

plus importants, tant pour profiter de l'expansion du marché européen que pour éviter d'éventuelles mesures protectionnistes contre les nouveaux venus ou les étrangers.

Pour pouvoir tirer parti de l'Europe de 1992, le Canada devra renseigner davantage son secteur des affaires sur cette initiative. Le gouvernement a d'ailleurs pris des mesures en ce sens :

- en entreprenant une étude approfondie des effets de l'Europe de 1992 sur le Canada;
- en organisant d'importants colloques pour faire connaître aux gens d'affaires les perspectives du marché européen et les obstacles à y surmonter.

De nombreux analystes ont toutefois souligné la tendance des milieux d'affaires canadiens à rester dans l'expectative, attendant avant d'agir de découvrir la portée de l'Europe de 1992. Le Canada et ses entreprises doivent faire en sorte que, parallèlement à l'ALE et aux négociations commerciales multilatérales, l'Europe de 1992 serve à définir et à libéraliser les pratiques commerciales plutôt qu'à simplement encourager l'expansion des blocs continentaux.

Les Affaires extérieures ont fait de la CE le deuxième pilier de leur stratégie globale pour l'an 2000. Le programme de la CE s'appuie sur trois principes :

- la place importante que l'on continuera de faire au GATT, pour structurer les relations commerciales Canada-CE;
- le parrainage d'une analyse du projet «Europe 1992», pour renseigner les milieux d'affaires canadiens sur l'évolution de la mise en oeuvre de ce marché unique;
- enfin, la multiplication des efforts pour encourager les alliances stratégiques entre entreprises ainsi que les apports bilatéraux de capitaux, notamment dans les secteurs de la haute technologie comme l'aérospatiale et les télécommunications.

Plusieurs entreprises canadiennes très en vue ont pris d'importantes initiatives pour accéder au marché européen ou pour y consolider leur position :

- **Bombardier** a, par exemple, acheté plusieurs sociétés importantes dans le domaine des transports, dont BN, une entreprise qui fabrique des wagons TGV à partir de la Belgique, ainsi que Short Brothers, une entreprise aéronautique établie à Belfast. Ces acquisitions renforcent la présence de Bombardier en Europe ainsi que ses divisions ferroviaire et aéronautique au Canada et elles lui facilitent l'accès au marché européen.
- **Moore Corp** de Toronto, premier fournisseur d'imprimés commerciaux du monde, a étendu ses activités en Europe en faisant l'acquisition de Lithorex SA. L'effectif de cette société torontoise en Europe est ainsi passé à plus de 4 500 personnes. Moore Corp a aussi réorganisé ses services sur le continent européen : ceux-ci, qui étaient tous indépendants et relevaient de Toronto anciennement, ont été réunis en un seul service dont le siège social se trouve à Lausanne, en Suisse.