

III. Une stratégie de croissance du commerce

De plus en plus, des entreprises canadiennes des quatre coins du pays font de la France un pôle d'attraction dans leur stratégie commerciale et leurs investissements en Europe. Deuxième marché de l'Union européenne et quatrième puissance économique mondiale, la France est une excellente tête de pont à partir de laquelle les entreprises canadiennes peuvent exploiter les avantages et les occasions qu'offre l'expansion de l'union économique et politique de l'Europe.

Le Canada et la France se sont engagés à renforcer leur coopération et à intensifier leurs activités communes, notamment dans la sphère commerciale. Le « Programme d'action France-Canada » signé par les deux premiers ministres en décembre 1998 vise à consolider la relation politique et économique entre les deux pays dans le cadre d'une stratégie de coopération bilatérale qui mettra aussi l'accent sur la croissance des investissements et des alliances stratégiques.

Les relations économiques et commerciales entre le Canada et la France ont connu une saine croissance ces dernières années. La France affiche une excellente performance pour ce qui est du commerce extérieur (elle enregistre depuis 1992 un excédent commercial annuel d'environ 1 p. 100 de son PIB dans la balance des paiements courants) et elle encourage vigoureusement les investissements étrangers directs tant chez elle qu'à l'étranger.

La France est en train de devenir un marché plus accessible, plus ouvert et plus transparent où les entreprises et les investisseurs canadiens peuvent faire des affaires. Cela s'explique en grande partie par les effets de la mondialisation et l'évolution vers le marché européen unique et, l'union monétaire. C'est une bonne nouvelle pour les investisseurs et les entreprises concurrentielles qui cherchent à s'implanter sur le marché français ou à mieux asseoir leur présence en prenant place dans des secteurs stratégiques en voie de libéralisation et de restructuration.

La France, pour sa part, a désigné des secteurs de haute technologie comme prioritaires pour l'établissement de partenariats stratégiques et pour le développement des échanges : télécommunications et technologies de l'information, multimédia et industries culturelles, systèmes et produits de la défense, produits et services de l'environnement, biotechnologie et produits biomédicaux, systèmes d'information géographique et géomatique, électronique et matériaux composites.

La France supporte activement les petites et moyennes entreprises (PME). Comme le Canada, la France voit dans les PME un moteur de croissance économique et une source de création d'emplois. Une alliance stratégique conclue entre la Banque de développement des petites et moyennes entreprises (BDPME) et la Banque de développement du Canada (son vis-à-vis canadien), offre des mesures de soutien aux entreprises intéressées. Ce soutien est principalement offert aux secteurs prioritaires qui ont des projets de commerce et d'investissements, soit au Canada, en France ou dans les zones de l'UE et de l'ALENA.

Stratégie de croissance -- secteurs clés : Les entreprises et investisseurs canadiens qui souhaitent faire des affaires en France devraient faire porter principalement leurs efforts sur les six secteurs stratégiques décrits ci-après, lesquels offrent le meilleur potentiel de croissance et les plus grandes possibilités de partenariat stratégique pour les cinq prochaines années (2000-2005):