

## **2. Augmenter le nombre d'exportateurs**

Nous ne pouvons nous contenter d'augmenter nos exportations. Malgré des statistiques commerciales impressionnantes, la base des exportations canadiennes est très limitée, et peu de petites et moyennes entreprises (PME) vendent à l'étranger : 21 p. 100 de toutes les exportations canadiennes sont attribuables à cinq grands exportateurs, et moins de 10 p. 100 de nos PME exportent. Parallèlement, le nombre de PME continue d'augmenter de façon constante au Canada. Depuis cinq ans, nous leur devons de 80 à 90 p. 100 des emplois créés au Canada. Afin de favoriser davantage l'expansion des entreprises et la création d'emplois, nous devons nous concentrer sur le nombre d'exportateurs canadiens et aider plus de petites entreprises à devenir concurrentielles à l'échelle internationale et à exporter. Ainsi, pour profiter de la croissance phénoménale du commerce en direct et des débouchés que celui-ci représente au chapitre des échanges mondiaux de produits et de services de commerce électronique, nous devons redoubler d'efforts pour amener les petites entreprises à exporter dans les secteurs du savoir et des services. De nouveaux groupes d'exportateurs, comme les jeunes, les femmes, les Autochtones et les immigrants, occupent une place importante au sein des PME canadiennes, et ils doivent participer à cette démarche. Par exemple, il ressort d'études récentes du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada que, sur les quelque 86 100 PME exportatrices, 34 400 appartiennent entièrement ou en partie à des femmes.

## **3. Élargir la gamme de produits d'exportation canadiens**

Afin de continuer de répondre aux besoins des entreprises, le gouvernement du Canada doit élargir la gamme de services qu'il offre. Il doit, par exemple, fournir des informations commerciales et des renseignements précis qui répondent aux besoins uniques des exportateurs des secteurs du savoir et de la technologie. La tendance maintenant est à exporter plus de services que de produits et plus de produits à valeur ajoutée que de produits primaires. Le gouvernement doit chercher de nouveaux partenariats et mettre au point des programmes et des services novateurs qui aideront à accélérer le passage à des exportations à valeur ajoutée.

## **4. Exporter au-delà du marché américain**

Plus de 80 p. 100 des exportations canadiennes sont destinées aux États-Unis, cette proportion ayant augmenté en raison de la solide performance qui continue de caractériser l'économie américaine, de la dépréciation du dollar canadien et du ralentissement des économies asiatiques et latino-américaines. Le marché américain sera toujours extrêmement important pour le Canada, mais le gouvernement doit faire davantage pour diversifier la base commerciale canadienne en ciblant les marchés émergents en pleine croissance qui offrent des débouchés lucratifs pour les biens et les services canadiens, en faisant connaître ces marchés aux entreprises canadiennes et en travaillant de concert avec les entreprises prêtes à exporter afin de tirer profit de ces débouchés.

## **5. Accroître notre part des investissements mondiaux**

Le Canada est bien intégré à l'économie mondiale, et la préservation de son bien-être économique dépend beaucoup de l'investissement étranger direct (IED) des entreprises étrangères sur son territoire et, de plus en plus, de l'investissement direct des entreprises canadiennes à l'étranger (IDCE : investissement direct canadien à l'étranger). Toutefois, de 1980 à 1996, la part canadienne de l'IED et de l'IDCE a chuté alors que nous avons enregistré la plus forte baisse parmi les pays du G7 pour ce qui est de la part de l'IED mondial entrant, qui est passé de 11 p. 100 en 1980 à 4 p. 100 en 1996. Cela s'est produit alors que cet IED mondial a septuplé. Les exclusivités mondiales de produits (EMP), aux termes desquelles une filiale se charge d'une gamme d'activités visant le marché mondial, sont essentielles aux perspectives de croissance à long terme des sociétés transnationales. Ces exclusivités deviennent de plus en plus courantes à mesure que les transnationales rationalisent et fusionnent leurs opérations. Il est donc primordial d'obtenir et de conserver de telles exclusivités pour inverser l'érosion de l'IED au Canada. De même, et bien que le Canada soit un exportateur net d'IDCE, sa part de l'IED sortant mondial a chuté, passant de 4,4 p. 100 à 3,5 p. 100. L'IDCE joue un rôle essentiel dans la compétitivité du Canada. En accentuant la présence canadienne sur les marchés étrangers, celui-ci contribue à la croissance de l'économie du pays, aide à protéger l'économie nationale contre les effets des ralentissements cycliques et permet aux entreprises canadiennes de participer à la mondialisation des affaires.