise pour le matériel informatique canadien devrait s'accroître au moment où le Japon réoriente son économie vers les industries technologiques de pointe. Les exportations vers l'Amérique latine et l'Asie devraient prospérer à la faveur de la croissance économique et de la diminution des prix de vente qui auront pour effet d'élargir le marché de l'ordinateur personnel. On peut s'attendre à ce que la demande mondiale continue de s'accroître du fait que les taux de pénétration sont toujours bien en deçà des niveaux de saturation et que les services Internet attirent de plus en plus de clients.

### Services

*Les exportations de services canadiens ont plus que doublé au cours de la dernière décennie. Cette tendance positive devrait se maintenir, les exportations de services devant augmenter de 10 % en 2000 et de 9 % en 2001.*

#### *Le saviez-vous?*

Le vaste secteur des services englobe les services commerciaux, les voyages, les transports, les services publics, l'éducation, les services de santé et sociaux.

Les services constituent les deux tiers du PIB du Canada, près de 75 % de l'emploi et quelque 90 % de la création de nouveaux emplois.

Les services constituent 75 % de l'emploi total au Canada – environ 10,4 millions d'emplois.

La production des services a dépassé 634 milliards \$ en 1999. Les exportations ont augmenté de 6 %, pour atteindre 51,8 milliards \$, et représentent maintenant plus de 12 % des exportations globales. Depuis les années 1960, presque toutes les industries de services ont affiché une croissance plus vigoureuse que la moyenne. Les services commerciaux<sup>12</sup> ont enregistré la plus grande croissance et constituent maintenant plus de 40 % de la production totale de services.

<sup>12</sup>Aussi appelés services d'affaires et professionnels, les services commerciaux englobent la comptabilité, les services juridiques, les assurances, l'architecture, le génie et les conseils en gestion.

Les exportations de **services commerciaux**, qui représentent la moitié des exportations totales de services, ont augmenté de 4,7 % en 1999 pour dépasser 26 milliards \$. Les services commerciaux ont donné le ton à la croissance des exportations de services au cours des dernières années. En 1999, la vigoureuse croissance des marchés américains a compensé les répercussions du report ou de l'annulation – engendrés par la crise asiatique – de nombre de projets de construction de grande envergure à l'échelle mondiale. Les perspectives pour les industries de services commerciaux sont excellentes, car les services axés sur le savoir représentent un des éléments en plein essor du commerce mondial et les économies avancées y ont de plus en plus recours pour réussir sur le marché international. Les gouvernements des pays en voie de développement reconnaissent que leur économie pourrait tirer des avantages économiques substantiels de l'importation de compétences, de connaissances et de technologie.

Les exportations de **services de voyages** ont augmenté de 8 % pour atteindre 15 milliards \$ en 1999 et représentent maintenant 31 % des exportations totales de services. Les **services de transport** se sont accrus de 5,7 % pour atteindre 9,4 milliards \$ et représentent un peu plus de 18 % des exportations totales de services. Les exportations de services de l'industrie des voyages devraient profiter de l'amélioration du contexte commercial général et de la situation relativement positive des taux de change. Toutefois, les cours pétroliers plus élevés et leurs répercussions sur les frais de déplacement constituent un important facteur de risque à l'amélioration des perspectives en matière de services de voyages et de transport.

## ÉQUIPE CANADA INC – MANDAT ET APERÇU

### Stratégie canadienne en matière de commerce international

Le Canada mise sur le commerce pour les emplois et la croissance plus que pratiquement tout autre pays industrialisé. Notre économie intérieure est limitée et nous devons tirer parti des débouchés en matière de commerce et d'investissements mondiaux pour réaliser notre plein potentiel national. Conscient de cette réalité, le gouvernement du Canada a pour stratégie générale de

créer des emplois et d'accroître la prospérité en aidant les entreprises canadiennes à profiter pleinement des débouchés mondiaux et en facilitant la circulation des investissements et de la technologie. Le gouvernement s'emploie à :

- faire du Canada la meilleure nation commerçante au monde;
- créer des emplois et à stimuler la croissance économique en augmentant les exportations;
- jouer un rôle prépondérant dans la libéralisation du commerce mondial;
- faire du Canada le marché nord-américain favori des investisseurs.

Équipe Canada inc est un intervenant clé dans ces efforts de développement du commerce international.

### Mission d'Équipe Canada inc

La mission d'ECI est d'aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés internationaux. Nous nous employons à fournir l'information, les services et le soutien appropriés aux entreprises canadiennes de toutes tailles qui étendent leurs activités commerciales aux marchés étrangers.

**La démarche d'Équipe Canada** est née de la nécessité de soutenir la croissance et le succès des exportateurs en exploitant les forces collectives des ressources fédérales, provinciales et non gouvernementales sur deux plans :

#### **Missions commerciales d'Équipe Canada**

Le premier ministre dirige les premiers ministres des provinces et des territoires et des entreprises canadiennes lors de missions de prestige en vue d'obtenir de nouveaux contrats sur les marchés étrangers.

**Équipe Canada inc** – 23 ministères et organismes fédéraux travaillant avec les provinces/territoires et d'autres partenaires, pour informer et appuyer les exportateurs canadiens – des novices aux expérimentés, des grands aux petits – qui accroissent leurs activités sur le marché international.

