

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
OTTAWA

Canadexport



Affaires extérieures External Affairs
Canada Canada

VOL. 7 N° 7

LE 17 AVRIL 1989

Le tourisme à l'heure du libre-échange

Pour l'industrie canadienne du tourisme, l'Accord de libre-échange avec les États-Unis (ALE) se résume ainsi : « les affaires continuent ».

Cependant, son application entraîne un certain nombre d'améliorations et d'avantages formulés dans l'annexe du Chapitre 14 de l'ALE, consacré au tourisme.

Fait essentiel pour l'industrie touristique : l'Accord considère le tourisme comme un secteur d'affaires et l'une des principales composantes de notre commerce. L'ALE applique le principe

de « traitement national » à la future réglementation des services de tourisme.

Les sociétés canadiennes installées aux États-Unis et, réciproquement, les entreprises américaines au Canada, devront désormais bénéficier du même traitement que les firmes nationales. Ainsi, nos sociétés accéderont plus facilement au marché des États-Unis.

Autre stipulation de l'ALE : le droit d'établir une entreprise aux États-Unis, et celui, pour les gouvernements, d'entreprendre certaines ac-

tivités. Pour notre industrie touristique, il s'ensuit que le gouvernement canadien conserve le droit de promouvoir son tourisme et d'imposer des droits au départ ou à l'arrivée des touristes.

En outre, en desserrant les contraintes actuelles imposées aux investissements étrangers, l'ALE entraînera sans doute une augmentation des investissements américains dans notre secteur touristique, ce qui accroîtra, bien sûr, les capitaux requis pour exploiter les ressources touristiques.

La réduction ou la suppression éventuelle des droits de douane, conformément à l'ALE, pourrait aussi réduire les coûts de revient des principales composantes de l'industrie touristique (soit fournitures d'hôtel et produits agricoles).

De plus, l'annexe du Chapitre 14 de l'ALE (Tourisme) prévoit un mécanisme de consulta-
(Voir page 3 : Le tourisme.)

Au carrefour de la technologie

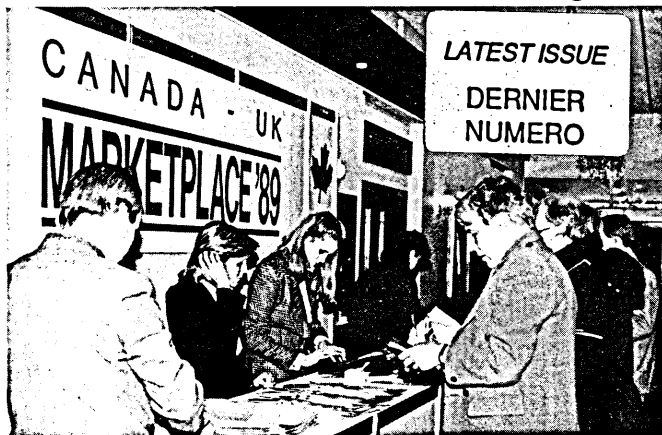
Le ministère des Affaires extérieures (MinAffex) remplit de nombreuses fonctions -- en particulier lorsqu'il s'agit de faire avancer les intérêts du commerce canadien à l'étranger.

Dans le cadre d'un projet conjoint, la Direction générale de l'Europe de l'Ouest, du MinAffex, la Direction des technologies de l'information et de l'électronique, ainsi que le haut-commissariat du Canada en Grande-Bretagne (G.-B.) ont fait fonction de marieur pour les deux pays à Carrefour (Marketplace) 1989.

Cet événement du mois dernier, couronné de succès, visait à solenniser de nouvelles alliances entre des entreprises canadiennes et britanniques spécialisées dans les technologies de pointe.

La G.-B. représente un marché de 20 milliards de dollars dans le domaine des équipements d'information. Or, même si nos entreprises ont déjà envahi le marché britannique des technologies de pointe, il leur reste encore de vastes territoires à conquérir.

Carrefour 1989, qui s'est tenu à Londres du 1^{er}



Le marché, ça marche ! -- Des gens d'affaires se dirigent vers le bureau d'accueil de Carrefour (Marketplace) 1989, à Londres (Angleterre). Le but : y promouvoir la technologie de pointe canadienne.

au 3 mars, visait, entre autres, à conserver l'élan dont bénéficient nos exportations de technologies de pointe en Angleterre, et à fournir au Canada une position stratégique efficace en prévision du marché européen unique prévu pour 1992.

Dans le cadre de cette campagne de promotion commerciale, quarante sociétés canadiennes ont
(Voir page 6 : Notre technologie.)

Le Japon se désaltère à la canadienne

Lorsque les travailleurs japonais font une pause, bon nombre d'entre eux avalent un grand verre d'eau froide... de « source » canadienne.

L'eau embouteillée figure maintenant en bonne place sur la liste des importations japonaises. Et plusieurs entreprises canadiennes profitent déjà de la vogue de l'eau embouteillée.

Les camions de livraison ornés du symbole Canadian Blue Drinking Water ne sont pas inconnus dans les rues de Tokyo. Les bouteilles d'eau très froide d'Ocean Falls (C.-B.) sont vendues au Japon par la société Mitsubishi Heavy Industries Ltd., en association avec la Western Canada Water Enterprises Inc. de Vancouver (C.-B.). Mitsubishi cherche à vendre notre eau dans les

foyers et les bureaux. Cette eau est offerte dans des bouteilles de 2 et 3,8 litres conçues pour exploiter la renommée dont le Canada jouit au Japon, celle d'un pays d'air pur, d'eau limpide et de paysages magnifiques.

En plus, une autre marque d'eau embouteillée canadienne est de plus en plus visible dans les supermarchés japonais. C'est l'eau de source Naya, embouteillée au Québec par l'entreprise de la région montréalaise Les Breuvages Nora Inc. Le lancement de ce produit par la société Mitsui Toatsu a laissé une très vive impression.

L'eau embouteillée des sources Naya illustre la page couverture du Nikkel Restaurant Ma-
(Voir page 6 : Notre eau.)

Pays-Bas : hausse

L'expansion des échanges Canada-Pays-Bas n'a jamais connu de conditions plus favorables.

Les relations commerciales entre nos deux pays ont atteint un sommet en 1988, grâce, en partie, aux excellentes performances économiques des Pays-Bas, au fait que le Canada leur apparaît de plus en plus comme un partenaire commercial sûr et fiable, aux perspectives ouvertes par le libre-échange en Amérique du Nord et en Europe, sans parler de la solidité du florin hollandais.

Les investissements hollandais, l'immigration d'un certain nombre d'entreprises, les transferts de technologie, et le tourisme, ont largement augmenté en 1988. Mais ce sont les chiffres commerciaux qui parlent le plus éloquemment.

D'après Statistique Canada, nos exportations aux Pays-Bas en 1988 ont atteint un niveau record, en en faisant notre 6^e marché. Nos exportations ont augmenté de 38 % (atteignant 1,38 milliards de dollars) vis-à-vis 1987. Nos importations des Pays-Bas marquent aussi une augmentation vis-à-vis 1987, d'où un excédent commercial bilatéral dépassant 600 millions de dollars.

DANS CE NUMÉRO :

- Voici des appels d'offres internationaux qui présentent de bons débouchés sur les marchés internationaux2
- La coopération industrielle est une source d'exportations.....3
- Expositions commerciales et missions à foison aux États-Unis.....4
- Feu vert aux entreprises conjointes en Yougoslavie.....6

Marchés mondiaux