Aux entreprises désireuses d'élargir leurs horizons à l'extérieur du Canada, les membres d'ECI offrent de l'information générale et des services de perfectionnement des compétences, afin de les préparer aux débouchés et aux défis qui les attendent. À cette fin, nous offrons des

conseils en matière d'exportation, du soutien pour l'entrée sur le marché et du financement à l'exportation. Les exportateurs actifs reçoivent sur place le soutien indispensable pour réussir.

Les membres d'ECI s'emploient aussi à promouvoir activement le Canada en tant que fournisseur de biens et de services de qualité élevée et comme endroit intéressant pour implanter des activités et ainsi pénétrer les marchés nord-américains.

Équipe Canada inc est un partenariat d'organisations de partout au Canada et au monde qui collaborent pour aider les entreprises canadiennes à entrer sur le marché mondial et à y réussir.

### Priorités d'Équipe Canada inc

Depuis sa création en 1997, Équipe Canada inc a concentré ses efforts dans quatre grands domaines :

**Accès aux marchés** – L'accès prévisible aux marchés étrangers est crucial pour la stratégie d'exportation et

d'investissement étranger de toute entreprise. Dans le sillage de réussites de libéralisation commerciale telles que l'ALENA et L'OMC<sup>13</sup> et nombre d'accords bilatéraux de libre-échange, ECI continue de chercher à renforcer la réglementation du commerce international et à éliminer les obstacles au commerce et à l'investissement dans les marchés prioritaires du Canada.

### Capacité d'exportation et état de préparation –

Favoriser une attitude de commerce mondial dans le milieu des affaires au Canada est essentiel pour élargir et diversifier la base d'exportations canadiennes. Les membres d'ECI continuent de sensibiliser les entreprises aux débouchés internationaux et aux avantages de l'exportation ainsi qu'à accroître l'état de préparation et la vocation exportatrice des entreprises.

### Développement du marché international –

Le Canada entre dans le nouveau millénaire sur la vague d'une croissance phénoménale en commerce et en investissement qui se traduit maintenant par des activités de commerce international (importations + exportations) valant environ 2 milliards \$ chaque jour. Équipe Canada inc continue de promouvoir activement le Canada comme

### Équipe Canada inc *Notre partenariat compte maintenant 23 ministères et organismes fédéraux :*

- Affaires étrangères et Commerce international
- Affaires indiennes et du Nord Canada
- Agence canadienne de développement international
- Agence de promotion économique du Canada atlantique
- Agence des douanes et du revenu du Canada
- Agriculture et Agroalimentaire Canada
- Banque de développement du Canada
- Conseil national de recherches du Canada
- Conseil national des produits agricoles
- Corporation commerciale canadienne
- Développement des ressources humaines Canada
- Développement économique Canada pour les régions du Québec
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Environnement Canada
- Industrie Canada
- Patrimoine canadien
- Pêches et Océans Canada
- Ressources naturelles Canada
- Société canadienne d'hypothèques et de logement
- Société pour l'expansion des exportations
- Statistique Canada
- Transport Canada
- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Équipe Canada inc offre un Service d'information sur l'exportation : **1 888 811-1119**. Les demandeurs sont mis en communication avec le Centre de services aux entreprises le plus rapproché d'eux, qui leur fournit l'information qu'ils cherchent ou qui les met en rapport avec le partenaire approprié d'Équipe Canada inc.

En outre, le site Internet ExportSource offre une mine de renseignements utiles sur l'exportation et des liens électroniques vers tous les partenaires d'Équipe Canada inc. Le site comporte des produits en ligne tels que le Guide pas-à-pas à l'exportation et le Plan d'exportation interactif. Consultez-le à [exportsource.ca](http://exportsource.ca)

<sup>13</sup>Accord de libre-échange nord-américain et Organisation mondiale du commerce.

une source de biens et de services de grande qualité dans un large éventail de secteurs, privilégiant les marchés et les secteurs où les débouchés canadiens sont les plus grands.

**Développement de l'investissement** – De nos jours, les investisseurs étrangers recherchent des activités d'affaires qui offrent un bon rendement pour le réseau mondial d'alimentation de l'entreprise. Investir à l'étranger devient donc un élément de plus en plus important pour obtenir un avantage concurrentiel sur les marchés étrangers. Le gouvernement du Canada s'emploie à attirer, à retenir et à accroître les investissements étrangers au Canada, tout en soutenant les investissements canadiens à l'étranger.

## STRATÉGIE D'ÉQUIPE CANADA INC POUR 2000-2003

*Depuis 1994, le gouvernement du Canada a fait de l'accroissement du commerce international une des principales priorités de son programme pour promouvoir la prospérité et les emplois canadiens. Équipe Canada inc a été créée en 1997 afin de favoriser la coordination des activités fédérales de promotion de l'accès aux marchés, de la capacité d'exportation et de l'état de préparation, du développement des marchés internationaux et de la promotion de l'investissement. Ces objectifs demeurent au cœur des activités d'ECI pour la période de planification 2000-2003.*

### Accès aux marchés

L'accès du Canada aux marchés mondiaux dépend d'un système fondé sur des règles qui est prévisible – un élément clé pour la planification commerciale à long terme. Le Canada a joué un rôle prépondérant dans la négociation d'un environnement commercial plus libéral et davantage réglementé, par l'entremise de l'ALENA, de l'OMC et d'accord bilatéraux de libre-échange avec le Chili et Israël. Au cours des trois prochaines années, le gouvernement du Canada s'emploiera à renforcer davantage la réglementation existante en vue de donner plus de stabilité, de transparence et de certitude au commerce mondial.

### Négociations commerciales

Les négociations bilatérales, régionales et multilatérales sont toujours des occasions importantes d'améliorer le cadre du commerce et de l'investissement. Au cours des prochaines années, le gouvernement du Canada continuera de :

- Chercher à élargir les rondes de négociations de l'OMC, en travaillant au sein d'organisations telles que l'APEC, afin de gagner du terrain en vue d'une nouvelle ronde de pourparlers sur les obstacles qui subsistent en matière de commerce, et afin de créer un environnement plus stable pour de nouvelles activités comme le cybercommerce.

#### Consultation, coopération et coordination

Les préparations aux négociations commerciales nécessitent des consultations continues avec des intervenants canadiens (ex. gouvernements provinciaux, industrie, ONG) afin de cultiver un consensus national informé sur ce dont le Canada a besoin pour maintenir et améliorer le niveau de vie de ses citoyens dans la nouvelle économie mondiale. À l'avenir, des décisions devront être prises relativement aux intérêts nationaux du Canada pour favoriser la libéralisation et la réglementation du commerce et déterminer où résident les priorités d'accès aux marchés.

Les gouvernements provinciaux jouent un rôle plus important dans les négociations sur le commerce international. Misant sur les étroites relations de travail déjà existantes, le gouvernement du Canada veille à ce que les provinces interviennent dans une mesure qui reflète les responsabilités constitutionnelles, pour s'assurer de la mise en œuvre efficace des engagements négociés.

- Promouvoir les intérêts du Canada lors des négociations de l'OMC sur l'agriculture et les services, lors des prochaines révisions des accords de l'Uruguay Round et dans la mise en œuvre en cours des engagements de l'Uruguay Round.
- Favoriser les intérêts commerciaux du Canada en Amérique latine par l'entremise des négociations sur la **Zone de libre-échange des Amériques** (ZLEA) et en améliorant les relations commerciales avec MERCOSUR. Une conférence ministérielle de la ZLEA doit se tenir à Buenos Aires en avril 2001.



- Conclure des négociations de libre-échange avec **l'Association européenne de libre-échange (AELE)** et travailler avec l'UE sur un plan d'action commercial.
- Générer plus de débouchés pour les entreprises canadiennes sur les marchés de l'Asie-Pacifique en participant à la **Coopération économique Asie-Pacifique (CEAP)**. Les principales priorités comprendront des règles visant à libéraliser davantage le commerce et l'investissement et l'aide à apporter aux économies en développement dans la région, en vue d'accroître la capacité des intervenants à participer activement à un régime de commerce multilatéral fondé sur des règles.
- Négocier des ententes internationales visant à assurer que le commerce et l'environnement se soutiennent mutuellement et que les obstacles au commerce déguisés en préoccupations environnementales n'empêchent pas le Canada d'accéder aux marchés étrangers. Le Protocole en matière de biosécurité, la Convention sur les polluants organiques persistants et la Convention de Bâle représenteront des domaines clés pendant la période de planification.
- Continuer de traiter bilatéralement avec des gouvernements étrangers en vue d'ouvrir les portes aux entreprises canadiennes dans des marchés et des secteurs clés. Les négociations avec le Costa Rica se poursuivront, avec l'objectif d'une signature en 2001. Des discussions préliminaires concernant le potentiel d'un accord de libre-échange avec Singapour ont débuté et, si elles se poursuivent, elles chercheront à favoriser un accès plus grand aux services canadiens dans ce marché. Par ailleurs, une autre priorité importante sera la poursuite d'accords sectoriels de coopération bilatérale dans plusieurs domaines, tels que l'exploitation minière, la foresterie et la géomatique.
- Renforcer le réseau de partenaires en politique commerciale du Canada afin de contribuer à l'examen d'un ensemble complexe de questions et à la prolifération d'ententes commerciales régionales et bilatérales.
- Accroître la protection des investisseurs canadiens à l'étranger par l'intermédiaire d'accords sur la protection des investissements étrangers.

## Élimination des obstacles au commerce et à l'investissement

---

Les règles internationales vont au-delà des mesures traditionnelles tarifaires et non tarifaires pour traiter des questions de réglementation nationale ayant des impacts commerciaux. Le gouvernement du Canada continuera de défendre les intérêts du Canada en soulevant des sources d'irritants et de différends en matière de commerce avec ses partenaires commerciaux, en faisant valoir une approche scientifique aux mesures de réglementation. Un des principaux objectifs est de maximiser l'accès canadien aux marchés étrangers, tout en maintenant un cadre d'action national et commercial équilibré, ainsi qu'un climat favorable à l'investissement.

Au cours des prochaines années, le gouvernement continuera de :

- Promouvoir des relations saines et mutuellement profitables en matière de commerce et d'investissement avec les États-Unis et d'assurer l'intégrité de l'ALENA. Cela exigera de la vigilance, car les États-Unis continuent de promulguer des législations ayant une portée extraterritoriale et d'appliquer des sanctions commerciales pour appuyer leurs objectifs en matière de politiques.
- Gérer avec soin les différends en matière d'agriculture et d'agroalimentaire, de culture et de foresterie ainsi que le flot imprévisible de dossiers de recours commerciaux concernant les intérêts du Canada.
- Déployer les procédures de règlement de différends de l'OMC ou de l'ALENA pour défendre les intérêts canadiens contre les mesures protectionnistes et les mesures commerciales unilatérales que prennent les partenaires commerciaux.

### Les récents règlements de différends comprennent :

Le Canada contre l'Australie : Le Canada a récemment obtenu gain de cause auprès de l'OMC pour rouvrir le marché australien, fermé depuis 25 ans, aux exportations de saumon cru.

Le Canada contre l'UE : Les efforts de négociations publiques et privées ont récemment permis de rouvrir les marchés européens aux exportations de crevettes nordiques cuites et décortiquées du Canada atlantique.

- Défendre les programmes canadiens contre les contestations par nos partenaires commerciaux – par exemple les contestations par l’UE et les États-Unis des politiques canadiennes en matière de brevet dans le secteur pharmaceutique.
- Participer aux forums internationaux en matière d’éthique et de lutte contre la corruption afin de promouvoir les normes canadiennes en matière d’éthique à l’échelle mondiale.
- Continuer de prendre part au développement de procédures douanières uniformes afin de les uniformiser et de les simplifier chez tous les partenaires commerciaux du Canada. À la suite de récents accords, les exportateurs canadiens ne sont plus tenus de remplir de déclaration douanière d’exportation pour les biens destinés aux États-Unis. En outre, les rapports pour les exportations destinées à des marchés autres que les États-Unis peuvent maintenant être remplis dans Internet grâce à la Déclaration d’exportation canadienne automatisée. Les formalités de frontière ont également été simplifiées pour les grands voyageurs et les participants aux congrès, aux assemblées et aux foires commerciales. Des efforts de promotion du commerce sont également déployés dans les forums de l’OMC, de la ZLEA et de l’APEC.

- Analyser l’étendue des répercussions des développements du cybercommerce sur les accords commerciaux actuels.

## **Capacité d’exportation et état de préparation**

Favoriser une attitude de commerce mondial dans le milieu des affaires au Canada est essentiel pour élargir et diversifier la base d’exportations canadiennes. Pour que les entreprises canadiennes obtiennent du succès dans le marché international, il est impérieux qu’elles disposent de tous les outils pour relever les défis qui les attendent.

Les membres et les partenaires d’ECI offrent une mine de services taillés sur mesure aux entreprises exportatrices, peu importe leur expérience ou l’état de leur préparation à l’exportation. Les services offerts vont des produits et services d’information générale (nécessaires à un exportateur potentiel), de perfectionnement des compétences et d’orientation en matière d’exportation (pour l’exportateur qui se prépare) à l’aide sur place (pour l’exportateur expérimenté qui désire du soutien dans les marchés étrangers). Le tableau de la page ci-dessous illustre l’éventail de services mis à la disposition des exportateurs.

<b>Le continuum des services à l’exportation</b>					
<i>Exportateur potentiel</i>		<i>Exportateur en préparation</i>		<i>Exportateur Expérimenté</i>	
<b>Renseignements généraux</b>	<b>Perfectionnement des compétences</b>	<b>Counselling en matière d’exportation</b>	<b>Soutien à l’entrée sur les marchés</b>	<b>Financement de transactions commerciales</b>	<b>Aide sur place</b>
<i>Service de renseignements sur l’exportation 1 888 811-1119</i>	<i>Guides de préparation à l’exportation</i>	<i>Évaluation de l’état de préparation à l’exportation</i>	<i>Information et renseignements sur les marchés et les secteurs</i>	<i>Évaluation des besoins et counselling</i>	<i>Aperçu du potentiel de marché</i>
<i>Info en direct sur l’exportation exportsource.ca</i>	<i>Formation sur les compétences nécessaires à l’exportation</i>	<i>Élaboration d’un plan à l’exportation</i>	<i>Missions, foires et autres événements reliés au commerce</i>	<i>Fonds de roulement</i>	<i>Recherche de contracts clés</i>
	<i>Préparation concernant les États-Unis</i>	<i>Mise en œuvre d’un plan d’exportation</i>	<i>Conseils &amp; orientation sur les marchés et les secteurs</i>	<i>Réduction des risques à l’étranger</i>	<i>Renseignements pour les visites</i>
	<i>Préparation à d’autres marchés</i>		<i>Financement du développement des marchés</i>	<i>Financement à moyen et à long terme de l’acheteur étranger</i>	<i>Rencontres personnelle</i>
					<i>Information sur les entreprises locales</i>
					<i>Dépannage</i>

### Services de base d'Équipe Canada inc

Équipe Canada inc offre un certain nombre d'outils essentiels d'information qui feront l'objet d'améliorations pour qu'ils continuent de répondre aux besoins des entreprises canadiennes. Par exemple, le site Internet **ExportSource**, qui a été primé, est la source d'information en ligne sur l'exportation la plus exhaustive au Canada.

### Aperçu des services à l'exportation

Pour fournir un guichet unique rentable aux entreprises canadiennes et éviter le chevauchement de services, les membres d'ECI ont élaboré des produits et des services utiles pour les exportateurs. Les priorités particulières pendant la période de planification comprennent :

- Maintenir et améliorer les outils clés d'ECI
- Concevoir de nouveaux produits et services d'information
- Promouvoir Équipe Canada inc et ses services
- Affirmer les services aux membres et aux partenaires d'ECI
- Intégrer la planification et prendre des mesures du rendement

ExportSource sera continuellement perfectionné afin de répondre aux besoins changeants des exportateurs canadiens. Il a déjà été désigné comme un élément clé du 'portail d'affaires' projeté du gouvernement du Canada, que l'on est en train de mettre sur pied dans le cadre de l'initiative Gouvernement en direct. Des améliorations techniques seront également apportées de manière à faire écho à la sophistication croissante des utilisateurs ainsi qu'aux progrès et à la croissance des affaires électroniques. Équipe Canada inc maintiendra également son **Service d'information sur l'exportation** (1 888 811-1119). Les sondages auprès de la clientèle montrent la popularité et l'utilité de ce service. La technologie de l'information, dont des bases de données et des outils de diagnostic en direct, sera de plus en plus utilisée pour que les demandeurs reçoivent les renseignements les plus précis et opportuns possible.

### Nouveaux produits et services d'information

En quelques années à peine, ÉCI a conçu un éventail de produits qui font l'objet de commentaires positifs de la part des gens d'affaires canadiens. Ces produits seront perfectionnés selon les besoins. Par exemple, le populaire guide interactif en direct **Une approche mondiale** sera modernisé conformément aux réactions de la clientèle. Équipe Canada inc continuera également à travailler avec le **Forum pour la formation en commerce international** (FFCI)<sup>14</sup> à l'élaboration de cours en direct à l'intention des exportateurs. Équipe Canada inc entend en effet tirer parti d'Internet pour acheminer aux gens d'affaires canadiens l'information et les outils qui leur sont nécessaires. Par ailleurs, la très fructueuse série d'ateliers **Destination : marchés internationaux** sera élargie au cours des prochaines années afin d'y inclure deux nouveaux titres Financement de l'exportation et Logistique/Distribution<sup>15</sup>.

### Promotion d'Équipe Canada inc et de ses services

Informé davantage d'entreprises canadiennes, désireuses d'accroître leurs activités à l'étranger, de l'aide qui est à leur disposition est une priorité. Une campagne publicitaire nationale sera lancée expressément dans les publications d'affaires communautaires et régionales. Des efforts de promotion seront déployés auprès des plus petites entreprises en particulier, ainsi qu'auprès de destinataires tels que des femmes, des jeunes et des autochtones. Étant donné l'utilisation importante d'Internet pour livrer les produits et services d'Équipe Canada inc, leur mise en valeur en direct fera aussi partie des efforts de promotion. Par ailleurs, les membres et les partenaires d'Équipe Canada inc seront invités à signaler et à rechercher les occasions de promotion, telles que les

#### Les partenariats : clé du succès d'Équipe Canada inc

Outre ses 23 membres qui sont des ministères et des organismes fédéraux, ECI collabore également avec d'autres organisations, parmi lesquelles :

- les provinces et les territoires
- des municipalités
- des associations professionnelles, industrielles et de gens d'affaires
- des établissements d'enseignement
- des prestataires de services du secteur privé.

<sup>14</sup>Le FFCI est un partenaire clé d'Équipe Canada inc depuis sa création. Cet organisme sans but lucratif de renommée mondiale offre une série d'excellents cours de perfectionnement professionnel sur divers aspects du commerce international, tant en direct qu'en salles de classe, à la grandeur du Canada et ce, de concert avec des collèges et des universités. Au terme de leur programme intensif FITThabilité, les participants obtiennent le titre professionnel de Professionnel agréé en commerce international (PACI).

<sup>15</sup>Les titres existants de Destination : marchés internationaux sont : Initiation au commerce international, Initiation à la recherche sur les marchés et Initiation à la commercialisation internationale.

foires commerciales et autres événements où ils peuvent mettre en valeur les produits et services d'Équipe Canada inc.

### À l'écoute de nos clients

Équipe Canada inc est reconnue comme un modèle à suivre en raison de l'accent placé sur la clientèle. Cette réputation découle de la mesure continue du rendement des outils essentiels tels que ExportSource et le 1 888 Service d'information sur l'exportation. Les mécanismes de mesure comprennent des sondages annuels auprès des utilisateurs afin d'évaluer la qualité du service, des rapports statistiques mensuels qui donnent de l'information quantitative sur le rendement ainsi que le suivi des normes de service à la clientèle établies pour les services clés.

Par ailleurs, ECI a recours à des groupes cibles d'exportateurs du secteur privé pour mettre à l'essai de nouveaux produits avant leur diffusion.

Enfin, ECI reçoit des commentaires sur ses produits et services de la part de comités consultatifs et de groupes de travail reconnus des PME.

### Consolidation du groupe de membres et du réseau de partenaires d'ECI

Équipe Canada inc est une 'organisation commerciale virtuelle', c'est-à-dire un réseau de partenaires ayant pour objectif commun de promouvoir le développement des exportations. Les membres et les partenaires existants sont tenus au courant des activités d'ECI par des mécanismes tels que l'aire électronique de travail et des bulletins électroniques réguliers portant sur les derniers développements. Équipe Canada inc cherchera de nouvelles occasions de partenariat pour s'assurer que ses produits et services atteignent tous les exportateurs potentiels de façon utile et peu coûteuse.

Dix Réseaux commerciaux régionaux, dirigés par un délégué commercial chevronné dans chaque région et un représentant du gouvernement provincial, adaptent les produits et services d'ECI aux besoins des exportateurs et exportateurs potentiels d'une région donnée.

### Planification et mesure du rendement

Équipe Canada inc se targue d'être 'axée sur la clientèle'. Pour maintenir et améliorer cette réputation, il est crucial que les commentaires des exportateurs canadiens soient intégrés dans les processus de planification et d'évaluation. Une planification à court et à long terme sera effectuée,

tout comme une évaluation des activités, produits et services. La mesure du rendement, tant quantitative que qualitative, continuera d'être une priorité. Un ensemble exhaustif de critères de mesure du rendement sera élaboré pour ECI.

### Équipes sectorielles commerciales Canada

Équipe Canada inc chapeaute les Équipes sectorielles commerciales Canada (ESCC). Ces dernières permettent au gouvernement et à l'industrie de coordonner conjointement la planification d'activités de développement du commerce national dans un certain nombre de secteurs clés. Les ESCC élaborent des stratégies et des plans d'action de développement commercial sectoriel, s'employant à susciter un consensus sur des priorités stratégiques, à réduire les chevauchements et le double emploi dans les programmes et les activités, ainsi qu'à orienter les ressources vers des objectifs communs. Bref, les ESCC aident les entreprises canadiennes à conquérir le monde.

Il existe présentement 11 équipes sectorielles commerciales Canada :

- Aérospatiale et défense;
- Agriculture, alimentation et boissons;
- Automobiles;
- Bio-industries;
- Matériel et services d'énergie électrique;
- Industries environnementales;
- Industries de la santé;
- Technologies de l'information et des télécommunications;
- Les plastiques;
- Services et grands projets; et
- Bois et Matériaux de construction;

À peu près la moitié des membres des ESCC proviennent du secteur privé – représentants d'associations et d'entreprises du secteur qui veillent à ce que les intérêts et les besoins des industries soient le moteur des initiatives des équipes. Les autres membres sont des spécialistes sectoriels des gouvernements fédéral et provinciaux ainsi que des délégués commerciaux du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en poste au pays et à l'étranger.

Pour plus de renseignements sur le plan d'action de chaque équipe commerciale, veuillez consulter : [ttcs.ic.gc.ca](http://ttcs.ic.gc.ca)

## Développement des marchés internationaux

En dépit du succès commercial phénoménal du Canada au cours de la dernière décennie, nous continuons de dépendre fortement des marchés américains et nous sommes donc exposés au cycle conjoncturel des États-Unis et au taux de change des devises américaine et canadienne.

Le gouvernement du Canada encourage activement une plus grande diversification de l'assise commerciale du Canada, en ciblant des marchés à croissance élevée, en les faisant valoir aux entreprises canadiennes et en travaillant avec des entreprises prêtes à exporter pour qu'elles profitent de leurs débouchés.

À cette fin, des activités précises sont tenues, parmi lesquelles :

- **Missions commerciales d'Équipe Canada** : Ces initiatives très médiatisées et utiles continueront de commercialiser les produits et services canadiens dans les marchés en plein essor du monde, comme l'Amérique latine, l'Asie et l'Afrique, et de faire connaître aux investisseurs étrangers les avantages du Canada.
- **Sommets interaméricains** : Ces événements et d'autres événements internationaux très médiatisés continueront de servir d'occasions pour promouvoir le Canada comme fournisseur de biens et de services de grande qualité.
- **Équipes sectorielles commerciales Canada (ESCC)** : Les ESCC servent de centre de liaison entre le gouvernement et l'industrie en vue de coordonner la planification et les activités liées à la promotion du commerce national dans certains secteurs clés.
- **Commercialisation sectorielle internationale** : La plupart des membres d'ECI s'emploient à commercialiser les produits et l'expertise du Canada dans les secteurs liés à leur mandat. Les activités de commercialisation couvrent un large éventail d'industries, parmi lesquelles l'agroalimentaire, la culture, l'éducation et la formation, le logement, les sciences de la terre, la gestion de l'environnement. Ces activités visent, entre autres, à assurer une présence canadienne lors de foires commerciales internationales et à aider les entreprises canadiennes à obtenir des contrats novateurs à l'étranger, en vertu d'initiatives

Les **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** sont remis chaque année aux entreprises qui ont fait preuve de leur capacité à soutenir la concurrence à l'échelle mondiale, d'un esprit d'innovation, d'une main-d'œuvre dévouée, ainsi que d'un appétit pour le risque et d'un engagement envers l'excellence. Les récipiendaires arborent le logo des Prix d'excellence à l'exportation canadienne dans leur matériel de publicité et de promotion pendant les trois ans suivant l'attribution du prix, et sont reconnus publiquement pour leurs réalisations remarquables en tant que champions exportateurs canadiens.

uniques telles que l'initiative des Cités viables et l'Initiative sur les consortiums de chefs d'équipe des Premières nations.

- **Foire commerciale virtuelle** : Cet outil en direct simule les éléments d'une foire et d'une conférence commerciale traditionnelle et fournit une plate-forme peu coûteuse à partir de laquelle les entreprises canadiennes peuvent présenter leurs produits et services au marché international. Les projets pilotes entrepris en 1999 se sont révélés très fructueux et ont fait l'objet d'améliorations techniques. Par ailleurs, des efforts seront déployés pour déterminer des partenaires du secteur privé susceptibles de contribuer à la fourniture future de cet outil novateur de promotion des affaires.
- **Aide sur place** : Avec des bureaux dans plus de 133 villes partout au monde, le Service des délégués commerciaux continuera de servir de centre de liaison pour l'aide offerte sur place aux entreprises canadiennes qui ont des activités commerciales internationales. Les 500 agents de commerce travaillant dans les ambassades et les consulats du Canada offrent de l'aide aux entreprises qui ont analysé et sélectionné leurs marchés cibles et qui sont inscrites dans la banque de données WIN Exports. Parmi les services disponibles, mentionnons l'évaluation du potentiel du marché, la recherche de contacts clés, de l'information sur les entreprises locales, des renseignements pour les visites, une rencontre individuelle, du dépannage et des recommandations. De nouvelles ressources sont désormais en place en Chine, en Équateur, en France, en Inde, en Israël, en Côte d'Ivoire, au Kenya, en Libye, au Pérou, en Espagne et aux États-Unis pour répondre aux intérêts croissants des exportateurs dans ces régions et pour tirer pleinement parti des débouchés prometteurs.

## Promotion de l'investissement

L'objectif du gouvernement du Canada est d'améliorer la position du Canada comme marché préféré des investisseurs nationaux et étrangers. Ses objectifs à cet égard sont :

- d'améliorer le climat d'investissement au Canada et à l'étranger;
- de faire connaître le Canada comme destination de choix pour l'investissement;
- d'accroître la capacité d'attraction et de maintien des investissements multinationaux au Canada;
- de créer et de tirer profit des partenariats internationaux.

### Améliorer le climat d'investissement au Canada

Selon le Forum économique mondial, le contexte commercial au Canada se classe présentement troisième au monde. Le chômage est plus bas qu'il ne l'était au cours des deux dernières décennies, le financement déficitaire est chose du passé et la dette publique est en recul. La réduction de l'impôt est un élément essentiel d'une stratégie économique visant à créer des emplois, à stimuler la croissance, à accroître le revenu et à améliorer la qualité de vie. De nouvelles mesures ont aussi été adoptées pour stimuler l'investissement et l'innovation,

### Le saviez-vous?

Depuis 1983, les investissements directs canadiens à l'étranger ont plus que triplé, faisant du Canada un exportateur net d'investissement direct étranger pour la première fois de son histoire.

Les investissements directs de l'étranger au Canada ont atteint 141,8 milliards \$US en 1998, en hausse de 120 % par rapport à 1985<sup>1</sup>. Au cours de la même période, toutefois, la part d'investissements directs étrangers du Canada dans la région de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) a régressé de 24 % à 13 %, reflétant l'intense concurrence en matière de recherche d'investissements directs étrangers à l'échelle mondiale.

Sur une période de 5 ans, on estime que 1 milliard \$ en nouveaux investissements directs étrangers produira 45 000 emplois et quelque 4,5 milliards \$ en PIB<sup>1</sup>.

1 Selon le World Investment Report 1999

dont une diminution du taux d'impôt des sociétés dans certains secteurs, la réduction de l'impôt sur les gains en capital, une disposition de roulement non imposable en matière d'investissement dans les petites entreprises et le report d'impôt sur les gains du régime d'actionariat des employés. Le gouvernement du Canada entend continuer à promouvoir l'attrait du Canada aux yeux des investisseurs canadiens et de l'étranger.

### Investissement étranger – De plus en plus lié à la prospérité intérieure

La mondialisation a changé le commerce mondial. Auparavant, les entreprises s'engageaient dans des investissements étrangers en vue d'obtenir des sources de matières premières ou d'avoir accès à des marchés protégés par des droits d'importation et autres entraves au commerce. Sous ce modèle, l'investissement étranger était un substitut au commerce. Dans le monde actuel de libéralisation des échanges et de facilitation de l'accès aux marchés mondiaux, les entreprises investissent désormais à l'étranger pour maintes raisons – étendre leur croissance au-delà des marchés nationaux, diversifier le risque, profiter de la spécialisation technologique et d'autres avantages concurrentiels, minimiser les frais de transport. Bref, les entreprises investissent pour situer la production là où elle se révélera la plus efficace pour servir une clientèle internationale. Plutôt que d'être un substitut au commerce, l'investissement étranger sert

maintenant à stimuler les échanges commerciaux – chaque dollar d'investissement étranger dépensé outre-mer génère 2 \$ en exportations supplémentaires du pays source.

Ce nouveau lien investissement-commerce a engendré une plus grande concurrence entre les pays quand il s'agit d'attirer l'investissement étranger et les mandats de production favorisant l'emploi qui y sont associés. Les leaders nationaux, parmi lesquels le gouvernement du Canada, ont cherché à créer les climats convenables pour la croissance économique, l'innovation et une productivité accrue. Ces leaders nationaux plaident activement en faveur de leur pays respectif comme étant le meilleur marché pour investir, certains allant même jusqu'à offrir de généreuses mesures incitatives pour conclure une entente.

## *Faire connaître le Canada comme destination d'investissement de choix*

Depuis 1996, les activités de promotion de l'investissement du gouvernement étaient centrées sur une approche de commercialisation visant des marchés prioritaires clés, des secteurs cibles et des entreprises spécifiques. Le gouvernement continuera de commercialiser systématiquement le Canada comme destination concurrentielle de choix au sein de l'ALENA et à faire valoir le potentiel du pays en matière d'investissement, dont sa force en tant qu'économie du savoir de pointe. Le premier ministre, accompagné de chefs de file provinciaux et du milieu des affaires du Canada, continuera de faire activement valoir les atouts du Canada en matière d'investissement dans divers forums internationaux. Leurs efforts de promotion s'appuieront sur l'aval de tiers<sup>16</sup> citant le Canada comme « le meilleur pays » dans diverses catégories sociales et d'affaires, ainsi que sur l'étude de comparaison internationale des coûts réalisée par la société KPMG<sup>17</sup>, selon laquelle le Canada est un pays propice aux nouveaux investissements d'affaires. Par ailleurs, un projet pilote intitulé **Image de marque du Canada** est en cours à Dallas et à Boston<sup>18</sup> et ses principaux résultats serviront d'assise à un programme d'envergure internationale visant à rehausser l'image de marque du Canada dans des marchés et des secteurs d'investissement clés des États-Unis, de l'Europe et de l'Asie.

## *Attirer et maintenir des investissements multinationaux au Canada*

Il est de plus en plus clair que les décisions d'investissement que prennent les entreprises multinationales reposent davantage sur la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée, des infrastructures en bon état et une économie innovatrice et dynamique plutôt que sur des facteurs traditionnels d'attraction tels que de grands marchés intérieurs, l'accès aux ressources naturelles et les coûts de la main-d'œuvre. Le gouvernement du Canada continuera de travailler avec les provinces, les territoires, les municipalités, les services publics, les

organismes nationaux et régionaux, comme la Fédération canadienne des municipalités et l'Association canadienne de développement économique, à promouvoir auprès des investisseurs et de décideurs clés le potentiel du Canada comme marché d'investissement. Dans le cadre de ces efforts, le **Programme de jumelage de sous-**

**ministres avec des pays prioritaires** a donné lieu à des réunions de haut niveau entre des sous-ministres et des chefs de direction et des cadres supérieurs de 80 des plus importantes sociétés multinationales au monde. Les sous-ministres continueront de cerner les débouchés où ils peuvent faire valoir le Canada comme excellent marché d'investissement. Le gouvernement continuera également de participer activement aux événements de **Financement d'opérations commerciales à risques élevés**, qui se sont révélés très efficaces pour faire connaître des entreprises canadiennes axées sur le savoir, en particulier de petites sociétés, aux institutions financières étrangères, parmi lesquelles des sociétés d'investissement en capital de risque.

**Dans le discours du Trône d'octobre 1999, le gouvernement a réitéré l'importance qu'il accorde à l'investissement, en disant qu'il :**

*« ... mettra sur pied l'Équipe Canada Investissement, qui permettra à tous les gouvernements et au secteur privé de coordonner leurs efforts pour sensibiliser davantage la communauté internationale aux possibilités exceptionnelles d'investissement et de croissance au Canada. »*

## *Créer des partenariats internationaux*

Les partenariats internationaux permettent aux entreprises canadiennes d'avoir accès à de nouvelles technologies, des sources de capital de risque et des réseaux de contacts en vue de faire avancer leurs activités commerciales. Conscients des besoins des petites entreprises, les services de partenariat du gouvernement fédéral offrent aux entreprises canadiennes la possibilité d'entrer en rapport avec des sociétés étrangères pour former des coentreprises et des alliances stratégiques. Les services aident les entreprises clientes à comprendre les avantages, responsabilités et pièges potentiels de tels arrangements. Ils offrent du matériel didactique en la matière ainsi que de la documentation supplémentaire comme complément aux efforts de promotion des marchés et des secteurs. Les services organisent des activités de mise en valeur de concert avec des missions commerciales et des événements très médiatisés et répondent aux demandes de jumelage entre sociétés étrangères et canadiennes.

<sup>16</sup>Par exemple des organismes internationaux comme le Forum économique mondial, le Economist Intelligence Unit, et l'Indice du développement humain des Nations Unies.

<sup>17</sup>Les choix concurrentiels : Une comparaison des coûts des entreprises en Amérique du Nord, en Europe et au Japon.

<sup>18</sup>Deux villes reconnues comme d'importantes sources d'investissement.